

## Penguatan Brand Awareness P4S Puri Leisa : Living Lab Mitra IKN

Sari Astrini\*<sup>1</sup>, Muhammad Ilham<sup>2</sup>, Fenty Fauziah<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Politik, Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Indonesia

\*e-mail: [sasa.astrini@gmail.com](mailto:sasa.astrini@gmail.com)

### Abstrak

*Penguatan brand awareness P4S Puri Leisa sebagai Living Lab Mitra Ibu Kota Nusantara (IKN) merupakan langkah strategis dalam memperluas pengenalan, pemahaman, dan dukungan masyarakat terhadap keberadaan lembaga pelatihan pertanian dan perdesaan yang berperan dalam pengembangan kapasitas sumber daya manusia berbasis praktik langsung. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran peserta mengenai eksistensi, fungsi, dan keunggulan P4S Puri Leisa sebagai laboratorium hidup yang dapat menjadi ruang pembelajaran, inovasi, diseminasi teknologi, serta penguatan jejaring masyarakat di wilayah mitra IKN. Metode yang digunakan adalah diskusi partisipatif dengan menekankan pertukaran pengetahuan, pemetaan pemahaman peserta, serta penguatan peran peserta sebagai penyampai informasi kepada masyarakat luas. Hasil diskusi menunjukkan bahwa: (1) peserta telah mengenal P4S Puri Leisa, (2) peserta memahami pentingnya keberadaan P4S Puri Leisa sebagai Living Lab di wilayah mitra IKN, dan (3) peserta mampu bertindak sebagai agen diseminasi informasi dalam menyebarkan wawasan mengenai eksistensi serta keunggulan P4S Puri Leisa kepada masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa penguatan brand awareness tidak hanya berperan dalam meningkatkan pengenalan institusi, tetapi juga membangun keterlibatan sosial, memperluas jejaring komunikasi, dan mendorong partisipasi masyarakat dalam mendukung pengembangan P4S Puri Leisa sebagai pusat pembelajaran berbasis pengalaman. Dengan demikian, P4S Puri Leisa memiliki potensi strategis untuk memperkuat ekosistem pembelajaran pertanian, pemberdayaan masyarakat, dan inovasi lokal yang relevan dengan pembangunan kawasan mitra IKN.*

**Kata Kunci:** Brand Awareness, Diseminasi Informasi, Living Lab, Mitra IKN, P4S Puri Leisa, Pemberdayaan Masyarakat

### Abstract

*Strengthening the brand awareness of P4S Puri Leisa as a Living Lab Partner of Ibu Kota Nusantara (IKN) is a strategic effort to expand public recognition, understanding, and support for the existence of an agricultural and rural training institution that plays a role in developing human resource capacity through direct practice. This activity aims to increase participants' awareness of the existence, functions, and strengths of P4S Puri Leisa as a living laboratory that can serve as a space for learning, innovation, technology dissemination, and community network strengthening in the IKN partner area. The method used was participatory discussion, emphasizing knowledge exchange, mapping of participants' understanding, and strengthening participants' roles as information disseminators to the wider community. The discussion results showed that: (1) participants were familiar with P4S Puri Leisa, (2) participants understood the importance of P4S Puri Leisa as a Living Lab in the IKN partner area, and (3) participants were able to act as information dissemination agents in spreading knowledge about the existence and advantages of P4S Puri Leisa to the community. These findings indicate that strengthening brand awareness does not only serve to increase institutional recognition, but also to build social engagement, expand communication networks, and encourage community participation in supporting the development of P4S Puri Leisa as an experiential learning center. Thus, P4S Puri Leisa has strategic potential to strengthen the agricultural learning ecosystem, community empowerment, and local innovation relevant to the development of the IKN partner area.*

