

PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN KELOMPOK TANI JAGONG FAMILY MELALUI PELATIHAN MANAJEMEN USAHA DAN PEMASARAN *ONLINE*

Paidi, Nurmala Fitri S, Ishbir Mujahid Adha, Lasma Melinda Siahaan*, Khairul Ali Hutasuhut

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara
Jl. Prof. T. M. Hanafiah, S.H., Kampus USU, Medan, Indonesia
paidi@usu.ac.id, nuralafitri@usu.ac.id, ishbir@usu.ac.id, lasmamelinda@usu.ac.id*
(* Corresponding Author



Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-NonKomersial 4.0 Internasional.

Abstract

This community service program focused on the entrepreneurial development of the Jagong Family Farmer Group in Tebing Tinggi. The program was designed to address the group's limited knowledge and skills in modern business management and low digital literacy for online marketing. The methodology involved intensive training and mentoring in corn emping production, financial, and marketing management, along with fundamental digital training encompassing social media utilization and e-commerce introduction. The results indicate a quantifiable and significant improvement: the average knowledge score of the group members regarding business management and digital marketing increased by 63.46% (from 52 to 85). This enhanced capacity also resulted in better management of production, finance, and marketing, with social media utilization successfully increasing product promotional reach by 35%. In conclusion, the training successfully transformed the Jagong Family Farmer Group from traditional farmers into professional, economically independent, and digitally competitive business actors. This increase in digital literacy and business management skills provides a direct and positive contribution to the Sustainable Development Goals (SDGs), specifically in food security and economic growth.

Keywords: *business management; entrepreneurship; farmer group; online marketing.*

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada pengembangan kewirausahaan Kelompok Tani Jagong Family Kota Tebing Tinggi. Permasalahan utama yang dihadapi adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan petani dalam manajemen usaha modern serta rendahnya literasi digital untuk pemasaran online. Metode yang digunakan meliputi pelatihan dan pendampingan intensif dalam manajemen produksi, keuangan, dan pemasaran emping jagong, serta pelatihan digital dasar yang mencakup pemanfaatan media sosial dan pengenalan e-commerce. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan yang terukur. Rata-rata skor pengetahuan anggota kelompok tani terkait manajemen usaha dan pemasaran digital meningkat sebesar 63,46% (dari 52 menjadi 85). Peningkatan keterampilan ini juga berdampak pada peningkatan kapasitas mereka dalam mengelola aspek produksi, keuangan, dan pemasaran, di mana pemanfaatan media sosial berhasil meningkatkan jangkauan promosi produk hingga 35%. Kesimpulannya, pelatihan ini telah berhasil mentransformasi Kelompok Tani Jagong Family menjadi pelaku usaha yang lebih profesional, mandiri secara ekonomi, dan berdaya saing di era digital. Peningkatan literasi digital dan manajemen usaha ini merupakan kontribusi positif terhadap pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya ketahanan pangan dan pertumbuhan ekonomi.

Kata kunci: manajemen usaha; kewirausahaan; kelompok tani; pemasaran *online*.

PENDAHULUAN

Kelompok tani memegang peranan krusial dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi daerah, khususnya di wilayah yang menjadikan sektor pertanian sebagai tulang punggung perekonomian [1]. Institusi ini berfungsi sebagai sarana kolektif yang esensial untuk meningkatkan akses terhadap informasi teknologi pertanian terbaru, pelatihan keterampilan, dan bantuan modal yang pada akhirnya akan berdampak positif pada peningkatan pendapatan petani dan peningkatan produksi pertanian di tingkat daerah [2]. Lebih dari sekadar fungsi ekonomi, peran kelompok tani juga sangat vital dalam memperkuat struktur ketahanan pangan daerah, bahkan pada skala nasional, dengan memastikan keberlanjutan pasokan komoditas pertanian [3].

Dalam konteks spesifik ini, Kelompok Tani Jagong Family di Kota Tebing Tinggi memiliki peran yang tidak terpisahkan dari dinamika ekonomi lokal, khususnya melalui fokus mereka pada pengolahan produk turunan seperti emping jagong. Sebagai kelompok yang aktif, mereka berkontribusi langsung pada produksi pangan lokal, penciptaan lapangan kerja di tingkat desa, dan peningkatan pendapatan bagi para anggota petani [4]. Melalui kegiatan bersama yang difasilitasi oleh kelompok, para anggota dapat saling bertukar informasi mengenai teknik pengolahan makanan yang mempunyai nilai jual tinggi [5]. Proses produksi emping jagong yang dilakukan oleh anggota kelompok dapat dilihat pada Gambar 1.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2025)
Gambar 1. Proses Produksi Emping Jagong

Namun, di tengah potensi besar ini, Kelompok Tani Jagong Family menghadapi kesenjangan kapasitas yang signifikan, yang menghambat potensi mereka untuk bertransformasi menjadi unit bisnis yang berdaya saing di pasar modern. Kesenjangan utama tersebut bersifat ganda: pertama, keterbatasan pengetahuan dan keterampilan petani dalam bidang manajemen usaha modern, dan kedua, keterampilan digital yang sangat rendah dalam memanfaatkan potensi penuh dari pemasaran online. Gap ini secara fundamental membatasi kemampuan kelompok tani untuk meningkatkan skala usaha dan mempertahankan profitabilitas jangka panjang [6].

