

## Pemberdayaan Petani Lokal dengan Pelatihan Manajemen Usaha Agribisnis di Desa Bandar Jaya

Citra Rianzani<sup>1</sup>, Subandi<sup>2</sup>, Astri Shabrina<sup>3</sup>, Akmal Attamimi<sup>4</sup>

<sup>1,3,4</sup> Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Lampung, Indonesia

<sup>2</sup> Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

 Email : subandi@radenintan.ac.id

Received : 11-09-2021

Revised : 03-10-2021

Accepted : 13-10-2021

**Abstract:** The agribusiness business management training in Bandar Jaya Village is a form of community service that aims to empower local farmers to have managerial skills in managing agribusiness activities effectively and sustainably. Through a participatory approach, this activity provides an understanding of business planning, financial recording, cost and income analysis, and product marketing strategies. The results showed a significant improvement in participants' ability to develop business plans and understand the importance of cost efficiency. This activity is expected to be the foundation of farming transformation towards productive and market-oriented agribusiness patterns.

**Keywords:** empowerment, agribusiness management, training, local farmers, farm business

### Pendahuluan

Sektor pertanian merupakan salah satu penopang utama ekonomi Indonesia, dengan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan penyerapan tenaga kerja. Di wilayah pedesaan, pertanian tidak hanya menjadi mata pencaharian utama, tetapi juga sebagai identitas budaya dan sosial masyarakat. Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha pertanian, khususnya petani kecil, masih menghadapi berbagai persoalan mendasar, terutama dalam aspek pengelolaan usaha secara manajerial dan berbasis agribisnis.

Desa Bandar Jaya, yang terletak di Kecamatan Terbanggi Besar, Kabupaten Lampung Tengah, merupakan wilayah yang sangat potensial dalam bidang pertanian. Berbagai komoditas unggulan seperti padi, jagung, cabai, dan hortikultura ditanam secara luas oleh masyarakat desa. Meski demikian, pengelolaan usaha tani di wilayah ini masih sangat tradisional. Mayoritas petani hanya fokus pada aspek budidaya, sementara aspek manajemen usaha—meliputi perencanaan, pencatatan keuangan, penghitungan biaya produksi, hingga strategi pemasaran—masih diabaikan. Akibatnya, banyak petani mengalami kerugian yang sebenarnya bisa dihindari apabila aspek manajerial diperkuat.



Menurut data BPS Kabupaten Lampung Tengah tahun 2020, hanya sekitar 21% petani di wilayah tersebut yang memiliki pencatatan keuangan usaha tani, dan sebagian besar di antaranya belum menyusun rencana usaha secara tertulis. Bahkan, 68% petani tidak mengetahui berapa keuntungan bersih yang mereka peroleh setiap musim tanam, karena tidak melakukan penghitungan antara biaya input dan hasil panen. Fenomena ini menggambarkan lemahnya literasi manajerial di kalangan petani, yang dapat menghambat pengembangan usaha agribisnis secara berkelanjutan (Statistik 2020).

Literatur menunjukkan bahwa manajemen agribisnis yang baik dapat meningkatkan efisiensi produksi, memperbaiki perencanaan keuangan, serta memperluas akses pasar dan pembiayaan. Menurut Saptana & Effendi (2018), penguatan kapasitas manajerial petani berperan penting dalam meningkatkan nilai tambah usaha tani dan memperkuat posisi tawar petani di pasar (Saptana and Effendi 2018). Selain itu, Syahyuti (2016) menyatakan bahwa petani yang memiliki pemahaman tentang perencanaan usaha dan pencatatan keuangan lebih mampu bertahan dalam kondisi harga yang fluktuatif dan tekanan pasar yang kompetitif (Syahyuti 2016).