**Keywords:** Brand Awareness, Community Empowerment, Information Dissemination, IKN Partner, Living Lab, P4S Puri Leisa

## 1. PENDAHULUAN

Pemindahan dan pembangunan ibu kota negara yang secara resmi bernama Nusantara yang selanjutnya disebut Ibu Kota Nusantara (IKN) ke Provinsi Kalimantan Timur telah membawa agenda pembangunan yang tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga transformatif. Nusantara dibangun dengan visi menjadi kota berkelanjutan dunia dalam artian kota yang

mengelola sumber daya secara tepat dengan menyediakan layanan dan memanfaatkan sumber daya air dan energi secara efektif dan efisien, serta menjadikan ibu kota Nusantara sebagai kota di hutan atau kota hutan (Nurron et al., 2025). IKN dirancang sebagai Kota Hutan Cerdas mensyaratkan adanya integrasi prinsip-prinsip keberlanjutan, inklusivitas, dan menjaga keseimbangan antara pengurangan emisi, pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, keadilan iklim, ketahanan iklim, dan pembangunan yang inklusif secara sosial dalam setiap aspek pembangunannya. Kota hutan yang didominasi oleh bentang lanskap berstruktur hutan atau RTH yang memiliki fungsi jasa ekosistem seperti hutan dan dengan pendekatan lanskap yang terintegrasi untuk menciptakan kehidupan yang berdampingan dengan alam. Konsep Forest City tersebut dijabarkan menjadi enam prinsip yaitu: 1) konservasi sumber daya alam dan habitat satwa; 2) terkoneksi dengan alam; 3) pembangunan rendah karbon; 4) sumber daya air yang memadai; 5) pembangunan terkendali (Anti-Sprawl Development); 6) pelibatan masyarakat dalam mewujudkan Forest City (Mutaqin et al., 2021). Salah satu elemen krusial yang menjadi penopang keberhasilan visi tersebut adalah keberadaan kawasan mitra. Kawasan mitra IKN berfungsi sebagai penyangga strategis dan penggerak ekonomi (superhub ekonomi) yang mendukung ekosistem Ibu Kota Nusantara (IKN). Kawasan mitra berfungsi sebagai bantalan ekologis dan penyangga logistik yang memastikan pasokan pangan serta jasa lingkungan tetap terjaga seiring dengan meningkatnya aktivitas urban di IKN. Dalam konteks ini, daerah dan kelompok tani di sekitar IKN memiliki peran strategis yang perlu diperkuat.

Pembangunan kawasan Ibu Kota Nusantara (IKN) membawa implikasi besar terhadap penguatan sektor pertanian dan pemberdayaan masyarakat di wilayah mitra. Perpindahan pusat pemerintahan dan aktivitas urban secara masif ke Kalimantan Timur tidak hanya meningkatkan permintaan terhadap pasokan pangan yang berkualitas dan berkelanjutan, tetapi juga menuntut transformasi sistem pertanian dari model konvensional menuju praktik yang lebih adaptif, produktif, dan ramah lingkungan. Kawasan mitra IKN, termasuk daerah di sekitarnya, menghadapi tekanan ganda: di satu sisi harus mampu memenuhi kebutuhan logistik kota baru, di sisi lain harus menjaga kelestarian ekosistem sebagai benteng pertahanan ekologis. Situasi ini membuka peluang sekaligus tantangan bagi para pelaku agribisnis lokal untuk berinovasi dan meningkatkan daya saingnya.

Pusat Pelatihan Pertanian Pedesaan Swadaya (P4S) merupakan lembaga pelatihan di bidang pertanian pedesaan yang dikelola dan dimiliki petani, baik perorangan maupun kelompok (Yeni et al., 2019). P4S diharapkan bisa secara langsung menjalankan keaktifan perannya melalui peningkatan sumber daya manusia di bidang pertanian dalam rangka pembangunan pertanian yang diwujudkan melalui pelatihan/permagangan bagi petani serta masyarakat didaerahnya (Rahmawati et al., 2022). P4S memiliki peran strategis sebagai agen diseminasi inovasi dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia pertanian. Sebagai lembaga pelatihan yang lahir dari inisiatif masyarakat dan difasilitasi oleh pemerintah, P4S berada pada posisi yang unik karena menjembatani pengetahuan formal dengan kearifan lokal. Peran ini mencakup beberapa aspek penting, yaitu: (1) sebagai pusat pembelajaran dan percontohan (demonstration plot) bagi teknologi tepat guna dan praktik pertanian berkelanjutan; (2) sebagai inkubator wirausaha tani muda yang tidak hanya mengajarkan teknik budidaya, tetapi juga membekali keterampilan manajemen usaha dan pemasaran; serta (3) sebagai simpul jejaring yang menghubungkan petani dengan akses permodalan, pasar, dan kebijakan pembangunan pertanian di tingkat daerah maupun nasional. Lebih dari sekadar tempat pelatihan, P4S idealnya bertransformasi menjadi ekosistem pembelajaran yang hidup (living lab), di mana inovasi terus diuji, didokumentasikan, dan direplikasi oleh masyarakat sekitar. Dengan demikian, penguatan kelembagaan dan kapasitas P4S di wilayah mitra IKN menjadi sebuah kebutuhan yang mendesak, tidak hanya untuk mendukung visi ketahanan pangan dan smart city yang dicanangkan pemerintah, tetapi juga untuk memastikan bahwa masyarakat lokal menjadi subjek utama pembangunan dan bukan sekadar penonton dari proses transformasi yang terjadi.

Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya (P4S) Puri Leisa yang berada di Kota Samarinda, yang merupakan salah satu kota mitra IKN muncul sebagai entitas potensial. Sebagai lembaga pelatihan dan pengembangan agribisnis berbasis masyarakat, P4S Puri Leisa telah mengembangkan model pertanian yang mengintegrasikan aspek produksi, edukasi, dan ekologi.

P4S Puri Leisa merupakan Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya (P4S) yang fokus pada pertanian berkelanjutan dengan melakukan penerapan Low External Input Sustainable Agriculture (Pertanian Berkelanjutan dengan Input Eksternal Rendah). Penerapan ini dilakukan dengan mengurangi penggunaan input luar dengan cara memaksimalkan penggunaan sumberdaya lokal sebagai bahan baku pupuk organik dan pestisida rasional. Pupuk organik yang digunakan dapat berasal dari jerami, sekam, dan limbah pertanian lainnya serta kotoran ternak yang diolah dengan proses pengomposan. Pupuk kompos kaya mikroorganisme dibutuhkan untuk menyuburkan tanah, sekaligus menjaga kesehatan tanaman sehingga lebih tahan terhadap serangan hama dan penyakit (Tangkesalu et al., 2021). P4S Puri Leisa menjalankan model dengan potensi yang besar, yaitu sebagai Living Lab (laboratorium hidup), sebuah pendekatan laboratorium hidup untuk memecahkan tantangan masyarakat secara nyata dengan mempertemukan berbagai pemangku kepentingan untuk berkolaborasi (Moata et al., 2024), konsep Living Lab menekankan pada inovasi partisipatif yang dilakukan di lingkungan nyata, di mana petani, pelajar, peneliti, dan masyarakat bersama-sama menguji-coba praktik pertanian berkelanjutan dan pendekatan ekonomi berbasis pemanfaatan sumber daya hayati secara berkelanjutan, mendorong transformasi sistem pertanian menuju model yang lebih ramah lingkungan, sirkular, dan bernilai tambah tinggi (Aditya & Muhsinun, 2025), yang berpengaruh pada integrasi tiga dampak, yaitu pada Planet (keberlanjutan lingkungan, People (kesejahteraan dan kapasitas masyarakat), dan Prosperity (Peluang ekonomi berkelanjutan).

P4S Puri Leisa sebagai salah satu lembaga pelatihan berbasis masyarakat memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai pusat pembelajaran berbasis praktik (learning by doing). Berlokasi di Kota Samarinda yang merupakan kawasan mitra IKN, lembaga ini telah mengelola berbagai komoditas unggulan seperti tanaman hortikultura, peternakan terpadu, serta pengolahan hasil pertanian yang menerapkan prinsip integrasi dan minim limbah. Melalui pendekatan learning by doing, peserta pelatihan tidak hanya dibekali teori, tetapi juga terlibat langsung dalam praktik budidaya, pascapanen, hingga pemasaran hasil. Pendekatan ini menempatkan P4S Puri Leisa bukan sekadar ruang kelas, melainkan sebagai laboratorium hidup (living lab) yang merepresentasikan model pertanian sirkular secara nyata dan aplikatif. Potensi ini diperkuat oleh lokasinya yang strategis di jalur distribusi menuju IKN, menjadikannya titik temu antara kebutuhan pangan kota modern dan kearifan lokal perdesaan.