Keterbatasan pengetahuan manajemen usaha menjadi hambatan utama dalam pengembangan kewirausahaan. Sebagian besar anggota kelompok tani masih terbiasa dengan pendekatan pertanian tradisional, yang seringkali tidak memerlukan sistem manajemen yang kompleks dan terstruktur [7]. Ketidakhahaman ini meluas ke berbagai aspek operasional, seperti pengelolaan keuangan yang tidak tertib, pengendalian stok bahan baku dan produk jadi yang tidak efisien, hingga pengambilan keputusan usaha yang tidak didasarkan pada analisis data dan perencanaan yang matang [8]. Hal ini mengakibatkan usaha emping jagong mereka sulit untuk mencapai standar kualitas dan efisiensi yang konsisten, yang krusial untuk mempertahankan daya saing produk di pasar yang semakin ketat [9].

Di sisi lain, isu keterampilan digital yang rendah menjadi penghambat utama dalam mengakses pasar yang lebih luas [10]. Minimnya pemahaman tentang cara penggunaan media sosial yang efektif, pengoperasian platform e-commerce, dan pemanfaatan alat pemasaran digital lainnya secara signifikan membatasi kemampuan Kelompok Tani Jagong Family untuk menjangkau konsumen di luar area geografis mereka [11]. Hasil survei lapangan menunjukkan Kelompok Tani Jagong Family saat program ini dimulai belum memiliki akun bisnis yang dikelola secara profesional di media sosial dan belum terdaftar di platform e-commerce. Penjualan produk olahan jagong mereka sepenuhnya bergantung pada metode pemasaran konvensional, sehingga volume penjualan dan jangkauan promosi mereka sangat terbatas pada pasar lokal di Tebing Tinggi.

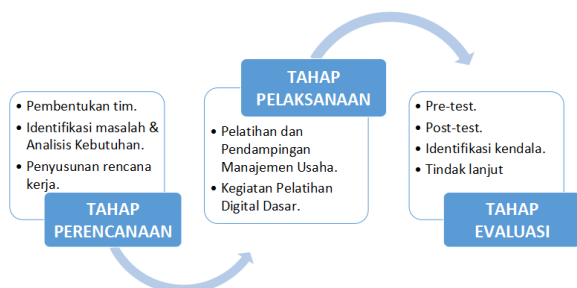
Urgensi dari kegiatan pengabdian ini tidak bisa diabaikan, terutama mengingat tantangan global dan domestik di era disrupsi digital. Jika keterampilan manajemen usaha dan literasi digital ini tidak segera ditingkatkan, Kelompok Tani Jagong Family akan terus berada pada posisi

marginal, hanya mampu bersaing di pasar konvensional yang sempit, dan gagal memanfaatkan peluang pertumbuhan yang ditawarkan oleh ekonomi digital [12]. Oleh karena itu, upaya peningkatan ini bukan hanya bersifat tambahan, tetapi merupakan intervensi kunci yang harus dilakukan segera untuk mendorong mereka menuju kemandirian ekonomi yang berkelanjutan.

Analisis Kesenjangan (*Gap Analysis*) menunjukkan bahwa solusi yang dibutuhkan haruslah berbeda dari pelatihan teknis pertanian konvensional [13]. Sebagian besar pelatihan yang ada berfokus pada peningkatan hasil panen, namun mengabaikan aspek kritis pasca-panen, yaitu manajemen bisnis dan pemasaran digital. *Novelty* dari kegiatan pengabdian ini terletak pada pendekatannya yang holistik dan terintegrasi, yaitu dengan menggabungkan pelatihan manajemen *soft skill* (keuangan, produksi, penetapan harga) secara simultan dengan pelatihan *hard skill digital* (pemasaran media sosial dan *e-commerce*). Integrasi ini memastikan bahwa peningkatan kualitas produk langsung diimbangi dengan kemampuan untuk memasarkan produk tersebut secara luas, menciptakan sinergi yang efektif bagi pengembangan kewirausahaan [14].