Kondisi petani di Desa Bandar Jaya sangat mencerminkan urgensi pelatihan manajemen agribisnis. Meski terdapat kelompok tani yang aktif, namun kegiatan mereka lebih banyak berfokus pada bantuan alat atau sarana produksi, bukan pada pembinaan kapasitas kewirausahaan dan pengelolaan usaha. Pelatihan yang bersifat teknis (seperti pelatihan pupuk atau pembasmian hama) sudah sering dilakukan, namun belum pernah ada pelatihan komprehensif yang membahas manajemen usaha secara holistik. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan manajemen usaha agribisnis menjadi sangat relevan dan mendesak. Kegiatan ini dirancang untuk menjawab kebutuhan nyata petani lokal dalam meningkatkan keterampilan manajerial yang selama ini terabaikan. Dengan memberikan pelatihan yang terstruktur dan aplikatif, diharapkan petani di Desa Bandar Jaya dapat lebih mandiri dalam mengelola usaha mereka, memiliki kesadaran terhadap efisiensi dan keberlanjutan, serta mampu memanfaatkan peluang pasar yang ada.

## **Metode**

Kegiatan pengabdian ini menggunakan metode penyuluhan pertanian yang difokuskan pada aspek pemasaran hasil pertanian sebagai bagian dari manajemen usaha agribisnis. Pendekatan penyuluhan dipilih karena bersifat edukatif, komunikatif, dan partisipatif, serta terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan petani secara langsung (Supriadi 2017). Dengan pendekatan ini, petani tidak hanya memperoleh informasi, tetapi juga diajak berpikir kritis dan mencari solusi bersama dalam mengatasi masalah pemasaran yang mereka hadapi. Penyuluhan dilakukan melalui ceramah, diskusi, simulasi, serta praktik penyusunan strategi pemasaran. Materi pelatihan disesuaikan dengan kondisi lokal, mencakup teknik segmentasi pasar, penentuan harga, promosi, hingga strategi penjualan langsung dan digital. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di Desa Bandar Jaya, Kecamatan Terbanggi Besar, Kabupaten Lampung

Tengah, Provinsi Lampung. Wilayah ini merupakan sentra pertanian hortikultura dan palawija, namun menghadapi tantangan dalam distribusi dan pemasaran hasil panen. Kegiatan berlangsung dari Juli hingga September 2021, yang meliputi tahap survei dan penyusunan modul (Juli), pelaksanaan penyuluhan dan pelatihan interaktif (Agustus), serta pendampingan lapangan dan evaluasi akhir (September). Subjek kegiatan adalah 30 petani dari tiga kelompok tani aktif, dengan kriteria belum pernah mengikuti pelatihan pemasaran agribisnis, aktif dalam kegiatan pertanian, serta memiliki produk yang dapat dipasarkan secara langsung maupun daring. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan penyuluhan partisipatif.

Materi disampaikan melalui ceramah dan diskusi interaktif, simulasi pembuatan konten pemasaran digital, serta Focus Group Discussion (FGD) untuk menggali pengalaman dan potensi strategi lokal. Kegiatan juga mencakup pendampingan lapangan dalam penerapan strategi pemasaran, termasuk penggunaan WhatsApp Business, serta evaluasi partisipatif yang menilai peningkatan pengetahuan, kemampuan, dan perubahan sikap peserta. Keberhasilan kegiatan diukur berdasarkan peningkatan skor post-test pada minimal 80 persen peserta, penerapan strategi pemasaran oleh 60 persen peserta, terbentuknya minimal dua jalur distribusi baru di luar tengkulak, serta adanya perubahan sikap menuju pengelolaan usaha tani yang lebih profesional.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **1. Tahap Pelaksanaan**

#### **a. Survei Awal dan Analisis Situasi**

Tim pengabdian melakukan wawancara dan observasi terhadap pelaku tani di Desa Bandar Jaya untuk mengetahui tantangan pemasaran yang dihadapi. Diketahui bahwa sebagian besar petani belum memiliki strategi pemasaran yang terencana, mengandalkan tengkulak, dan belum memanfaatkan teknologi digital.