Dalam perspektif Manajemen Pemasaran, branding adalah memberikan kekuatan merek pada produk dan layanan. Dalam konteks penguatan kelembagaan, brand awareness atau kesadaran merek menjadi tahap awal yang penting dalam membangun posisi suatu lembaga di benak masyarakat dan pemangku kepentingan. Brand awareness merujuk pada kemampuan individu untuk mengenali dan mengingat suatu merek sebagai bagian dari kategori tertentu, sehingga merek tersebut lebih mudah diasosiasikan dengan nilai, fungsi, dan keunggulan yang ditawarkan (Aaker, 2011). Kesadaran merek tidak hanya berkaitan dengan tingkat pengenalan nama atau identitas visual, tetapi juga mencakup pemahaman terhadap makna, manfaat, serta citra yang melekat pada suatu lembaga. Dalam perspektif pemasaran, merek yang memiliki tingkat kesadaran tinggi akan lebih mudah memperoleh kepercayaan, memperkuat loyalitas, dan membangun hubungan jangka panjang dengan publik maupun mitra strategis (Kotler & Keller, 2016). Brand awareness adalah kemampuan dari konsumen potensial untuk mengenali atau mengingat bahwa suatu merek termasuk ke dalam kategori produk tertentu. Jika suatu orang sadar dan tahu akan suatu merek pastinya orang tersebut akan menjadi tertarik dan memiliki niat untuk mencoba suatu merek tersebut, berbeda halnya dengan orang yang tidak mengetahui akan merek tersebut pastinya orang akan menjadi ragu dan mungkin tidak mau untuk mencoba produk dari merek tersebut. Dengan kata lain brand awareness yang tinggi akan meningkatkan ingatan merek yang ada di benak konsumen saat konsumen berfikir terhadap suatu produk (Arianty & Andira, 2021).

Bagi lembaga berbasis masyarakat seperti P4S Puri Leisa, brand awareness memiliki peran strategis karena lembaga ini tidak hanya menawarkan layanan pelatihan, tetapi juga membawa nilai edukatif, sosial, ekologis, dan ekonomi. Brand awareness merupakan salah satu indikator penting dalam pemasaran modern karena menentukan sejauh mana sebuah merek dikenali dan diingat oleh konsumen (Wandira et al., 2026). Penguatan kesadaran merek menjadi

penting agar masyarakat, peserta pelatihan, akademisi, pemerintah, dan mitra pembangunan memahami bahwa P4S Puri Leisa memiliki identitas kelembagaan yang khas sebagai pusat pembelajaran pertanian berkelanjutan berbasis praktik. Hal ini sejalan dengan konsep merek sebagai representasi nilai dan diferensiasi organisasi, di mana merek yang kuat mampu memperjelas keunggulan, membangun kredibilitas, dan meningkatkan daya saing lembaga, termasuk pada organisasi nirlaba maupun lembaga pemberdayaan masyarakat (Hommerová & Jandač, 2012).

Dalam kerangka P4S Puri Leisa sebagai Living Lab Mitra IKN, brand awareness juga berfungsi sebagai instrumen komunikasi strategis untuk memperkenalkan peran lembaga sebagai ruang pembelajaran, inovasi, dan diseminasi praktik pertanian berkelanjutan. Konsep Living Lab menekankan kolaborasi berbagai pemangku kepentingan dalam lingkungan nyata untuk menguji, mengembangkan, dan mereplikasi inovasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat (Bergvall-Kåreborn et al., 2009); (Moata et al., 2024). Oleh karena itu, semakin tinggi kesadaran peserta terhadap P4S Puri Leisa, semakin besar pula peluang lembaga ini untuk dikenal sebagai pusat rujukan pembelajaran pertanian berkelanjutan, pengembangan kapasitas petani, serta penguatan jejaring inovasi di kawasan mitra Ibu Kota Nusantara. Dengan demikian, penguatan brand awareness P4S Puri Leisa tidak dapat dipahami sekadar sebagai upaya promosi, melainkan sebagai proses strategis untuk membangun pemahaman, kepercayaan, dan keterlibatan publik terhadap eksistensi lembaga. Melalui penyampaian materi, diskusi interaktif, dan tinjauan lapangan, peserta tidak hanya mengenal nama P4S Puri Leisa, tetapi juga memahami nilai, fungsi, dan keunggulan lembaga sebagai pusat pembelajaran berbasis pengalaman. Penguatan brand awareness P4S Puri Leisa perlu dilakukan secara terarah, tidak hanya melalui aspek visual dan promosi, tetapi juga melalui penguatan substansi kelembagaan sebagai Living Lab yang nyata dan aplikatif. Upaya ini mencakup penyampaian informasi yang konsisten, penguatan pengalaman peserta melalui pembelajaran langsung, serta peningkatan kapasitas peserta sebagai agen diseminasi informasi. Dengan demikian, P4S Puri Leisa dapat semakin dikenal, dipahami, dan dipercaya sebagai pusat pembelajaran, inovasi, dan pemberdayaan pertanian berkelanjutan di kawasan mitra Ibu Kota Nusantara.