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis dengan pendekatan partisipatif, membagi aktivitas menjadi tiga tahap utama: Perencanaan, Pelaksanaan, dan Evaluasi. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa solusi yang ditawarkan tepat sasaran dan memberikan dampak yang terukur terhadap peningkatan kapasitas Kelompok Tani Jagong Family. Secara ringkas, tahapan kegiatan yang dilakukan digambarkan dalam diagram alur pada Gambar 2.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2025)

Gambar 2. Diagram Alur Kegiatan

Tahap Perencanaan (*Planning*)

Tahap perencanaan dilakukan untuk memastikan kegiatan berjalan efektif, fokus pada identifikasi masalah, dan analisis kebutuhan mitra.

1. Pembentukan Tim dan Penentuan Fokus
Tim pelaksana dibentuk oleh dosen dan mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara, dengan spesialisasi pada manajemen usaha, akuntansi, dan pemasaran digital.

2. Identifikasi Masalah dan Analisis Kebutuhan
Tahap ini mencakup pelaksanaan survei awal (*analisis baseline*) serta diskusi mendalam dengan Ketua Kelompok Tani Jagong Family di Kota Tebing Tinggi. Hasil analisis menunjukkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi meliputi rendahnya keterampilan dalam manajemen usaha yang mencakup aspek produksi, keuangan, dan pemasaran konvensional, serta minimnya tingkat literasi digital khususnya dalam penerapan strategi pemasaran berbasis daring.

3. Penyusunan Rencana Kerja dan Instrumen Evaluasi

Berdasarkan masalah yang ditemukan, disusun rencana kerja terperinci yang mencakup jadwal (termasuk durasi, materi, dan fasilitator), logistik, serta instrumen penilaian (*pre-test* dan *post-test*). Instrumen ini dirancang untuk mengukur tingkat pengetahuan anggota kelompok tani sebelum dan sesudah pelatihan, dengan fokus pada pemahaman konsep manajemen usaha dan pemasaran digital.

Tahap Pelaksanaan (*Implementation*)

Tahap pelaksanaan dilakukan secara intensif di Aula Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kota Tebing Tinggi dengan total waktu 10 jam pelatihan. Metode interaksi yang digunakan meliputi kombinasi ceramah interaktif, diskusi kelompok, dan praktik langsung (*hands-on*) untuk memastikan transfer pengetahuan dan keterampilan berlangsung secara optimal.

1. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Usaha

Pelatihan ini difokuskan pada peningkatan kemampuan manajemen usaha anggota kelompok tani, baik dari aspek produksi maupun keuangan. Kegiatan dirancang untuk memperkuat efisiensi proses pengolahan produk serta pengelolaan keuangan usaha kecil. Rincian kegiatan pelatihan dan pendampingan manajemen usaha disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Rincian Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Usaha

Topik Utama	Materi Inti	Durasi	Metode
Manajemen Produksi	Praktik terbaik pengolahan emping jagung dan standarisasi kualitas.	3 Jam	Diskusi
Manajemen Keuangan	Pencatatan pemasukan/pengeluaran sederhana, perhitungan HPP, dan perencanaan keuangan usaha.	3 Jam	Ceramah dan diskusi

Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2025)

2. Kegiatan Pelatihan Digital Dasar

Kegiatan pelatihan digital dasar bertujuan untuk meningkatkan literasi digital peserta, khususnya dalam pemanfaatan media sosial dan platform *e-commerce* sebagai sarana pemasaran produk. Rincian topik dan materi pelatihan digital dasar dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Rincian Kegiatan Pelatihan Digital Dasar

Topik Utama	Materi Inti	Durasi	Metode
Pemanfaatan Media Sosial	Pembuatan akun bisnis, teknik foto/video produk, dan strategi konten promosi di platform Instagram/Facebook.	2 Jam	Ceramah dan Diskusi
Pengenalan <i>E-commerce</i>	Mekanisme penjualan daring, pengenalan platform (Shopee/Tokopedia), dan pengiriman produk.	2 Jam	Tanya Jawab

Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2025)

3. Metode Analisis Kegiatan (*Pre-Post Analysis*)

Untuk mengukur efektivitas program, digunakan metode komparatif analisis hasil *pre-test* dan *post-test*. *Pre-test* diberikan sebelum sesi pelatihan untuk mengukur pengetahuan awal (data *baseline*). *Post-test* (atau kuesioner evaluasi pasca-kegiatan) diberikan setelah semua materi disampaikan untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan kemampuan peserta. Hasil analisis ini digunakan untuk membandingkan skor rata-rata sebelum dan sesudah kegiatan guna menunjukkan capaian kuantitatif. Selain itu, hasil evaluasi dari kuesioner dianalisis menggunakan deskriptif kuantitatif.

Tahap Evaluasi (*Evaluation*)

Tahap evaluasi ini dilakukan untuk mengamati dampak dari pelaksanaan pelatihan, memastikan tercapainya tujuan kegiatan, dan mengidentifikasi area perbaikan.

