

MEMBANGUN KETERAMPILAN BERWIRAUSAHA MELALUI MANAJEMEN PEMASARAN PRODUK PERTANIAN PADA SISWA-SISWI SMK NEGERI 1 KELAYANG KABUPATEN INDRAGIRI HULU

**Aris Triyono^{1)*}, Tri Rahayu²⁾, Abdul Hairudin³⁾, Nessie Illona Amorita⁴⁾,
Khairudin⁵⁾, Linda Yuliasuti⁶⁾, Hardi⁷⁾**

¹⁾²⁾³⁾⁴⁾ Program Studi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri

⁵⁾⁶⁾ Program Studi Agribisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Indragiri

⁷⁾ Program Studi Akuntansi, Universitas Riau

Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat

*Email: aristriyono111270@gmail.com

Article history

Received: 20/3/2024

Revised: 8/5/2024

Accepted: 10/5/2024

Published: 1/6/2024

Abstrak

Keterampilan berwirausaha merupakan keterampilan seseorang dalam mengelola usahanya dan manajemen pemasaran merupakan kegiatan menciptakan, mempersiapkan, melaksanakan, rencana yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Pada kegiatan PKM ini difokuskan untuk membahas kemampuan dalam manajemen pemasaran produk khususnya produk pertanian. Mitra pada kegiatan pengabdian ini adalah SMK Negeri 1 Kelayang Kabupaten Indragiri Hulu dengan melibatkan siswa/siswi kelas XII jurusan Agribisnis Tanaman Perkebunan, Agribisnis Pengolahan Hasil Pertanian dan Bisnis Daring dan Pemasaran. Metode kegiatan ini meliputi metode sosialisasi yaitu berupa pembukaan, pemaparan materi, diskusi dan tanya jawab. Pemaparan materi berisi penjelasan tentang. Kajian teori, keterampilan berwirausaha dan manajemen pemasaran. Tujuan kegiatan ini yaitu, meningkatkan pengetahuan dan keterampilan siswa/i SMK tentang pemasaran produk pertanian, membangun minat dan motivasi siswa/i SMK untuk menjadi pengusaha dibidang pertanian, dan meningkatkan daya saing produk pertanian. Hasil PKM yang dilakukan menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pengetahuan peserta tentang peningkatan keterampilan berwirausaha melalui manajemen pemasaran produk pertanian yang sesuai dengan sasaran kegiatan, sehingga hasil yang diharapkan baik dalam jangka pendek dan jangka panjang dapat tercapai dengan baik

Kata kunci: Keterampilan Berwirausaha; Manajemen Pemasaran; Produk Pertanian

PENDAHULUAN

Sektor pertanian memiliki potensi besar untuk tumbuh dan berkembang di Indonesia. Hal ini didukung oleh beberapa faktor, seperti; 1). Luas lahan pertanian yang luas 2). Iklim yang tropis 3). Jumlah penduduk yang besar. bila dilihat dari luas lahan pertanian pada tahun 2023 Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023, total luas lahan pertanian di Indonesia adalah 74,17 juta hektar. Dari total luas tersebut, 23,74 juta hektar (32%) adalah sawah dan 50,43 juta hektar (68%) adalah lahan kering.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat pengangguran di Indonesia mencapai 7,86 juta orang per Agustus 2023, dari total 147,71 juta angkatan kerja. Salah satu

penyebab utama tingginya tingkat pengangguran di Indonesia adalah ketidakseimbangan antara pertumbuhan jumlah tenaga kerja dan lapangan pekerjaan yang terbatas. Di era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, kemampuan berwirausaha menjadi keterampilan penting yang harus dimiliki oleh setiap individu. Mempersiapkan generasi muda dengan keterampilan dan pemahaman tentang dunia bisnis adalah langkah untuk menghadapi tantangan masa depan yang telah berburai dalam Industri 4.0

Sektor Pertanian memiliki kontribusi yang besar terhadap PDB. Berdasarkan data pada tahun 2023, sektor pertanian menyumbang 13,7% terhadap PDB Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2023). Diperkirakan pada tahun 2024, kontribusi sektor pertanian terhadap PDB Indonesia akan meningkat menjadi 14,2%. disamping itu sektor ini juga menjadi sumber lapangan kerja terbesar di Indonesia, dengan 38,47 juta orang bekerja di sektor ini pada tahun 2023 (Badan Pusat Statistik, 2023). Sekitar 30% dari total angkatan kerja di Indonesia bekerja di sektor pertanian.