Berdasarkan permasalahan dan kebutuhan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan brand awareness peserta terhadap P4S Puri Leisa sebagai Living Lab Mitra IKN. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi penyampaian materi, diskusi interaktif, dan tinjauan lapangan. Melalui kombinasi antara pemaparan materi, diskusi interaktif, dan tinjauan lapangan, kegiatan ini mengadopsi pola pembelajaran partisipatif. Hal ini bertujuan agar peserta tidak sekadar menyerap konsep secara teori, tetapi juga berkesempatan memvalidasi informasi tersebut melalui pengalaman langsung di lapangan. Dengan demikian, kegiatan ini diharapkan mampu mengoptimalkan kompetensi peserta dalam menyelaraskan antara pemahaman teoretis dan implementasi praktis secara menyeluruh mengenai P4S Puri Leisa sebagai Living Lab Mitra IKN.

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada Minggu, 12 April 2026 bertempat di P4S (Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya) Puri Leisa, Betapus, Lempake, Samarinda dengan sasaran dosen dan mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur (UMKT) sebanyak 27 peserta. Tujuan pelaksanaan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kesadaran merek (brand awareness) P4S Puri Leisa di kalangan peserta.

Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan edukatif dan partisipatif melalui tahapan persiapan, penyampaian materi, diskusi interaktif, tinjauan lapangan, dan evaluasi. Tahap persiapan dilakukan selama  $\pm 1$  minggu, sedangkan pelaksanaan kegiatan meliputi penyampaian materi ( $\pm 60$  menit), diskusi interaktif ( $\pm 90$  menit), tinjauan lapangan ( $\pm 60$  menit), dan evaluasi ( $\pm 30$  menit). Materi yang diberikan mencakup pengenalan identitas, kisah sukses dan bukti nyata, dan keberlanjutan akan pemahaman tentang P4S Puri Leisa.

Pengukuran peningkatan pemahaman peserta dilakukan secara deskriptif kualitatif melalui pertanyaan lisan sebelum dan sesudah kegiatan, diskusi terstruktur, serta kemampuan peserta dalam menjelaskan tentang P4S Puri Leisa. Data juga diperoleh melalui tinjauan partisipasi dan dokumentasi kegiatan. Analisis dilakukan dengan membandingkan tingkat pemahaman peserta sebelum dan sesudah kegiatan berdasarkan respons dan keterlibatan dalam diskusi. Indikator keberhasilan kegiatan meliputi: (1) minimal 80% peserta mampu menjelaskan apa itu P4S Puri Leisa, (2) peserta aktif berpartisipasi dalam diskusi, dan (3) peserta mampu melakukan penyebaran informasi mengenai P4S Puri Leisa.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan sebagai upaya meningkatkan brand awareness mengenai P4S Puri Leisa. Kegiatan ini memberikan nilai tambah bagi peserta, khususnya mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur (UMKT), melalui peningkatan pengetahuan tentang P4S Puri Leisa sebagai Living Lab Mitra IKN.

Selain itu, kegiatan ini berperan penting dalam memperluas cakrawala manajerial peserta dalam memahami model bisnis berbasis pemberdayaan masyarakat. Dengan melibatkan mahasiswa Magister Manajemen, kegiatan ini berfungsi sebagai sarana studi banding nyata mengenai bagaimana sebuah institusi lokal mampu membangun merek dan menjaga keberlangsungan operasionalnya di tengah tantangan sektor pertanian saat ini. Secara strategis, kegiatan ini berperan sebagai sarana sinkronisasi antara wawasan akademis manajemen dengan realitas industri agribisnis, sekaligus memosisikan P4S Puri Leisa sebagai Living Lab pusat rujukan edukasi dan inovasi pertanian yang relevan bagi pengembangan potensi daerah.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui penyampaian materi, diskusi interaktif, dan tinjauan lapangan terkait peran P4S Puri Leisa sebagai Living Lab pertanian berkelanjutan di Kota Samarinda yang merupakan salah satu kota mitra Ibu Kota Nusantara.