1. Pengumpulan dan Analisis Data Evaluasi
Data dikumpulkan melalui kuesioner yang berisi indikator pemahaman, relevansi materi, dan kemampuan implementasi praktis oleh anggota Kelompok Tani Jagong Family. Hasil evaluasi dianalisis untuk menyusun laporan akhir kegiatan.
2. Identifikasi Kendala Selama Kegiatan.
3. Tindak Lanjut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan keterampilan manajemen usaha dan keterampilan digital Kelompok Tani Jagong Family memiliki korelasi yang signifikan dengan pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs) dan Indikator Kinerja Utama (IKU) perguruan tinggi. Dalam konteks SDGs, peningkatan keterampilan manajemen usaha berkontribusi pada ketahanan pangan (SDGs 2) melalui peningkatan produktivitas dan efisiensi pertanian, sementara keterampilan digital memfasilitasi akses informasi pasar dan teknologi pertanian.

Dari segi SDGs 8, manajemen usaha yang baik meningkatkan pendapatan petani dan menciptakan lapangan kerja, sedangkan keterampilan digital memperluas peluang pemasaran online. Selanjutnya, SDGs 12 didukung oleh keterampilan digital yang memungkinkan akses informasi tentang praktik pertanian berkelanjutan dan manajemen usaha yang efisien dalam pengelolaan sumber daya. Terakhir, SDGs 17 terwujud melalui kerja sama antara berbagai pihak dalam pelatihan dan pendampingan.

Hasil Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Usaha

Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan manajemen usaha yang ditujukan khusus untuk Kelompok Tani Jagong Family di Tebing Tinggi telah menunjukkan serangkaian hasil yang sangat menjanjikan dan berdampak positif pada pengembangan kewirausahaan mereka. Program ini secara komprehensif dirancang untuk membekali anggota kelompok dengan pengetahuan dan keterampilan yang relevan, terutama dalam menghadapi tantangan manajemen bisnis pertanian modern [15].

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan dapat dilihat pada Gambar 3, yang memperlihatkan suasana kegiatan interaktif antara fasilitator dan peserta. Dalam kegiatan tersebut, anggota kelompok aktif berdiskusi dan mempraktikkan langsung materi yang disampaikan.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2025)

Gambar 3. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Usaha

Salah satu capaian paling signifikan dari kegiatan ini adalah peningkatan kapasitas kelompok tani dalam mengelola aspek produksi emping jagung, yang merupakan produk unggulan mereka. Melalui materi yang diberikan, anggota kelompok kini lebih memahami praktik terbaik dalam proses produksi, memastikan kualitas produk yang lebih konsisten dan efisien. Hal ini krusial untuk mempertahankan daya saing produk di pasar.

Selain itu, pemahaman Kelompok Tani Jagung Family terhadap manajemen keuangan usaha emping jagung juga meningkat secara substansial. Materi yang disampaikan membantu mereka mengelola aspek finansial dengan lebih baik, termasuk pencatatan pemasukan dan pengeluaran, perhitungan biaya produksi, serta perencanaan keuangan yang lebih matang. Ini penting untuk memastikan keberlanjutan dan profitabilitas usaha mereka.

Peningkatan keterampilan manajemen usaha ini memiliki korelasi yang signifikan dengan pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) [16]. Khususnya, peningkatan efisiensi produksi dan manajemen yang baik berkontribusi pada ketahanan pangan (SDGs 2) dengan meningkatkan produktivitas pertanian. Lebih lanjut, dari perspektif SDGs 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), manajemen usaha yang lebih baik di kalangan Kelompok Tani Jagung Family berpotensi meningkatkan pendapatan

petani dan menciptakan peluang kerja di sektor pertanian dan pengolahan hasil pertanian.

Hal ini secara langsung berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi anggota kelompok dan masyarakat sekitar. Kemudian, dengan adanya peningkatan keterampilan manajemen usaha, Kelompok Tani Jagung Family juga lebih mampu mengelola sumber daya dengan efisien, yang mendukung SDGs 12 (Konsumsi dan Produksi yang Bertanggung Jawab). Mereka kini memiliki pemahaman yang lebih baik tentang praktik pertanian berkelanjutan dan pengelolaan sumber daya yang optimal. Selain itu, kegiatan pelatihan dan pendampingan ini juga secara tidak langsung memperkuat SDGs 17 (Kemitraan untuk Mencapai Tujuan) [17].

Kolaborasi antara perguruan tinggi, Dinas Pertanian, dan Kelompok Tani Jagung Family dalam pelaksanaan program ini menunjukkan sinergi yang positif untuk mencapai tujuan bersama. Secara keseluruhan, hasil dari kegiatan pelatihan dan pendampingan manajemen usaha ini telah membuka potensi penuh Kelompok Tani Jagung Family, mendorong mereka menuju kemandirian ekonomi, dan berkontribusi signifikan pada kemajuan daerah Tebing Tinggi. Mereka kini tidak hanya menjadi petani tradisional, tetapi juga pelaku usaha yang lebih profesional.