Sektor pertanian masih menjadi kekuatan ekonomi di Indonesia. Namun sayangnya berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik tahun 2020 hanya sekitar 21% generasi milenial Indonesia yang tertarik bergelut di sektor pertanian. Inilah mengapa kita perlu mengenal Agropreneur untuk menumbuhkan semangat generasi muda agar tertarik menjadi seorang wirausaha dibidang pertanian. Wirausaha yang bergerak di bidang pertanian selanjutnya disebut sebagai agripreneur. diharapkan dapat memanfaatkan teknologi terbaru

Petani di era industri 4.0 adalah petani yang mempunyai literasi media (melek media) yang baik dengan cara memanfaatkan media dengan bijak, seperti program, aplikasi pemasaran atau fitur yang produktif. Dimana proses pemasaran terjadi melalui internet. Revolusi 4.0 menuntut wirausahawan dibidang pertanian (Agripreneur) untuk menjadi fleksibel dan adaptif. Mereka perlu mampu beradaptasi dengan perubahan pasar, tren konsumen, dan teknologi baru yang terus berkembang. Ini diperlukan agar bisnis mereka tetap relevan dan kompetitif

Agripreneur harus memiliki pemahaman yang kuat tentang teknologi digital, keterampilan interpersonal seperti kemampuan berkomunikasi, kepemimpinan, dan kolaborasi juga penting dalam menjalankan bisnis yang sukses di era ini. Maka dari itu diperlukan petani muda untuk meregenasi petani usia lanjut, dan untuk memudahkan dalam mentransfer ilmu dan mentrasfer teknologi dibidang pertanian.

METODE

Metode kegiatan ini meliputi metode sosialisasi yaitu berupa pembukaan, pemaparan materi, diskusi dan tanya jawab. Pemaparan materi berisi penjelasan tentang. Kajian teori, keterampilan berwirausaha dan manajemen pemasaran; fenomena sektor pertanian; Wirausaha/ Agripreneur (Vidio: Siswa SMK jual sayur

omzet hingga Rp.100 Juta); Agripreneur tanaman Sayuran (Vidio: 13 tanaman cepat panen perawatan mudah; di lahan pekarangan, modal kecil hasil maksimal); Memasarkan Produk pertanian (vidio cara memasarkan produk pertanian); Aplikasi pemasaran hasil pertanian (vidio). Sasaran kegiatan ini adalah Siswa/siswi SMK Negeri 1 Kelayang Kabupaten Indragiri Hulu kelas XII, Jurusan Agribisnis Tanaman Perkebunan, Agribisnis Pengolahan Hasil Pertanian dan Bisnis Daring dan Pemasaran. Kegiatan ini dilaksanakan di aula SMK Negeri 1 Kelayang Kabupaten Indragiri Hulu. Hasil kegiatan menunjukkan dapat memberikan motivasi untuk menumbuhkan kembangkan ketrampilan berwirausaha dengan inovasi baru dalam pengembangan dan pemasaran produk pertanian. Adapun tahapan-tahapan kegiatan dan indikator keberhasilan kegiatan ini dirincikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1. Tahapan Kegiatan PKM

No	Rencana Kegiatan	Keterlibatan dalam kegiatan		
		Dosen	Mahasiswa	Masyarakat (Siswa/i)
1.	Pembentukan Panitia	Memberikan arahan dan membentuk kepanitiaan	Sebagai peserta	
2.	Rapat Persiapan	Mengarahkan dan mengecek semua perlengkapan kegiatan	Menyediakan peralatan dan kebutuhan kegiatan	
3.	Undangan	Membuat undangan	Menyebarkan undangan	Menerima undangan
4.	Pelaksanaan kegiatan PKM	Narasumber	Pelaksana	Siswa/i SMKN 1 Kelayang sebagai Peserta
5.	Penyusunan laporan	Membuat laporan kegiatan PKM	Membantu kelengkapan pendukung laporan kegiatan	

Tabel 2. Indikator Keberhasilan Kegiatan

No	Indikator	Base Line (sebelum kegiatan)	Pencapaian Setelah Kegiatan
1.	Pengetahuan (SDM)	Belum memahami manajemen pemasaran produk pertanian	Memahami dengan baik manajemen pemasaran produk pertanian
2.	Motivasi Berwirausaha	Belum memiliki minat/keinginan untuk berusahatani khususnya pemasaran produk pertanian	Memiliki minat/keinginan untuk berusahatani khususnya pemasaran produk pertanian