Metode pembelajaran interaktif ini memfasilitasi pertukaran pengetahuan secara timbal balik antara narasumber dan peserta. Hal tersebut mengubah alur diskusi yang semula linear menjadi sebuah ruang pembelajaran kolaboratif yang lebih partisipatif.

#### **3. 1. Peningkatan Pemahaman Peserta**

Kegiatan edukasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta. Hal tersebut terlihat dari partisipasi aktif mahasiswa dalam diskusi mengenai P4S Puri Leisa sebagai Living Lab Mitra IKN. Peserta juga memahami bahwa terdapat potensi limbah biomassa pertanian yang dapat menjadi bahan baku biochar yang bernilai guna untuk menjadi cadangan karbon. Biochar merupakan hasil pembakaran tanpa oksigen dari limbah pertanian seperti kayu. Hasil-hasil penelitian menunjukkan bahwa biochar berfungsi sebagai ameliorant yang mampu meningkatkan kesuburan lahan pertanian (Saputra & Ardika, 2012).

Transformasi pemahaman ini tidak sebatas pada aspek intelektual, melainkan juga merepresentasikan adanya pergeseran afektif atau perubahan sikap pada diri peserta yang awalnya tidak mengenal P4S Puri Leisa, menjadi mengenal dan memahami apa yang dilakukan P4S Puri Leisa menjadi Living Lab pertanian berkelanjutan di wilayah mitra IKN.



Gambar 1. Penyampaian Materi



Gambar 2. Diskusi Interaktif

Berdasarkan hasil diskusi, sebelum kegiatan sebagian besar peserta tidak mengetahui mengenai P4S Puri Leisa sebagai Living Lab pertanian berkelanjutan. Setelah kegiatan terselenggara, sekitar 80% peserta mengetahui tentang P4S Puri Leisa sebagai Living Lab pertanian berkelanjutan, dan mampu memahami posisi P4S Puri Leisa sebagai mitra kolaboratif IKN yang berfungsi sebagai laboratorium hidup (Living Lab) untuk mendiseminasikan inovasi pertanian modern yang relevan dengan kebutuhan pembangunan kawasan Ibu Kota Nusantara.

Hasil diskusi menunjukkan bahwa: (1) peserta mengenal P4S Puri Leisa, (2) peserta memahami bahwa diperlukannya P4S Puri Leisa sebagai laboratorium hidup (Living Lab) di wilayah mitra IKN, dan (3) mampu bertindak sebagai agen diseminasi informasi dalam menyebarkan wawasan mengenai eksistensi serta keunggulan P4S Puri Leisa kepada masyarakat luas.

### 3. 2. Implementasi dan Pengamatan Lapangan

Melalui pengamatan lapangan di P4S Puri Leisa, peserta dapat melihat secara langsung mengenai P4S Puri Leisa sebagai lembaga pelatihan dan inovasi yang berfokus pada pengembangan biomassa dan sumber daya lokal dengan melakukan inovasi teknologi biochar dan biostimulan, serta pengolahan biomassa, demonstrasi lapangan dan riset terapan dengan adanya demplot pertanian cerdas iklim, pengembangan kapasitas dan pelatihan petani serta pemuda, serta kolaborasi nasional dan internasional.



Gambar 3. Tinjauan Lapangan di P4S Puri Leisa

Pengalaman praktis yang dialami peserta merupakan elemen kunci dalam eskalasi brand awareness P4S Puri Leisa, hal ini sejalan dengan penelitian (Wandira et al., 2026) yang menyatakan bahwa program kunjungan memiliki kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan brand awareness. Melalui tinjauan langsung terhadap inovasi pertanian di lokasi, peserta dapat mengonfirmasi kualitas dan nilai tambah lembaga secara nyata, yang pada akhirnya memperkuat posisi P4S Puri Leisa sebagai Living Lab rujukan utama pertanian berkelanjutan di wilayah mitra IKN. Hal ini sejalan dengan penelitian (Anisah & Najihah, 2025) yang menyatakan bahwa penguatan brand awareness berdampak pada kemampuan konsumen untuk mengenali dan mengingat suatu merek, yang dapat meningkatkan identitas dan citra kelembagaan.