Kegiatan ini berhasil memberikan dampak transformatif, menjadikan Kelompok Tani Jagung Family lebih terampil dalam mengelola usaha mereka secara efektif dan efisien, merencanakan kegiatan usaha, serta meningkatkan akses terhadap informasi dan teknologi, yang pada akhirnya mendorong kemandirian dan keberlanjutan kelompok tani.

Hasil Kegiatan Pelatihan Digital Dasar

Kegiatan ini secara khusus dirancang untuk mengatasi rendahnya keterampilan digital dikalangan petani, yang sebelumnya menjadi hambatan utama dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan penjualan produk olahan jagung mereka [18]. Pelatihan ini berhasil memperkenalkan konsep dan fungsi e-commerce kepada Kelompok Tani Jagung Family. Mereka kini memiliki gambaran yang lebih jelas tentang bagaimana platform penjualan daring bekerja, potensi keuntungan yang bisa didapatkan, dan langkah-langkah awal untuk menjual produk mereka secara online. Ini membuka pintu menuju pasar yang lebih luas di luar jangkauan geografis mereka.

Proses kegiatan pelatihan digital dasar dapat dilihat pada Gambar 4, yang memperlihatkan

suasana interaktif antara peserta dan fasilitator dalam sesi pembelajaran digital.



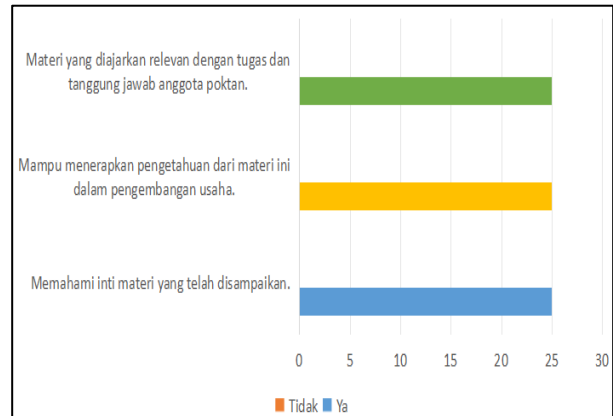
Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2025)
Gambar 4. Kegiatan Pelatihan Digital Dasar

Peningkatan keterampilan digital ini memiliki korelasi yang erat dengan pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Khususnya, keterampilan digital memfasilitasi akses informasi pasar dan teknologi pertanian yang lebih baik, mendukung SDGs 2 (Ketahanan Pangan) dengan membantu mereka mengoptimalkan strategi penjualan dan distribusi [19]. Secara keseluruhan, peningkatan literasi digital ini telah menjadi kunci utama untuk membuka potensi penuh Kelompok Tani Jagung Family, mendorong mereka menuju kemandirian ekonomi, dan berkontribusi signifikan pada kemajuan daerah Tebing Tinggi.

Mereka kini tidak lagi terbatas pada metode pemasaran konvensional. Kegiatan pelatihan digital dasar ini telah sukses dalam mendorong penggunaan teknologi digital dalam mengembangkan usaha emping jagung yang dikelola oleh Kelompok Tani Jagung Family. Ini adalah langkah fundamental menuju modernisasi dan adaptasi bisnis mereka di era digital.

Hasil Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan merupakan tahap krusial untuk mengukur keberhasilan program yang telah dilaksanakan dan mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan di masa mendatang. Salah satu fokus utama evaluasi adalah pada peningkatan pemahaman kelompok tani terkait manajemen usaha yang mencakup aspek produksi, keuangan, dan pemasaran sehingga nantinya dapat meningkatkan keterampilan mereka [20]. Instrumen evaluasi yang disusun secara cermat digunakan untuk menilai sejauh mana peserta telah menyerap materi dan mampu mengaplikasikannya dalam operasional sehari-hari mereka.



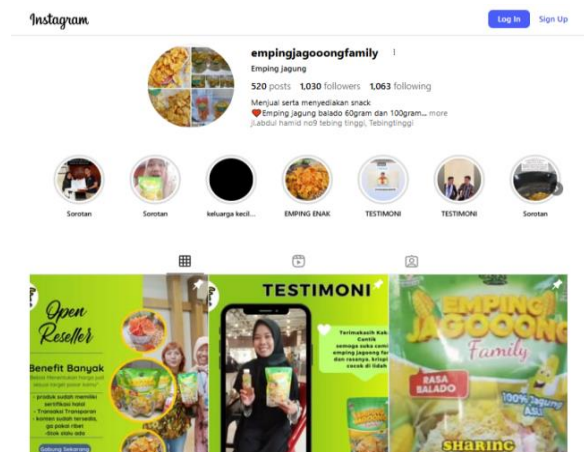
Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2025)
Gambar 5. Hasil Evaluasi Kegiatan Pelatihan