#### **b. Perencanaan Materi dan Modul Penyuluhan**

Tim menyusun modul pelatihan bertema “Manajemen Pemasaran dalam Usaha Agribisnis”, yang meliputi analisis pasar dan konsumen, penentuan harga jual, strategi promosi sederhana, serta pemanfaatan media sosial untuk pemasaran hasil pertanian

#### **c. Penyuluhan dan Pelatihan Interaktif**

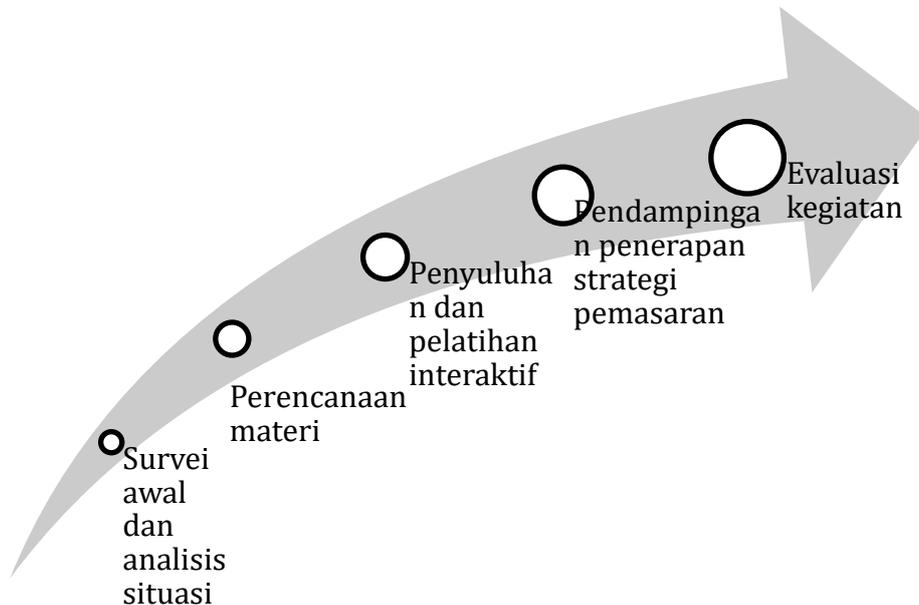
Pelatihan dilaksanakan selama tiga hari secara langsung, dengan penyampaian materi disertai diskusi kelompok, studi kasus, dan tanya jawab. Penyuluhan dilengkapi dengan simulasi praktik pemasaran digital sederhana melalui WhatsApp Business dan Facebook Marketplace.

#### **d. Pendampingan Penerapan Strategi Pemasaran**

Petani didampingi selama dua bulan untuk menerapkan strategi pemasaran yang telah mereka rancang dalam pelatihan. Monitoring dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang diterapkan masing-masing peserta.

#### **e. Evaluasi Kegiatan**

Evaluasi dilakukan melalui kuesioner pre-test dan post-test, serta wawancara mendalam untuk mengetahui perubahan persepsi, pengetahuan, dan praktik pemasaran peserta.



Gambar 1. Tahapan kegiatan

Kegiatan pelatihan dilaksanakan secara luring di balai desa Bandar Jaya selama tiga hari berturut-turut, diikuti oleh 30 petani yang tergabung dalam tiga kelompok tani aktif. Peserta terdiri dari petani muda dan dewasa, dengan rentang usia antara 25 hingga 55 tahun. Pelaksanaan dilakukan dengan protokol kesehatan yang ketat mengingat masih dalam masa pandemi pada tahun 2021.

Hari pertama difokuskan pada pengenalan konsep dasar manajemen agribisnis dan tantangan pemasaran lokal. Hari kedua berfokus pada teknik promosi dan pemasaran digital. Hari ketiga adalah sesi praktik langsung dan penyusunan rencana pemasaran individu. Peserta menunjukkan antusiasme tinggi. Mereka menyampaikan bahwa kegiatan semacam ini belum pernah mereka ikuti sebelumnya, khususnya yang berkaitan dengan promosi dan digitalisasi pemasaran.



