

## Pendampingan Manajemen Pemasaran Pada Siswa SMK Agrobisnis Yayasan Nahdilyin Gunung Lerang

### Marketing Management Assistance for Students of SMK Agribusiness Nahdilyin Gunung Lerang Foundation

Fitriani<sup>1\*</sup>, Jumarni<sup>1</sup>, Rahma Hidayati Darwis<sup>1</sup>, Ida Farida<sup>1</sup>, Sardina<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Institut Agama Islam Negeri Bone, Indonesia

\*Corresponding Author: [arieffitriani@gmail.com](mailto:arieffitriani@gmail.com)

Received: 11-12-2024

Accepted: 24-12-2024

Published: 24-12-2024

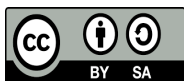
**Abstract:** SMK Agrobisnis Yayasan Nahdilyin Gunung Lerang is an educational institution that aims to develop student's skills in agribusiness, which is the main economic sector in the Gunung Lerang region. However, students often face challenges in understanding and implementing effective marketing strategies, both through traditional and digital methods, thus requiring more targeted assistance. This community service program was implemented on 28 February 2023, involving 28 students of SMK Agrobisnis in two main sessions: socialization and discussion. The materials presented included basic marketing concepts, marketing strategies, promotion techniques, product quality improvement, and utilization of digital platforms to expand marketing. This approach was supported by practical skills training, such as creating attractive marketing content and mastering business communication. The results showed that students gained an increased understanding of more effective marketing strategies, the use of digital media for promotion, and product quality to be more competitive. This assistance not only provides technical benefits but also contributes to the development of the local agribusiness sector and community economic empowerment.

**Keywords:** Agribusiness, marketing, mentoring, digitalization, student empowerment

**Abstrak:** . SMK Agrobisnis Yayasan Nahdilyin Gunung Lerang merupakan lembaga pendidikan yang bertujuan mengembangkan keterampilan siswa di bidang agribisnis, yang merupakan sektor ekonomi utama di wilayah Gunung Lerang. Namun, siswa sering kali menghadapi tantangan dalam memahami dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif, baik melalui metode tradisional maupun digital, sehingga memerlukan pendampingan yang lebih terarah. Program pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 28 Februari 2023, dengan melibatkan 28 siswa/siswi SMK Agrobisnis dalam dua sesi utama: sosialisasi dan diskusi. Materi yang disampaikan meliputi konsep dasar pemasaran, strategi pemasaran, teknik promosi, peningkatan kualitas produk, serta pemanfaatan platform digital untuk memperluas pemasaran. Pendekatan ini

didukung dengan pelatihan keterampilan praktis, seperti pembuatan konten pemasaran yang menarik dan penguasaan komunikasi bisnis. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa siswa memperoleh peningkatan pemahaman mengenai strategi pemasaran yang lebih efektif, penggunaan media digital untuk promosi, serta kualitas produk agar lebih kompetitif. Pendampingan ini tidak hanya memberikan manfaat teknis, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan sektor agribisnis lokal dan pemberdayaan ekonomi masyarakat.

**Kata Kunci:** Agribisnis, pemasaran, pendampingan, digitalisasi, pemberdayaan siswa.



Copyright © 2024 by Author(s)

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

## PENDAHULUAN

SMK Agribisnis Yayasan Nahdilyin Gunung Lerang adalah lembaga pendidikan yang bertujuan mengembangkan keterampilan siswa di bidang agribisnis, salah satu sektor ekonomi utama di daerah Gunung Lerang dengan potensi agraris yang melimpah (Observasi, 2023). Yayasan Nahdilyin Gunung Lerang bertujuan untuk memberdayakan siswa agar dapat memanfaatkan sumber daya lokal secara optimal melalui pelatihan keterampilan dan pengetahuan yang relevan, sehingga mampu bersaing maupun menciptakan usaha mandiri di sektor agribisnis.