HASIL KEGIATAN

Kegiatan PKM dilaksanakan pada tanggal 12 Februari 2024 di SMK Negeri 1 Kelayang Kabupaten Indragiri Hulu dihadiri oleh guru dan siswa-siswi kelas XII. Hasil pengabdian di SMK Negeri 1 Kelayang menunjukkan terjadi perubahan peningkatan informasi pengetahuan, keterampilan dan motivasi terhadap siswa/siswi SMK Negeri 1 Kelayang Kabupaten Indragiri Hulu terkait : Kajian teori, keterampilan berwirausaha dan manajemen pemasaran; fenomena sektor pertanian; Wirausaha/ Agripreneur; Agripreneur tanaman Sayuran: 13 tanaman cepat panen perawatan mudah; di lahan pekarangan, modal kecil hasil maksimal; Memasarkan Produk pertanian; Aplikasi pemasaran hasil pertanian.

Hasil yang diharapkan dari program PKM ini meliputi hasil jangka pendek yaitu, siswa/siswi mampu memahami konsep dasar pemasaran produk pertanian, mengidentifikasi peluang pasar untuk produk pertanian, menyusun strategi pemasaran produk pertanian, memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk pertanian dan meningkatkan minat dan motivasi untuk menjadi pengusaha di bidang pertanian. Adapun hasil jangka panjang yang diharapkan, yaitu meningkatkan jumlah pengusaha muda di bidang pertanian, meningkatkan kualitas produk pertanian, meningkatkan efisiensi pemasaran produk pertanian dan meningkatkan pendapatan petani.

Hasil pelaksanaan pengabdian secara keseluruhan sesuai dengan target yang diharapkan, yaitu peserta dapat mengikuti kegiatan tersebut dengan baik. Peserta dinilai mampu memahami. Kajian teori, keterampilan berwirausaha dan manajemen pemasaran; fenomena sektor pertanian; Wirausaha/ Agripreneur; Agripreneur tanaman Sayuran: 13 tanaman cepat panen perawatan mudah; di lahan pekarangan, modal kecil hasil maksimal; Memasarkan Produk pertanian; Aplikasi pemasaran hasil pertanian. Selanjutnya, ada peningkatan semangat dan motivasi untuk membuka peluang usaha di bidang pertanian dan dapat diimplementasikan setelah lulus sekolah. Pembahasan hasil dari kegiatan ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Keterampilan Berwirausaha

Menurut Hitrich *et al.* (2012) adalah keterampilan seseorang dalam mengelola usahanya. Margo Purnomo (2010:5) "Keterampilan atau Kemampuan atau disebut juga Kompeten berbeda dengan Kompetensi. Kompeten dan kompetensi adalah adaptasi dari bahasa Inggris, yaitu *competence dan competency*. *Competence* dalam bahasa Inggris diterjemahkan sebagai kemampuan melaksanakan semua tugas yang ada dalam pekerjaannya sesuai dengan standar yang diharapkan". Abas Sunarta dalam Risma (2018:25) "kemampuan dan kemauan terutama untuk menghasilkan produk atau jasa baru, menghasilkan nilai tambah baru, merintis usaha baru, melakukan proses/teknik baru dan mengembangkan organisasi baru"

Keterampilan berwirausaha meliputi berbagai kemampuan dan keahlian yang diperlukan oleh seorang wirausaha untuk berhasil dalam menjalankan

bisnisnya. Berikut adalah beberapa keterampilan kunci yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha:

- **Kemampuan Identifikasi Peluang Bisnis:** Wirausaha harus dapat mengenali peluang-peluang bisnis potensial di pasar. Melibatkan pemahaman mendalam tentang kebutuhan konsumen, tren pasar, dan celah-celah yang dapat dieksploitasi.
- **Kemampuan Perencanaan Bisnis:** Merencanakan langkah-langkah strategis dan operasional untuk mengembangkan dan mengelola bisnis dengan efektif. Ini mencakup penyusunan visi, misi, tujuan, dan strategi bisnis.
- **Kemampuan Manajemen Keuangan:** Mengelola keuangan bisnis dengan baik, termasuk pemantauan arus kas, pembuatan anggaran, pengelolaan utang, dan investasi yang bijaksana.
- **Kemampuan Pemasaran:** Memahami konsep pemasaran dan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan produk atau jasa, menjangkau target pasar, dan membangun merek yang kuat.
- **Kemampuan Manajemen Operasional:** Mengelola operasi sehari-hari bisnis dengan efisien, termasuk manajemen rantai pasok, produksi, inventaris, dan pengiriman produk atau layanan.
- **Kemampuan Berkomunikasi:** Berkomunikasi dengan jelas dan efektif dengan pelanggan, karyawan, investor, dan pihak lainnya. Ini termasuk kemampuan menulis proposal bisnis, presentasi, dan negosiasi.
- **Kemampuan Memimpin:** Memiliki kemampuan kepemimpinan yang baik untuk menginspirasi, memotivasi, dan mengarahkan tim dalam mencapai tujuan bisnis.
- **Kemampuan Beradaptasi:** Fleksibel dan mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan dalam lingkungan bisnis, teknologi, dan pasar.
- **Kemampuan Analisis dan Pengambilan Keputusan:** Menganalisis data dan informasi untuk membuat keputusan yang baik dalam merencanakan strategi bisnis, mengevaluasi kinerja, dan mengidentifikasi peluang atau risiko.
- **Kemampuan Jaringan:** Membangun dan memelihara jaringan kontak yang kuat dengan pelanggan, mitra bisnis, investor, dan profesional lainnya untuk mendukung pertumbuhan bisnis.