Evaluasi terhadap efektivitas penyampaian materi, sebagaimana divisualisasikan pada Gambar 5 tersebut menunjukkan tingkat keberhasilan yang sangat tinggi pada seluruh indikator kunci. Secara spesifik, ketiga dimensi yang dikaji yakni relevansi materi terhadap tugas dan tanggung jawab anggota kelompok sasaran, kapasitas peserta dalam mengaplikasikan pengetahuan untuk pengembangan usaha, dan tingkat pemahaman terhadap esensi materi, memperoleh respons konsisten yang mengindikasikan bahwa hampir seluruh responden memberikan afirmasi ("Ya"). Dengan demikian, data ini mengkonfirmasi bahwa program tersebut telah mencapai tujuannya dengan tingkat validitas internal dan eksternal yang optimal, memastikan bahwa materi yang disajikan tidak hanya mudah dicerna tetapi juga memiliki nilai guna yang substansial dan dapat ditransfer ke konteks praktis.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada pengetahuan anggota Kelompok Tani Jagung Family, dengan rata-rata skor meningkat dari 52 menjadi 85, atau sebesar 63,46%. Peningkatan ini menegaskan efektivitas pelatihan dalam memperkuat pemahaman peserta mengenai manajemen usaha dan pemasaran digital. Temuan ini juga selaras dengan penelitian Tira [21], yang menegaskan bahwa pelatihan berbasis kebutuhan lokal berperan penting dalam meningkatkan kapasitas petani dan mempercepat transformasi mereka menuju pelaku usaha agribisnis yang mandiri dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Selain peningkatan pengetahuan manajerial dan digital, keberhasilan program juga tercermin pada dampak operasional, khususnya dalam aspek pemasaran dan perluasan jangkauan promosi produk emping jagung. Kelompok Tani Jagung Family kini aktif memanfaatkan media sosial, khususnya akun Instagram

(@empingjagoongfamily), sebagai sarana promosi produk emping jagung untuk menjangkau pasar yang lebih luas, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 6.



Sumber: (Dokumentasi Penulis, 2025)
Gambar 6. Akun Instagram @empingjagoongfamily

Implementasi strategi pemasaran digital yang diperkenalkan dalam pelatihan, khususnya melalui pemanfaatan media sosial telah memberikan dampak langsung dan terukur terhadap kemampuan kelompok tani dalam mengakses pasar. Secara kuantitatif, penggunaan media sosial meningkatkan jangkauan promosi produk kelompok tani hingga 35%, menunjukkan bahwa pelatihan digital dasar yang mencakup pembuatan akun bisnis dan strategi konten berjalan efektif dalam mengatasi keterbatasan pemasaran konvensional yang sebelumnya hanya mengandalkan pasar lokal di Kota Tebing Tinggi. Dampak operasional ini menjadi indikator penting yang menegaskan hubungan antara peningkatan literasi digital dan pertumbuhan usaha, sekaligus perluasan akses pasar. Dengan demikian, hasil ini turut mendukung pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya SDGs 8 (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi), melalui peningkatan produktivitas, pendapatan, serta profitabilitas jangka panjang kelompok tani.

Peningkatan signifikan pada rata-rata skor pengetahuan anggota Kelompok Tani Jagong Family, yang melonjak sebesar 63,46% dari 52 menjadi 85, merupakan indikasi nyata efektivitas intervensi pelatihan ini dalam mentransfer kapabilitas manajemen usaha dan pemasaran digital. Capaian ini mendukung temuan dalam literatur akademik sebelumnya yang menegaskan bahwa program pelatihan dan pendampingan berperan krusial dalam mengubah petani

tradisional menjadi pelaku usaha yang lebih profesional dan mandiri. Secara spesifik, keberhasilan dalam menanamkan pemahaman manajemen keuangan, termasuk perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) dan pencatatan sederhana, selaras dengan urgensi yang ditekankan oleh Rianto, Olivia, & Fahmi (2020) mengenai pentingnya penguatan tata kelola dan manajemen keuangan bagi pelaku usaha untuk mencapai profitabilitas dan keberlanjutan jangka panjang [17].

Selain itu, peningkatan kemampuan dalam standarisasi kualitas produksi emping jagung dan efisiensi operasional menunjukkan bahwa pelatihan ini mampu mengatasi "keterbatasan pengetahuan manajemen usaha" yang sebelumnya menjadi hambatan utama, sebuah kondisi yang juga didiskusikan oleh Syuliswati dkk. (2024) sebagai kebutuhan esensial dalam pengelolaan usaha dan keuangan bagi kelompok wanita tani [19]. Dengan demikian, hasil kuantitatif ini memperkuat premis bahwa intervensi holistik yang memadukan soft skill manajemen dan hard skill teknis sangat esensial untuk mendorong transformasi kewirausahaan di sektor pertanian.