### 3. 3. Keunggulan dan Kendala Kegiatan

Kegiatan ini berbeda dengan sosialisasi teoritis karena memberikan kesempatan bagi peserta untuk berinteraksi secara langsung dengan P4S Puri Leisa, dan merasakan secara langsung inovasi yang dilakukan. Pengalaman multisensory ini menciptakan brand association yang jauh lebih kuat dan permanen dalam ingatan peserta. Dengan memosisikan diri sebagai mitra pendukung Ibu Kota Nusantara (IKN), kegiatan ini meningkatkan kredibilitas dan nilai merek. Dengan adanya demonstrasi inovasi pertanian berkelanjutan, peserta berhasil memahami konsep pertanian berkelanjutan, dan menjadikan P4S Puri Leisa memiliki kapasitas edukasi yang unggul, memperkuat identitas merek sebagai pemimpin pasar (market leader) di bidang pelatihan pertanian swadaya.

Namun demikian, kegiatan ini juga memiliki beberapa kendala, antara lain terbatasnya durasi kegiatan menjadi tantangan dalam mendalami seluruh aspek operasional P4S Puri Leisa secara komprehensif, sehingga proses transfer pengetahuan mengenai manajemen pertanian berkelanjutan belum mencapai level teknis yang mendalam bagi seluruh peserta, serta adanya kesenjangan antara latar belakang akademis peserta di bidang manajemen dengan istilah-istilah teknis agrikultur terkadang menghambat percepatan pemahaman terhadap materi inovasi pertanian berkelanjutan yang disampaikan. Untuk mengatasi kendala tersebut penggunaan materi digital dan optimalisasi kanal media sosial menjadi strategi pendukung agar pembelajaran dan pengenalan merek tetap berlanjut pasca-kegiatan.

## 4. KESIMPULAN

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat di P4S Puri Leisa menunjukkan bahwa penguatan brand awareness melalui pendekatan edukatif dan tinjauan lapangan mampu meningkatkan pemahaman peserta terhadap eksistensi, peran, dan keunggulan P4S Puri Leisa sebagai Living Lab Mitra Ibu Kota Nusantara (IKN). Berdasarkan hasil evaluasi, lebih dari 80%

peserta telah memiliki kesadaran dan pemahaman yang baik mengenai P4S Puri Leisa, khususnya sebagai pusat pembelajaran, praktik lapangan, diseminasi inovasi, dan pengembangan kapasitas sumber daya manusia di bidang pertanian.

Penguatan brand awareness P4S Puri Leisa tidak hanya berdampak pada peningkatan pengenalan identitas dan citra kelembagaan, tetapi juga mendorong terbentuknya sikap positif peserta terhadap peran strategis P4S Puri Leisa dalam pembangunan masyarakat pertanian. Selain itu, kegiatan ini turut memperkuat partisipasi sosial, membangun kesadaran kolektif, serta membuka peluang kontribusi ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan pengetahuan dan inovasi berbasis potensi lokal.

Dengan demikian, P4S Puri Leisa memiliki posisi strategis sebagai lembaga pembelajaran berbasis praktik yang mampu mendukung penguatan ekosistem pertanian di kawasan mitra IKN. Keberadaan P4S Puri Leisa sebagai Living Lab diharapkan dapat terus dikembangkan sebagai agen diseminasi informasi, inovasi pertanian, pemberdayaan masyarakat, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia yang relevan dengan kebutuhan pembangunan wilayah Ibu Kota Nusantara.

## 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih yang kepada Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya (P4S) Puri Leisa atas dukungan, fasilitas, pendampingan, serta kerja sama yang telah diberikan selama pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Apresiasi yang tinggi juga disampaikan kepada para pengurus P4S Puri Leisa, petani, dan masyarakat setempat yang telah berpartisipasi secara aktif serta memberikan kontribusi dalam mendukung kelancaran kegiatan ini.

Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur (UMKT) atas dukungan akademik dan kelembagaan dalam penyelenggaraan pembelajaran lapangan yang berfokus pada penguatan pertanian berkelanjutan. Ucapan terima kasih turut disampaikan kepada seluruh peserta dan pihak terkait yang telah berperan dalam kegiatan ini, baik dalam proses diskusi, tinjauan lapangan, maupun diseminasi informasi mengenai P4S Puri Leisa sebagai Living Lab Mitra Ibu Kota Nusantara.