Dalam era persaingan global dan digitalisasi, kemampuan pemasaran telah menjadi elemen penting yang menentukan keberhasilan suatu usaha. Persaingan yang semakin ketat menuntut para pelaku bisnis untuk terus berinovasi dalam memasarkan produk mereka agar tetap relevan di pasar yang dinamis. Produk agribisnis, seperti hasil tani, olahan makanan, dan produk lokal lainnya, memiliki potensi besar untuk berkembang jika didukung oleh strategi pemasaran yang efektif. Pendekatan yang tepat dapat membantu produk-produk ini menjangkau pasar yang lebih luas sekaligus meningkatkan daya saing di tengah arus globalisasi (Nurani et al., 2021). Namun, siswa SMK Agribisnis sering kali menghadapi keterbatasan dalam memahami dan menerapkan teknik pemasaran secara efektif. Pengetahuan mereka mengenai strategi pemasaran tradisional masih terbatas, terutama dalam hal membangun hubungan dengan konsumen dan mengelola distribusi produk secara optimal. Di sisi lain, kemampuan siswa dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran juga belum sepenuhnya berkembang. Padahal, pemasaran digital

memiliki peran yang sangat penting dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan memperkenalkan produk secara cepat dan efisien. Keterbatasan akses terhadap pelatihan dan sumber daya teknologi sering menjadi salah satu kendala utama. Situasi ini menunjukkan perlunya program pembelajaran yang terintegrasi, baik dalam aspek teori maupun praktik. Dengan bimbingan yang tepat, siswa SMK Agrobisnis dapat lebih siap menghadapi tantangan pemasaran modern, sekaligus meningkatkan peluang keberhasilan mereka dalam memasarkan produk agribisnis di era digital.

Tujuan utama SMK Agrobisnis adalah menghasilkan lulusan yang mandiri dan kompeten di bidang agribisnis. Untuk mencapainya, siswa perlu memahami konsep dasar pemasaran, strategi pemasaran, dan teknik promosi. Pemahaman yang mendalam tentang strategi pemasaran dapat membantu untuk meningkatkan pendapatan dan daya saing di pasar. Penerapan strategi pemasaran yang efektif dan efisien sangat penting untuk perkembangan pasar (Yeni & Sl, 2021), (Estefany et al., 2022); (Kusumayanti & Wibisono, 2020).

Strategi pemasaran yang efektif membutuhkan pemahaman mendalam tentang konsep bauran pemasaran, yang dikenal dengan istilah 4P: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), dan promosi (*promotion*). Keempat elemen ini berfungsi sebagai pilar utama dalam merancang strategi yang mampu menarik perhatian konsumen sekaligus memenuhi kebutuhan pasar. Penerapan bauran pemasaran yang tepat dapat memberikan dampak positif terhadap kinerja penjualan. Misalnya, dengan menawarkan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen dan menetapkan harga yang kompetitif, peluang untuk meningkatkan daya tarik produk akan semakin besar. Selain itu, distribusi yang efisien dan promosi yang kreatif juga menjadi faktor penting dalam memperluas jangkauan pasar. Dalam konteks ini, kombinasi yang seimbang dari setiap elemen 4P menjadi kunci keberhasilan strategi pemasaran. Pelaku usaha yang mampu mengoptimalkan bauran pemasaran akan lebih mudah beradaptasi dengan dinamika pasar dan menciptakan pertumbuhan volume penjualan yang signifikan (Anjayani & Febriyanti, 2022). Selain itu, pentingnya promosi dalam pemasaran tidak dapat diabaikan. Promosi yang tepat dapat meningkatkan minat beli konsumen, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan penjualan. Dalam konteks

agribisnis, promosi dapat dilakukan melalui berbagai saluran, termasuk media sosial, yang semakin relevan di era digital saat ini (Santoni et al., 2023), (Triadi & Darnita, 2021).

Program ini dirancang untuk membantu siswa memahami aspek-aspek penting dalam mempromosikan produk agribisnis dan merancang strategi pemasaran yang efektif. Dengan demikian, pendampingan ini tidak hanya berfokus pada pengembangan keterampilan teknis siswa, tetapi juga mendukung pengembangan sektor agribisnis lokal. Melalui pendekatan ini, siswa dapat lebih siap menghadapi tantangan dunia kerja sekaligus memaksimalkan potensi agribisnis di daerah Gunung Lerang, sehingga dapat berkontribusi pada perkembangan ekonomi daerah dan membuka peluang bisnis yang lebih luas bagi masyarakat setempat.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMK Agrobisnis Yayasan Nahdilyin Gunung Lerang yang dilaksanakan pada tanggal 28 Februari 2023 dan dihadiri oleh 28 (dua puluh delapan) siswa/siswi. Kegiatan ini dilakukan dengan beberapa tahapan, yaitu: Tahap Persiapan, Tahap Pelaksanaan dan Evaluasi Kegiatan.