Selain manajemen usaha, hasil implementasi pelatihan digital dasar, yang berhasil meningkatkan jangkauan promosi produk hingga 35% melalui pemanfaatan media sosial, menegaskan korelasi kuat antara peningkatan literasi digital dan perluasan pasar. Temuan ini konsisten dengan argumentasi Hadi & Khairi (2020) mengenai pentingnya strategi pemasaran di era digital bagi kelompok usaha [2]. Pemberian materi mengenai pengenalan *e-commerce* dan teknik pembuatan akun bisnis media sosial secara profesional telah mengatasi isu *low digital literacy* yang sebelumnya membatasi pemasaran produk olahan jagung pada metode konvensional dan pasar lokal di Tebing Tinggi.

Lebih lanjut, kesuksesan ini membuktikan relevansi penelitian Solihin dkk. (2021) yang menyoroti peranan *e-commerce* dan pemasaran digital dalam meningkatkan penjualan dan mengatasi keterbatasan pasar geografis bagi UMKM [8]. Dengan telah memahaminya kelompok tani akan pembuatan konten produk, pengunggahan informasi, dan interaksi *online*, Kelompok Tani Jagong Family kini memiliki landasan yang kuat untuk memanfaatkan peluang pertumbuhan yang ditawarkan oleh ekonomi digital, sebuah langkah transformatif dari petani tradisional menjadi pelaku usaha yang berdaya saing.

Analisis mendalam terhadap kendala yang dihadapi memperkuat temuan bahwa transformasi

dari petani tradisional menjadi pelaku usaha digital kompetitif memerlukan intervensi yang berkelanjutan dan holistik [22]. Hambatan literasi digital, yang diperburuk oleh masalah koneksi internet yang kurang stabil, menggarisbawahi perlunya penyempurnaan strategi pelatihan. Meskipun pelatihan dasar telah membuka wawasan baru dan meningkatkan pemahaman anggota kelompok tani secara signifikan (peningkatan skor pengetahuan rata-rata sebesar 63,46%), implementasi praktis strategi pemasaran digital yang diajarkan terancam tanpa dukungan teknis berkelanjutan.

Oleh karena itu, hasil evaluasi menyimpulkan bahwa intervensi tidak boleh berakhir pada sesi pelatihan formal. Rekomendasi tindak lanjut yang bersifat krusial adalah penyelenggaraan program pendampingan lanjutan (*monitoring*), yang tidak hanya berfokus pada penguatan keterampilan yang telah diajarkan tetapi juga pada fasilitasi akses terhadap infrastruktur digital yang lebih baik dan konsisten. Pendampingan lanjutan ini bertujuan untuk memastikan implementasi manajemen usaha dan strategi pemasaran digital dapat berjalan secara optimal dan berkelanjutan, sehingga Kelompok Tani Jagong Family benar-benar dapat mempertahankan profitabilitas dan daya saing di pasar yang lebih luas.

KESIMPULAN

Pelatihan manajemen usaha dan pemasaran digital telah berhasil meningkatkan kapasitas Kelompok Tani Jagong Family dalam mengelola usaha produksi emping jagung, mencakup aspek manajemen produksi, keuangan, dan pemasaran. Peningkatan kemampuan tersebut membuat kelompok tani mampu beroperasi lebih efisien, menjaga konsistensi kualitas produk, serta mengelola keuangan usaha dengan lebih baik, sehingga berkontribusi pada keberlanjutan dan profitabilitas usaha mereka. Selain itu, penerapan strategi pemasaran digital juga memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan volume penjualan produk olahan jagung.

Peningkatan keterampilan manajemen usaha dan digital ini memiliki implikasi positif yang signifikan terhadap pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya dalam ketahanan pangan (SDGs 2), pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi (SDGs 8), konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab (SDGs 12), serta kemitraan untuk mencapai tujuan (SDGs 17). Kelompok tani ini telah bertransformasi dari petani tradisional menjadi pelaku usaha yang lebih

profesional, mampu beradaptasi dengan era digital, dan meningkatkan daya saing mereka di pasar.