Gambar 2. Pelaksanaan kegiatan hari ke 1

Salah satu keberhasilan utama kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman peserta terhadap pentingnya manajemen pemasaran dalam usaha agribisnis. Sebelum kegiatan, mayoritas peserta menyatakan bahwa mereka tidak mengetahui strategi pemasaran secara formal. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebelumnya, penjualan produk pertanian dilakukan secara spontan dan bergantung pada tengkulak. Setelah pelatihan, peserta mulai memahami konsep segmentasi pasar, penetapan harga berbasis biaya dan margin keuntungan, serta pentingnya membangun hubungan langsung dengan konsumen. Mereka juga menunjukkan pemahaman mengenai pentingnya citra produk, kualitas kemasan, dan konsistensi suplai. Sebagaimana dikemukakan oleh Nuryanti dan Swastika (2011), peningkatan pemahaman petani terhadap unsur manajerial dalam agribisnis merupakan syarat utama untuk meningkatkan daya saing produk pertanian lokal (Nuryanti and Swastika 2011).

Pasca pelatihan, tim pengabdian melakukan pendampingan bulan untuk memastikan peserta menerapkan strategi pemasaran yang telah disusun. Dari hasil monitoring, ditemukan bahwa sekitar 70% peserta mulai menerapkan metode pemasaran baru, antara lain pemanfaatan WhatsApp Business untuk mengirim katalog produk ke pelanggan tetap dan komunitas lokal, pemasaran melalui Facebook Marketplace, terutama untuk komoditas hortikultura yang bersifat cepat rusak, penetapan harga berbasis analisis biaya, bukan sekadar mengikuti harga pasar atau tawaran tengkulak.

Salah satu peserta, seorang petani cabai berusia 35 tahun, menyatakan bahwa setelah menerapkan penjualan langsung ke konsumen menggunakan media sosial, ia mampu meningkatkan margin keuntungan hingga 25% karena tidak lagi tergantung pada tengkulak. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Saptana dan Effendi (2018) bahwa diversifikasi saluran distribusi dapat meningkatkan pendapatan petani sekaligus memperluas akses pasar (Saptana and Setiawan 2020).

Perubahan sikap menjadi indikator penting dari keberhasilan penyuluhan. Sebelum kegiatan, banyak peserta merasa pemasaran adalah urusan pedagang, bukan petani. Namun setelah kegiatan berlangsung, terjadi perubahan persepsi bahwa pemasaran adalah bagian integral dari usaha tani. Beberapa indikator perubahan sikap yang teridentifikasi yaitu petani mulai mencatat hasil panen dan harga jual secara rapi, mereka aktif berdiskusi dan bertanya tentang teknik negosiasi harga dengan pembeli, terdapat inisiatif dari kelompok tani untuk membuat akun media sosial bersama guna promosi produk unggulan desa. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan bukan hanya meningkatkan pengetahuan teknis, tetapi juga membangun rasa percaya diri dan semangat kewirausahaan di kalangan petani lokal.

## **Diskusi**

Dalam perspektif teoretik, perubahan ini dapat dijelaskan melalui pendekatan *empowerment theory* yang dikemukakan oleh Zimmerman, bahwa pemberdayaan terjadi ketika individu memperoleh kontrol atas keputusan yang memengaruhi hidup mereka,

termasuk dalam aspek ekonomi (Douglas D. Perkins and Marc Zimmerman 1995). Melalui kegiatan pelatihan yang bersifat partisipatif dan aplikatif, petani memperoleh keterampilan praktis sekaligus meningkatkan rasa percaya diri untuk mengambil keputusan pemasaran secara mandiri. Hal ini tercermin dari inisiatif peserta menggunakan WhatsApp Business dan Facebook Marketplace sebagai media promosi, serta keterlibatan aktif dalam menyusun rencana pemasaran individu.

