BHAKTI NAGORI
(Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)

***p*-ISSN : 2807-7792**
Volume 5, Nomor 1, Juni 2025, Halaman : 433 - 438 ***e*-ISSN : 2807-6907**

PEMANFAATAN TEKNOLOGI DALAM PEMASARAN PRODUK HASIL PERTANIAN OLEH PETANI MILENIAL

Gustia Kusuma Wardani[1], Haris Susanto[2], Mashadi[3], Meli Sasmi[4], Chezy WM Vermila[5], Nariman Hadi[6], Jamaludin[7], Finu Audian A[8]

[1,2,3,4,5,6,7]Dosen Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian
Universitas Islam Kuantan Singingi, Riau, Indonesia
[8]Mahasiswa Program Studi Agribisnis, Universitas Islam Kuantan Singingi, Riau, Indonesia
Jl. Gatot Subroto KM 7 Teluk Kuantan, Kecamatan Kuantan Tengah

e-mail: [1]gustia.agh45@gmail.com

Abstrak

Banyaknya penduduk Indonesia yang bekerja di bidang pertanian, membuat munculnya berbagai permasalahan di bidang ini. Salah satunya adalah yang berkaitan dengan pemasaran produk pertanian. Dengan permasahalan yang ada, petani milenial harus dapat memanfaatkan smartphone dan menggunakan suatu aplikasi yang mendorong untuk keberlangsungan pertanian di ndonesia. Pemasaran digital memungkinkan pembeli memperoleh seluruh informasi mengenai produk dan bertransaksi melalui internet, dan memungkinkan penjual untuk memantau dan menyediakan kebutuhan serta keinginan calon pembeli tanpa batasan waktu dan geografis. Petani milenial juga harus mampu menilai dan memahami apa yang diiginkan oleh konsumen, dalam hal ini dapat dikembangkan melalui system pengemasan hasil produk pertanian. Pada dasarnya pengemasan akan berpengaruh terhadap penilaian atas produk dan hasil yang akan diperoleh oleh petani. Berdasarkan kondisi permasalahan diatas, tim PKM Program Studi Agribisnis Universitas Islam Kuantan Singingi menawarkan program Pelatihan metode pemasaran dan pengemasan produk pertanian bagi siswa Sekolah Menengah Atas kabupaten Kuantan Singingi. Kegiatan PKM ini dilaksanakan dengan menggunakan metode penyuluhan dan pelatihan. Kegiatan penyuluhan pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produk hasil pertanian bagi petani milenial dalam rangka pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan sangat baik. Peserta sangat antusias dan interaktif dalam mengikuti kegiatan penyuluhan dan peragaan pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produl hasil pertanian. Dari segi pengetahuan, wawasan, dan keterampilah siswa dalam pemanfaatan teknologi untuk pemasaran produk hasil pertanian yang semula masih minim, setelah mengikuti kegiatan penyuluhan siswa dapat memahami konsep-konsep pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produk hasil pertanian.

***Kata kunci**:Petani Milenial, Pemasaran, Digital,Teknologi Pemasaran*

1. PENDAHULUAN

Banyaknya penduduk Indonesia yang bekerja di bidang pertanian, membuat munculnya berbagai permasalahan di bidang ini. Salah satunya adalah yang berkaitan dengan pemasaran produk pertanian. Hal tersebut semakin diperparah dengan tuntutan-tuntutan berlebihan kepada para petani, di mana mereka diharuskan untuk menaikkan produksi pertaniannya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Sayangnya hal tersebut tidak dibarengi dengan apa yang didapat oleh para petani. Meskipun mereka telah memberi makan banyak orang, namun hidup mereka tetap miskin dari segi ekonomi.