Dengan mengembangkan keterampilan-keterampilan ini secara terus-menerus melalui pendidikan, pelatihan, dan pengalaman praktik, seorang wirausaha yang pada hal ini ditargetkan kepada siswa/siswi SMK Negeri 1 Kelayang dapat meningkatkan peluang kesuksesannya dalam mengelola dan

mengembangkan bisnis terutama bisnis dalam produk pertanian sesuai dengan jurusan yang sedang mereka tempuh di sekolah.

2. Manajemen Pemasaran Produk Pertanian

Menurut Assauri (2018) Manajemen pemasaran merupakan kegiatan menciptakan, mempersiapkan, melaksanakan rencana yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan. Menurut pendapat Sudiyono (2004), pemasaran produk pertanian adalah proses aliran produk pertanian yang disertai perpindahan hak milik dan penciptaan guna waktu, guna tempat dan guna bentuk yang dilakukan lembaga-lembaga pemasaran dengan melaksanakan satu atau lebih fungsi-fungsi pemasaran. Peran lembaga pemasaran disini sebagai pihak yang menghubungkan barang atau produk dari produsen ke konsumen. Manajemen pemasaran produk pertanian melibatkan serangkaian kegiatan perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan untuk memasarkan produk pertanian secara efektif dan efisien. Pemasaran produk pertanian melibatkan langkah-langkah strategis yang dirancang untuk memastikan produk pertanian sampai ke konsumen dengan cara yang menguntungkan. Berikut adalah beberapa aspek utama dari manajemen pemasaran produk pertanian:

- **Penelitian Pasar:** Melibatkan analisis pasar untuk memahami kebutuhan konsumen, tren pasar, dan persaingan. Penelitian pasar membantu dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.
- **Penetapan Harga:** Menentukan harga yang sesuai dengan nilai produk, biaya produksi, dan kondisi pasar. Harga juga bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti musim pertanian, persediaan produk, dan permintaan konsumen.
- **Branding dan Positioning:** Membangun merek yang kuat untuk produk pertanian dan menempatkannya dengan strategi posisi yang tepat di pasar. Hal ini dapat melibatkan promosi nilai tambah, cerita produk, dan diferensiasi dari produk sejenis.
- **Distribusi:** Memilih saluran distribusi yang tepat untuk mencapai target pasar. Ini bisa melibatkan penjualan langsung ke konsumen, melalui pasar tradisional, supermarket, atau melalui distributor dan agen.
- **Promosi dan Periklanan:** Mengembangkan strategi promosi untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk pertanian. Ini bisa melibatkan promosi langsung, iklan, kehadiran di pameran pertanian, atau pemasaran digital.
- **Kemasan:** Desain dan kemasan produk yang menarik dan fungsional. Kemasan dapat memainkan peran penting dalam daya tarik konsumen dan melindungi produk selama distribusi.

- **Manajemen Persediaan:** Memantau dan mengelola persediaan produk pertanian untuk menghindari kelebihan atau kekurangan persediaan. Manajemen persediaan yang efisien dapat mengoptimalkan pengeluaran dan meningkatkan efisiensi operasional.
- **Pelatihan dan Pengembangan Petani:** Memberikan pelatihan kepada petani mengenai praktik-praktik terbaik dalam produksi dan pemasaran produk pertanian. Peningkatan keterampilan petani dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas hasil panen.
- **Pemantauan Kualitas:** Menjaga dan memantau kualitas produk pertanian untuk memenuhi standar yang ditetapkan oleh pasar. Kualitas yang tinggi dapat meningkatkan reputasi merek dan kepuasan konsumen.
- **Kerjasama dengan Pihak Terkait:** Berkolaborasi dengan pihak terkait seperti pemerintah, lembaga keuangan, dan organisasi pertanian untuk mendukung pengembangan dan pemasaran produk pertanian.