Temuan ini sejalan dengan konsep *diffusion of innovation* dari Rogers (2003), yang menjelaskan bahwa adopsi inovasi akan terjadi secara bertahap dimulai dari kelompok perintis (*early adopters*) yang kemudian dapat memengaruhi komunitas secara luas (Everett M. Rogers 2000). Dalam konteks ini, petani yang lebih muda dan terbiasa menggunakan teknologi tampak menjadi motor penggerak dalam memperkenalkan strategi pemasaran digital kepada rekan-rekannya. Proses adopsi inovasi ini juga memperlihatkan bahwa penyuluhan yang efektif tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga menciptakan ruang belajar kolaboratif yang memungkinkan transfer pengetahuan secara horizontal antar peserta.

## **Kesimpulan**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan manajemen usaha agribisnis dengan fokus pada aspek pemasaran bagi petani di Desa Bandar Jaya memberikan dampak positif dan nyata terhadap peningkatan kapasitas petani lokal. Melalui metode penyuluhan yang partisipatif dan praktis, petani tidak hanya memahami pentingnya strategi pemasaran dalam usaha tani, tetapi juga mulai menerapkan teknik-teknik sederhana seperti promosi digital, pengemasan produk yang lebih menarik, serta penetapan harga berbasis biaya. Perubahan paling mencolok terjadi pada aspek pengetahuan, sikap, dan kemandirian petani dalam mengelola hasil panen secara berorientasi pasar. Program ini berhasil menggeser paradigma bahwa pemasaran hanya urusan tengkulak, menjadi kesadaran baru bahwa petani juga memiliki peran dan kontrol dalam distribusi produk mereka. Secara umum, kegiatan ini membuktikan bahwa pendekatan edukatif melalui penyuluhan agribisnis sangat relevan dan strategis dalam memberdayakan petani, khususnya di wilayah yang memiliki potensi produksi namun terkendala akses pasar.

## **Daftar Pustaka**

- Douglas D. Perkins, and Marc Zimmerman. 1995. "Empowerment Theory, Research, and Application." *American Journal of Community Psychology* 23 (5).
- Everett M. Rogers. 2000. *Third Edition of Diffusion of Innovations*. The Free Press A Division of Macmillan Publishing.

- Ilham, A., Fatriansyah, A., Shabrina, A., & Syarifudin, M. (2021). *Program Pendidikan Vokasional untuk Penerapan Teknologi Tepat Guna dalam Agribisnis*. 1.
- Mustofa, I., Amalia, S., & Attamimi, A. (2021). *Program Pendidikan Vokasional untuk Pengembangan Produk Olahan Pertanian Singkong di Komunitas Kelompok Tani Surabaya Baru , Lampung Tengah*. 1.
- Nuryanti, S., and D.K.S. Swastika. 2011. "Strategi pengembangan agribisnis berbasis petani." *Jurnal Forum Penelitian Agro Ekonomi* 29 (2): 91-106.
- Oktaria, V., Dian, A., Permatahati, P., Budianto, A., & Dewi, T. (2021). *Optimalisasi Keterampilan Praktis Petani melalui Program Pendidikan Vokasional Agribisnis di Daerah Gedong Tataan*. 1.
- Saptana, and R. Effendi. 2018. "Model pemberdayaan petani dalam pengembangan agribisnis hortikultura." *Jurnal Agro Ekonomi* 36 (1): 1-20.
- Saptana, and B. Setiawan. 2020. "Transformasi agribisnis dan kelembagaan petani." *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian* 18 (2): 137-51.
- Shabrina, A., Azhari, I., & Dewi, T. (2021). *Transformasi Sistem Pembelajaran Agribisnis untuk Meningkatkan Kompetensi Tenaga Kerja di Wilayah Teluk Betung Tahun 2021*. 1.
- Statistik, Badan Pusat. 2020. *Statistik pertanian Kabupaten Lampung Tengah 2020*. BPS Kabupaten Lampung Tengah.
- Supriadi, H. 2017. "Efektivitas metode penyuluhan dalam meningkatkan kompetensi petani." *Jurnal Penyuluhan Pertanian* 12 (3): 45-52.
- Syahyuti. 2016. "Manajemen usahatani untuk petani kecil." *Pusat Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Kementerian Pertanian Republik Indonesia*.