Permasalahan-permasalahan tersebut, baik yang ada di bidang pertanian ataupun nonpertanian, biasanya berkaitan dengan kesejahteraan masyarakat secara umum. Misalnya, bagaimana sistem pemasaran yang tidak efisien telah merugikan banyak konsumen dan bagaimana monopoli ataupun konglomerasi telah membuat banyak masyarakat tidak

***p*-ISSN : 2807-7792**
Volume 5, Nomor 1, Juni 2025, Halaman : 433 - 438 ***e*-ISSN : 2807-6907**

mempunyai kesempatan untuk berusaha. Di samping itu, permasalahan mengenai bagaimana permainan pasar berperan besar dalam menentukan harga juga sering kita temui.

Perbaikan sistem pemasaran di sektor pertanian mendorong pada peningkatan produksi melalui efek langsung dan efek tidak langsung. Efek langsung terjadi karena pemasaran menambah harga di tingkat produsen melalui turunnya biaya pemasaran; sedangkan efek tidak langsung terjadi karena adanya perluasan pasar yang disebabkan konsumen dapat menerima harga lebih rendah yang pada akhirnya menaikkan jumlah permintaan konsumen dan harga di tingkat produsen.

Untuk menghadapi persaingan global yang semakin ketat ini, pemasaran mempunyai peran penting dalam meningkatkan daya saing produk, mengingat pada saat ini produk domestik kalah saing dengan produk impor, karena lemahnya sistem pemasaran yang terjadi. Lemahnya sistem pemasaran tersebut akan memperlemah daya saing yang kemudian akan mengurangi pertumbuhan ekonomi suatu daerah.

Petani milenial adalah petani yang berusia sekitar 19-39 tahun dengan mengandalkan sebuah teknologi untuk mengelolah sebuah lahan atau tanaman. Petani milenial mempunyai peran penting untuk saat ini. Karena, untuk melanjutkan pembangunan di sektor pertanian dibutuhkan dukungan dari SDM pertanian yang maju, mandiri, dan modern. Petani milenial memanfaatkan teknologi dari penanaman, pengelolaan, dan pemasaran hasil pertanian. Perkembangan teknologi informasi juga telah banyak mempengaruhi pengelolaan sektor pertanian. (Arianto, 2020)

2. METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan metode **penyuluhan dan praktik langsung** yang melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat sasaran, khususnya pelaku usaha kecil di bidang pengolahan produk pertanian, yaitu telur asin. Metode ini dipilih untuk memastikan transfer pengetahuan dan keterampilan berlangsung secara efektif serta dapat diaplikasikan secara langsung oleh peserta di lapangan.

1. Tahap Persiapan

Pada tahap awal, tim pengabdian menyiapkan berbagai bahan dan peralatan yang dibutuhkan untuk kegiatan penyuluhan dan praktik. Bahan-bahan yang disiapkan meliputi:

- **Produk pertanian berupa telur asin**, yang merupakan hasil produksi masyarakat setempat. Telur-telur ini akan digunakan sebagai contoh dalam sesi pelatihan pengemasan produk.
- **Smartphone**, digunakan untuk dokumentasi kegiatan serta memberikan pelatihan sederhana mengenai pemasaran digital, termasuk cara mengambil foto produk yang menarik dan membagikannya melalui media sosial atau platform e-commerce.
- **Stample label (label cap)**, yang akan digunakan sebagai identitas dan brand dari produk telur asin. Label ini memuat informasi seperti nama produk, nama produsen, tanggal produksi dan kedaluwarsa, serta nomor izin jika tersedia.
- **Keranjang kemasan**, sebagai media pengemasan akhir yang disesuaikan dengan ukuran dan volume tertentu untuk menjaga estetika dan memudahkan distribusi produk ke konsumen.