Manajemen pemasaran produk pertanian harus bersifat dinamis dan responsif terhadap perubahan pasar, regulasi, dan kebutuhan konsumen. Upaya berkelanjutan dalam memperbarui strategi pemasaran dan meningkatkan efisiensi dapat membantu petani dan pelaku usaha pertanian meraih keberhasilan dalam pemasaran produk pertanian mereka. Pemahaman ini juga didapatkan oleh peserta kegiatan PKM di SMK Negeri 1 Kelayang yaitu siswa/siswi kelas XII Jurusan Agribisnis Tanaman Perkebunan, Agribisnis Pengolahan Hasil Pertanian dan Bisnis Daring dan Pemasaran.

3. Membangun Motivasi

Munculnya motivasi ditandai dengan adanya peningkatan energi, perubahan sikap dan mental, rasa ingin bertindak yang meningkat dalam diri seseorang secara sadar ataupun tidak. Kompri (2016:229) menggambarkan motivasi sebagai suatu perubahan energi di dalam individu yang ditandai dengan munculnya afektif (perasaan) dan reaksi untuk mencapai tujuan. Motivasi merupakan serangkaian usaha untuk menciptakan kondisi-kondisi tertentu yang mendorong seseorang untuk bertindak atau berperilaku sesuai dengan keinginan atau tujuan tertentu. Hal ini melibatkan sejumlah faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keinginan, dorongan, dan sikap seseorang terhadap suatu aktivitas atau tujuan. Ketika seseorang merasa termotivasi, mereka cenderung lebih mungkin untuk mengambil langkah-langkah demi mencapai apa yang mereka inginkan, sementara ketika mereka tidak termotivasi, mereka mungkin cenderung meniadakan atau menghindari situasi yang tidak menyenangkan atau menuntut.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diharapkan menjadi media membangun keterampilan berwirausaha khususnya manajemen pemasaran produk pertanian dan mampu meningkatkan motivasi siswa/siswi SMK Negeri 1 Kelayang dalam berwirausaha. Motivasi dilakukan dengan penyampaian yang

ringan dan mudah dipahami karena menyesuaikan dengan kondisi peserta PKM. Dari hasil diskusi yang dilakukan, siswa/siswi membenarkan bahwa materi tentang membangun keterampilan berwirausaha khususnya manajemen pemasaran produk pertanian sangat mudah dipahami serta mereka menjadi termotivasi untuk berwirausaha. Hal ini menjadi gambaran secara langsung terhadap peserta bahwa berwirausaha pada sektor pertanian, dapat menjadi peluang usaha yang menjanjikan di masa yang akan datang/ masa depan.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang mengusung judul “Membangun Keterampilan Berwirausaha Melalui Manajemen Pemasaran Produk Pertanian pada Siswa-siswi SMK Negeri 1 Kelayang Kabupaten Indragiri Hulu” menunjukkan hasil sebagai berikut: 1). Terjadi peningkatan pemahaman peserta tentang keterampilan berwirausaha, 2) Terjadi peningkatan ilmu pengetahuan peserta manajemen pemasaran produk pertanian, 3) dan Terjadi peningkatan minat, semangat dan motivasi peserta untuk menjalankan usaha di bidang pertanian. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa indikator keberhasilan kegiatan ini sudah tercapai.

REFERENSI

- Armand Sudiyono. 2004. Pemasaran Pertanian. Malang : UMM Press.
- Assauri, S. (2018). Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi). Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Kontribusi Sektor Pertanian terhadap PDB Indonesia Tahun 2023*. Jakarta: BPS RI.
- Hisrich, Robert. D. Michael P. Peters. Dean. A. Sheperd. 2012. Kewirausahaan-Entrepreneurship. Jakarta: Salemba Empat.
- Kompri. (2016). *Motivasi Pembelajaran Perspektif Guru dan Siswa*. Bandung: PT Rosda Karya.
- Margo, P. (2010). Pengaruh kapabilitas manajemen pengetahuan pada orientasi kewirausahaan, agilitas organisasi, aksi kompetitif & keunggulan kompetitif. Draft Komisi Hasil Disertasi. Program studi ilmu administrasi bisnis, Universitas Brawijaya, Malang, Jawa Timur.