Semoga kerja sama dan sinergi yang telah terjalin dapat terus berkelanjutan serta memberikan manfaat nyata bagi penguatan kelembagaan, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, dan pengembangan P4S Puri Leisa sebagai pusat pembelajaran, inovasi, dan pemberdayaan masyarakat di kawasan mitra IKN.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. 2011. *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value of a Brand Name*. The Free Press. New York.
- ADDIN Mendeley Bibliography CSL\_BIBLIOGRAPHY Aditya, R., & Muhsinun. (2025). Kajian Teoritis Integrasi Teknologi dan Bioekonomi dalam Meningkatkan Produktivitas Pertanian. *Journal of Science and Technology: Alpha*, 1(4), 117–121.
- Anisah, K., & Najihah, N. (2025). PENGARUH BRAND AWARENESS DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN INVESTASI DI BANK BRI. *Curve Elasticity: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 6(2).
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. 4, 39–50.
- Bergvall-Kåreborn, B., Eriksson, C. I., Ståhlbröst, A., & Svensson, J. (2009). A Milieu for Innovation – Defining Living Labs. *Proceedings of the 2nd ISPIM Innovation Symposium: Simulating Recovery - the Role of Innovation Management*.
- Hommerová, D., & Jandač, L. (2012). *BRANDING AS AN OPPORTUNITY FOR NON-PROFIT*

ORGANIZATIONS BRAND MANAGEMENT AS A MODERN PHENOMENON OF THE NON-PROFIT SECTOR. 000, 57–62.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Moata, M. R. S., Abarca, E., Verschuur, M., Penu, C. L. O. L., Belle, A. A., Djunina, H., Kusumawardani, D. T., Anugrah, D. S. R., & Vertygo, S. (2024). PEMBANGUNAN LIVING LAB SEBAGAI STRATEGI PENGEMBANGAN PENDIDIKAN VOKASI UNTUK PEMBANGUNAN PERTANIAN DI NTT. *Seminar Nasional Politani Kupang Ke-7*, 81–88.
- Mutaqin, D. J., Muslim, M. B., Rahayu, H., Madya, A., Sumber, K., Air, D., & Bappenas, K. P. P. N. (2021). Analisis Konsep Forest City dalam Rencana Pembangunan Ibu Kota Negara Analisis Konsep Forest City dalam Rencana Pembangunan Ibu Kota. *Kementerian PPN/Bappenas RI*, 13–29.
- Nurron, O. M., Ningrum, S., & Pancasilawan, R. (2025). Ibu Kota Nusantara: National Capital Development Policy with the Forest City Concept. *14(1)*, 215–223. <https://doi.org/10.31289/perspektif.v14i1.12581>
- Rahmawati, I. B., Ishaq, M., & Widiyanto, E. (2022). Pengelolaan Pembelajaran pada Pelatihan Pengelola Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya. *Lifelong Education Journal*, *2(2)*.
- Saputra, J., & Ardika, R. (2012). POTENSI BIOCHAR DARI LIMBAH BIOMASSA PERKEBUNAN KARET SEBAGAI AMELIORAN DAN MENGURANGI EMISI GAS RUMAH KACA. *Warta Perkaretan*, *31(1)*, 43–49.
- Tangkesalu, D., Lakani, I., Pasaru, F., & Duis, I. K. (2021). Penerapan Teknologi Low External Input Sustainable Agriculture ( Leisa ) untuk Menghasilkan Pangan yang Sehat dan Keberlanjutan Produktivitas Lahan Pertanian di Kabupaten Sigi - Sulawesi Tengah tidak sama sekali dapat dilakukan dengan sistem pertanian low. *Prosiding Seminar Nasional Abdimas Ma Chung*, 189–199.
- Wandira, W., Lorenshe, H., Bahriani, A., Afdal, D. F., Naruliza, E., & Putera, A. P. (2026). KONTRIBUSI PROGRAM KUNJUNGAN TERHADAP PENINGKATAN BRAND AWARENESS DI PT MADUBARU PG-PS MADUKISMO YOGYAKARTA. *Media Resonansi Pengabdian Masyarakat*, *2(1)*, 10–20.
- Yeni, R., Nikmatullah, D., & Prayitno, R. T. (2019). PERANAN PUSAT PELATIHAN PERTANIAN PEDESAAN SWADAYA (P4S) DALAM PEMBERDAYAAN PETANI DI KABUPATEN LAMPUNG TENGAH. *JIIA*, *7(4)*, 552–559.

**Halaman Ini Dikosongkan**