2. Tahap Penyuluhan

Kegiatan penyuluhan dilakukan secara langsung kepada masyarakat dengan metode ceramah, diskusi, dan tanya jawab. Materi yang disampaikan mencakup:

- **Pentingnya nilai tambah dalam produk pertanian**, seperti pengemasan dan pelabelan, untuk meningkatkan daya saing di pasar.
- **Prinsip sanitasi dan kebersihan produk**, yang penting untuk menjaga mutu telur asin agar layak dikonsumsi dan tahan lama.
- **Pengenalan branding dan strategi pemasaran sederhana**, khususnya untuk usaha kecil agar mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

Volume 5, Nomor 1, Juni 2025, Halaman : 433 - 438 ***p*-ISSN : 2807-7792** ***e*-ISSN : 2807-6907**

- **Manfaat kemasan yang menarik dan informatif**, termasuk pentingnya label sebagai bagian dari identitas produk dan bentuk tanggung jawab produsen terhadap informasi konsumen.

3. Tahap Praktik Lapangan

Setelah menerima penyuluhan, peserta diajak untuk langsung melakukan praktik pengemasan produk telur asin. Langkah-langkahnya adalah:

- Telur asin yang telah diproduksi dikemas dalam **keranjang kemasan** yang telah disiapkan. Setiap keranjang disesuaikan dengan ukuran dan jumlah tertentu, guna memberikan kesan rapi, profesional, dan seragam.
- Setiap keranjang diberi **stample label** yang telah didesain sebelumnya. Proses ini dilakukan oleh peserta secara mandiri, dengan arahan dari tim pengabdian, agar mereka memiliki keterampilan mencetak dan memasang label secara tepat.
- Tim juga memberikan contoh teknik **pengambilan gambar produk** menggunakan smartphone, serta cara membagikannya melalui media sosial seperti WhatsApp Business, Facebook, dan Instagram.

4. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Sebagai bagian akhir dari metode, dilakukan evaluasi singkat terhadap hasil pengemasan peserta, serta diskusi terbuka mengenai kendala dan masukan dari peserta. Tim pengabdian juga membuka komunikasi lanjutan jika masyarakat membutuhkan bimbingan tambahan, baik dalam pengemasan, pemasaran, maupun pengembangan produk.

Dengan metode penyuluhan yang disertai praktik langsung, diharapkan kegiatan ini mampu meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengelola produk pertanian secara mandiri dan profesional.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan penyuluhan dilakukan untuk siswa SMA sederajat sekabupaten Kuantan Singingi di Gedung Serba Guna Kampus Universitas Islam Kuantan Singingi. Pemilihan peserta penyuluhan yaitu siswa SMA sederajat karena hasil akhir yang ingin dicapai dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah adobsi ilmu dan teknologi bagi petani milenial, dimana dalam hal ini siswa SMA sederajat merupakan kandidat calon petani milenial yang akan dating.

Kegiatan penyuluhan dalam rangka pengabdian kepada masyarakat dengan peserta dari siswa SMA sederajat dilakukan dengan metode ceramah, diskusi tanya jawab antara pemateri dan peserta.

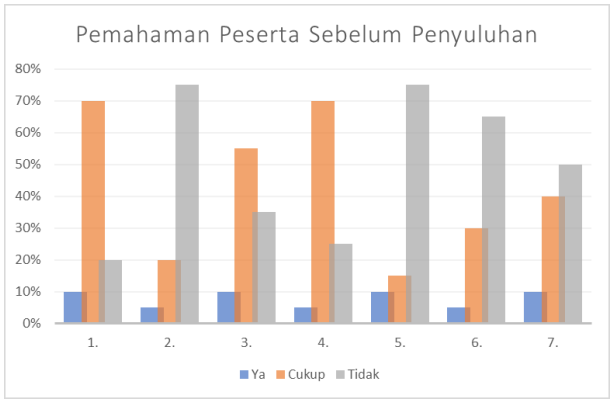
Gambar 1. Penyampaian Materi Penyuluhan dan Tanya Jawab dengan Peserta

BHAKTI NAGORI
(Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat)
***p*-ISSN : 2807-7792**
Volume 5, Nomor 1, Juni 2025, Halaman : 433 - 438 ***e*-ISSN : 2807-6907**