Tahap Persiapan merupakan rencana awal untuk memastikan keberlangsungan kegiatan pengabdian. Beberapa kegiatan yang dilakukan yaitu: 1) Survei dan Observasi untuk mengidentifikasi kemungkinan permasalahan yang dihadapi oleh SMK Agrobisnis Yayasan Nahdilyin Gunung Lerang, khususnya terkait masalah agrobisnis. 2) Koordinasi dengan pihak yayasan terkait kesiapan waktu dan tempat kegiatan. 3) Materi kegiatan, Menyusun materi sosialisasi terkait permasalahan yang dialami.

Tahap pelaksanaan, pada tahap ini terdiri dari metode pendekatan, yaitu: 1) Sosialisasi Program, Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diawali dengan sosialisasi kepada siswa/siswi SMK Agrobisnis Yayasan Nahdilyin Gunung Lerang. Sosialisasi ini berupa pemaparan materi terkait permasalahan yang dihadapi siswa, dengan tujuan memberikan peningkatan pengetahuan dan keterampilan yang relevan. Materi yang disampaikan diharapkan dapat diterapkan oleh siswa dalam kegiatan agribisnis mereka. 2) Diskusi, kegiatan

dilanjutkan dengan sesi diskusi dalam bentuk tanya jawab antara pemateri dan peserta. Diskusi ini bertujuan untuk memastikan peserta memahami materi yang telah disampaikan. Selain itu, melalui diskusi, proses sosialisasi menjadi lebih interaktif, memungkinkan terjadinya berbagi pengalaman dan pembahasan permasalahan yang sedang dihadapi peserta. Dengan pendekatan ini, kegiatan pengabdian tidak hanya berfokus pada transfer pengetahuan, tetapi juga menciptakan dialog yang konstruktif untuk mendukung pengembangan keterampilan siswa.

Tahap Evaluasi kegiatan, evaluasi dilakukan untuk menilai hasil dan dampak dari adanya kegiatan terhadap para peserta. Evaluasi dilakukan dengan cara mengumpulkan feedback dari para peserta kegiatan mengenai pelaksanaan kegiatan, materi yang disampaikan dan saran untuk perbaikan dalam kegiatan selanjutnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMK Agrobisnis Yayasan Nahdilyin Gunung Lerang dilaksanakan dalam dua sesi utama, yaitu sosialisasi dan diskusi. Materi yang disampaikan mencakup konsep dasar pemasaran, strategi pemasaran, teknik promosi, serta berbagai aspek penting lainnya untuk meningkatkan kompetensi siswa dalam pengelolaan usaha agribisnis.

1. Pada pelatihan sesi pertama dilakukan penyampaian materi tentang konsep dasar pemasaran, strategi pemasaran, teknik promosi untuk meningkatkan kompetensi siswa dalam pengelolaan usaha agribisnis.
  - a. Konsep Dasar Pemasaran, Siswa diajarkan mengenai pentingnya pemasaran sebagai mediasi antara produksi dan konsumen. Penjelasan mencakup elemen-elemen pemasaran, seperti segmentasi pasar, target pasar, dan positioning produk.
  - b. Strategi Pemasaran, Materi ini mencakup berbagai strategi untuk memaksimalkan daya saing produk agribisnis, seperti analisis SWOT, penetapan harga, dan strategi promosi yang efektif.
  - c. Teknik Promosi, Siswa diperkenalkan pada teknik promosi tradisional dan digital. Fokus diberikan pada cara menarik perhatian konsumen