Adapun proses pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat kepada siswa SMA sederat sekabupateng Kuantan Singingi adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan diawali dengan mempersiapkan ruangan, mempersiapkan alat dan peraga pengemasan produk hasil pertanian, penyebaran kuisioner sebelum materi penyuluhan disampaikan.
2. Setelah itu, pembukaan acara oleh MC, pemberian kata sambutan oleh Dekan Fakultas Pertanian, Ketua Prodi Agribisnis dan doa.
3. Acara selanjutnya adalah penyampaian materi kepada siswa dan guru terkait pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produk hasil pertanian oleh petani milenial. Adapun materi yang disampaikan mengenai tujuan, manfaat, dan metode pemanfaatan teknologi yang dapat digunakan dalam memasarkan hasil hasil pertanian.
4. Selanjutnya kegiatan peragaan bentuk pengemasan produk hasil pertanian dalam hal ini yaitu produk telur asin yang dapat meningkatkan nilai jual dari produk tersebut. Tujuan pelaksanaan peragaan dan diskusi untuk memperdalam pengetahuan dan wawasan guru dan murid serta menambah keterampilan pemanfaatan teknologi dalam pemasaran hasil pertanian.
5. Acara terakhir adalah penutup dengan memberikan apresiasi kepada peserta yang aktif dalam kegiatan diskusi tanya jawab selama kegiatan berlangsung, dan penyebaran kuisioner setelah materi penyuluhan disampaikan.

Dari beberapa acara diatas, terdapat beberapa hal yang dapat dijelaskan yaitu : 1) peserta sangat antusias dan interaktif dalam mengikuti kegiatan penyuluhan dan peragaan pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produl hasil pertanian; 2) pengetahuan, wawasan, dan keterampilah siswa dalam pemanfaatan teknologi untuk pemasaran produk hasil pertanian masih sangat minim, hal ini dapat disimpulkan dari hasil kuisioner yang disebar sebelum kegiatan penyuluhan dilakukan yang tersaji dalam gambar 2.



Gambar 2. Pemahaman peserta sebelum penyuluhan

Gambar 2. menjelaskan bahwa pemahaman peserta akan pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produk hasil pertanian masih minim yaitu rata-rata 70% peserta belum memahami. Hal ini tergambar dari jawaban peserta dari beberapa aspek pertanyaan yang meliputi pemahaman akan istilah petani milenial, pemahaman tentang teknologi dalam pemasaran produk hasil pertanian, pemahaman terhadap jenis-jenis produk hasil pertanian, dan pemahaman akan pengaruh teknologi pada pemasaran produk hasil pertanian.

3.2. Respon Peserta Pelatihan

Peserta yang mengikuti kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini sangat antusias, terutama saat sesi penyuluhan pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produk hasil pertanian.

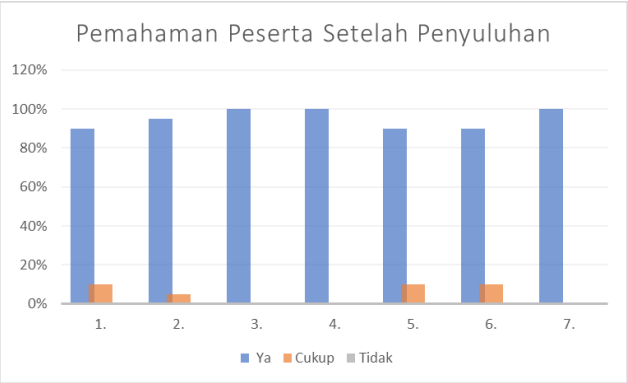
Volume 5, Nomor 1, Juni 2025, Halaman : 433 - 438 ***p*-ISSN : 2807-7792** ***e*-ISSN : 2807-6907**

Narasumber menawab semua pertanyaan yang diajukan oleh peserta dan memberikan Solusi sehingga peserta dapat memecahkan masalah yang mereka hadapi nantinya. Kegiatan penyuluhan dan diskusi berjalan dengan lancer dan sesuai dengan tujuan dan sasaran yang diinginkan.

3.3. Umpan Balik dari Peserta

Umpan balik ini merupakan bagian terpenting dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana peserta memahami materi penyuluhan yang diberikan serta penilaian peserta mengenai materi yang diberikan. Umpan balik ini digunakan sebagai bahan evaluasi bagi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa penyuluhan untuk menyusun roadmap pengabdian selanjutnya.

Evaluasi yang dilakukan bagi peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan cara menyebar kuisioner dengan aspek pertanyaan yang sama dengan kuisioner yang disebar sebelum kegiatan penyuluhan dilakukan. Hasil evaluasi dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Pemahaman peserta setalah penyuluhan

Pemahaman peserta setalah penyuluhan dapat tergambar dari persentase jawaban peserta setelah mengikutiti penyuluhan, dari gambar 5 dapat kita lihat bahwa hampir 100% peserta memahami metode pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produk hasil pertanian. Dari evaluasi pemahaman peserta setelah penyuluhan dapat kita jelaskan bahwa kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang dilakasanakan oleh tim pengabdian program studi Agribisnis ini telah mencapai tujuan dan sasaran yang diinginkan.

4. SIMPULAN

Kegiatan penyuluhan pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produk hasil pertanian bagi petani milenial dalam rangka pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan sangat baik. Peserta sangat antusias dan interaktif dalam mengikuti kegiatan penyuluhan dan peragaan pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produl hasil pertanian. Dari segi pengetahuan, wawasan, dan keterampilah siswa dalam pemanfaatan teknologi untuk pemasaran produk hasil pertanian yang semula masih minim, setelah mengikuti kegiatan penyuluhan siswa dapat memahami konsep-konsep pemanfaatan teknologi dalam pemasaran produk hasil pertanian.

5. SARAN

1. Melakukan pendampingan dari pihak univesitas dalam meningkatkan pengetahuan dan wawasan dan keterampilan siswa SMA sederajat mengenai pemasaran produk-produk pertanian

***p*-ISSN : 2807-7792**
Volume 5, Nomor 1, Juni 2025, Halaman : 433 - 438 ***e*-ISSN : 2807-6907**

2. Melakukan pendampingan dan pembinaan bagi guru dalam menggunakan teknologi pemasaran yang dapat digunakan untuk produk hasil pertanian yang nantinya dapat disalurkan kepada siswa

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan laporan ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penyusun mengucapkan rasa terimakasih kepada :

1. Rektor beserta Wakil Rektor I, II, dan III Universitas Islam Kuantan Singingi.
2. Ketua LPPMDI UNIKS beserta jajarannya
3. Dekan Fakultas Pertanian UNIKS
4. Ketua Program Studi Agribisnis UNIKS
5. Seluruh siswa siswa peserta kegiatan penyuluhan tentang Pemanfaatan Teknologi Dalam Pemasaran Produk Hasil Pertanian Oleh Petani Milenial di Kampus UNIKS
6. Segenap Tim Dosen Prodi Agribisnis Universitas Islam Kuantan Singingi.
7. Seluruh pihak yang terkait dan ikut berpastisipasi dalam kegiatan PKM.

DAFTAR PUSTAKA

Arianto, B. (2020). Analisis Peran Buzzer Media Sosial dalam. Peneliti Center for Forensic Accounting and Social Media Studies, 168-187.

Deni Apriadia, & Saputra, A. Y. (2017). E-CommerceBerbasis Marketplace Dalam Upaya MempersingkatDistribusi Penjualan Hasil Pertanian. (Rekayas a Sistem dan T eknol ogi Informasi), 131 -136.

Hadi, A. S., & Khairi, A. (2020). Pemilihan Strategi Pemasaran di Era Digital pada Kelompok Ibu PKK Desa Gadingharjo. DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat , 127-132.

Kementerian Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah.,2009. Pedoman Standar Kelayakan Kemasan Produk KUKM, Jakarta