- melalui media sosial, e-commerce, dan kampanye pemasaran yang kreatif.
- d. Peningkatan Kualitas Produk, Kemasan: Siswa diajarkan pentingnya desain kemasan yang menarik dan fungsional untuk meningkatkan daya tarik produk. Desain Brand: Penekanan diberikan pada pembuatan identitas merek (brand identity) yang konsisten dan profesional.
  - e. Legalitas Hukum: Informasi tentang proses pengurusan izin produksi dan sertifikasi halal, sehingga produk yang dihasilkan memenuhi standar dan sesuai kebutuhan konsumen.
  - f. Pendampingan Kolaborasi dengan Lab. Kewirausahaan IAIN Bone, Siswa diajak untuk memanfaatkan fasilitas lab kewirausahaan di IAIN Bone sebagai sarana promosi untuk mengembangkan penjualan produk. Kolaborasi ini bertujuan memperluas jaringan pemasaran kapasitas bisnis siswa.
2. Pada pelatihan sesi kedua dilakukan diskusi interaktif yang bertujuan memperdalam pemahaman siswa terhadap materi yang telah disampaikan. Beberapa kegiatan dalam diskusi ini meliputi:
- a. Penggunaan Platform Digital, Siswa diajarkan penggunaan media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, untuk memasarkan produk. penggunaan platform e-commerce seperti Shopee dan Lazada untuk memperluas jangkauan pasar.
  - b. Pembuatan Konten Pemasaran, Siswa di arahkan membuat foto produk yang menarik, video promosi yang kreatif, dan deskripsi produk yang persuasif untuk meningkatkan minat konsumen.



**Gambar 1:** Pelaksanaa Pelatihan di SMK Agrobisnis

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di SMK Agrobisnis Yayasan Nahdilyin Gunung Lerang telah memberikan pemahaman mendalam tentang konsep dasar pemasaran, strategi pemasaran, dan teknik promosi. Siswa juga mendapatkan wawasan mengenai peningkatan kualitas produk melalui desain kemasan, branding, serta legalitas hukum baik izin produksi dan juga sertifikasi halal. Selain itu, siswa dilatih memanfaatkan platform digital, seperti media sosial dan e-commerce, untuk memperluas jangkauan pemasaran. Pendampingan perlu dilakukan secara berkelanjutan agar siswa terus mendapatkan pembaruan informasi tentang tren dan teknologi terbaru khususnya dalam hal pemasaran.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anjayani, R. P., & Febriyanti, I. R. (2022). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Untuk Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Pada UMKM YJS Sukabumi). In *Jurnal Multidisiplin Madani*. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i9.1175>
- Estefany, N. V., Masruchin, N., & Latifah, F. N. (2022). Penerapan Strategi Pemasaran Syariah UMKM Kampung Pia Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat. In *Syarikat Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5\(1\).9358](https://doi.org/10.25299/syarikat.2022.vol5(1).9358)
- Kusumayanti, D., & Wibisono, S. T. E. M. A. (2020). Pendampingan Promosi

- Digital Bagi UMKM Kota Bogor. In *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*.  
<https://doi.org/10.37641/jadkes.v1i2.521>
- Nurani, N., Widhajati, E., Minarni, E., & Eldon, M. (2021). Pelatihan Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di PLUT KUMKM Tulungagung. In *Janita Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.36563/pengabdian.v1i1.260>
- Observasi. (2023). *Pondok Pesantren Nahdliyin Agrobisnis Gunung Lerang*.  
<https://nahdliyinagrobisnislerang.com/>
- Santoni, M. M., Chamidah, N., Indarso, A. O., Prasvita, D. S., Indriana, I. H., & Seto, H. B. (2023). Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Konten Produk Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi Melalui Media Sosial Dengan Aplikasi Canva. In *Surya Abdimas*.  
<https://doi.org/10.37729/abdimas.v7i1.2206>
- Triadi, D., & Darnita, C. D. (2021). Strategi Membangun Brand Image Dan Promosi Dengan Sosial Media Pada UMKM Jawet Sama Arep. In *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v9i2.241>
- Yeni, H., & Si, J. F. I. (2021). Analisis Pengaruh Strategi Adaptasi Terhadap Kinerja UMKM Di Kabupaten Mamuju. In *Akmen Jurnal Ilmiah*.  
<https://doi.org/10.37476/akmen.v18i3.2041>