Keberhasilan program ini menegaskan bahwa peningkatan literasi digital dan keterampilan manajemen usaha merupakan faktor kunci dalam mendorong kemandirian ekonomi kelompok tani serta memberikan kontribusi nyata terhadap kemajuan daerah. Untuk kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya, disarankan agar pelatihan serupa diperluas ke kelompok tani lain dengan permasalahan sejenis, serta dikembangkan program lanjutan yang berfokus pada inovasi produk dan pengembangan pasar ekspor bagi hasil olahan pertanian lokal.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Sumatera Utara atas Pendanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat sumber dana Non PNBPN T.A 2025 ada Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Sumatera Utara melalui Keputusan Rektor Universitas Sumatera Utara Nomor 1833/UN5.1.R/SK/PM.01.02/2025 Tentang Penerima Pendanaan Program Pengabdian Masyarakat Talenta Sumber Dana Non Penerimaan Negara Bukan Pajak (Non PNBPN).

DAFTAR PUSTAKA

- [1] I. G. K. G. Puritan W A *et al.*, "Pengelolaan Pemasaran Online Produk Pertanian Desa Pelaga," *WIDYABHAKTI Jurnal Ilm. Pop.*, vol. 3, no. 1, pp. 81–86, 2020, doi: 10.30864/widyabhakti.v3i1.226.
- [2] A. S. Hadi and Ardhi Khairi, "Pemilihan Strategi Pemasaran di Era Digital pada Kelompok Ibu PKK Desa Gadingharjo," *Din. J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 4, no. 1, 2020, doi: 10.31849/dinamisia.v4i1.3246.
- [3] D. P. Utami, "Pengenalan Digital Marketing dalam Pemasaran Produk Pertanian Untuk Petani Milenial Desa Wonotulus Kecamatan Purworejo Kabupaten Purworejo," *Semin. Nas. Karya Pengabd. Fak. Pertan. Univ. Muhammadiyah Mataram*, pp. 25–32, 2020.
- [4] K. N. K. Dewi and L. P. Mahyuni, "Pelatihan Digital Marketing Kepada UMKM di Banjar Pitik untuk Daya Saing Usaha," *Din. J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 6, no. 3, pp. 716–724, 2022, doi: 10.31849/dinamisia.v6i3.6302.
- [5] G. Abdurrahman, H. Oktavianto, E. Y. Habibie, and A. W. Hadiyatullah, "Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai

- Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran,” *J. Pengabd. Masy. Manag.*, no. 2, Aug. 2020, doi: 10.32528/jpmm.v1i2.3981.
- [6] R. Ardelia, O. Anwarudin, and Nazaruddin, “Akses Teknologi Informasi melalui Media Elektronik pada Petani KRPL,” *J. Trit.*, vol. 11, no. 1, pp. 24–36, Jun. 2020, doi: 10.47687/jt.v11i1.101.
- [7] M. A. Tijow et al., “Pendampingan Pengelolaan Media Sosial Sebagai Optimalisasi Branding Sekolah,” *Carmin J. Community Serv.*, vol. 4, no. 2, pp. 66–73, Nov. 2024, doi: 10.59329/carmin.v4i2.124.
- [8] D. Solihin, Karolina, L. Pricilla, and I. S. Octaviani, “Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online pada UMKM di Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang,” *Dedik. PKM UNPAM*, vol. 2, no. 3, pp. 307–311, Sep. 2021.
- [9] S. T. U. A. Ginting, L. M. Siahaan, D. P. Maleke, A. R. Sembiring, J. Fermata, and S. Saragih, “Pelatihan Kewirausahaan Digital Bagi Siswa di SMK Mulia Pratama Medan,” *AbdiParahita*, vol. 2, no. 2, 2023.
- [10] Y. Saleh, R. Mustafa, M. Ismail, N. Wakhidah, S. Panigoro, and M. Fais Pontoh, “Sosialisasi dan Pelatihan Pemasaran Berbasis Digital dengan Menggunakan Media Sosial pada Kelompok Tani Desa Botumoputi Kecamatan Tibawa,” *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Pertanian*, vol. 2, no. 1, pp. 14-19, 2023.
- [11] I. W. R. Junaedi, D. H. D. Puspaningrum, I. G. A. I. M. Prastyandhari, and G. A. A. S. Diarini, “Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Pemasaran Kombucha Salak, Di Kelompok Tani Mekar Sari Sibetan, Karangasem,” vol. 5, no. 1, Jan. 2025, doi: 10.59458.
- [12] L. Gustina, W. Novita, and Y. Triadi, “Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang,” *J. Teknol. Dan Sist. Inf. Bisnis*, vol. 4, no. 1, pp. 152–161, Jan. 2022, doi: 10.47233/jteksis.v4i1.392.
- [13] D. Rosari, “Pengaruh Pengembangan Pariwisata Dan Umkm Terhadap Pengembangan Wilayah Kabupaten Karo,” *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi(MEA)*, vol. 8, no. 2, pp. 1843–1854, Jul. 2024, doi: 10.31955/mea.v8i2.4390
- [14] R. Haryanto, A. Setiawan, R. Nurhayati, I. G. A. Mertayasa, and A. R. Nugraha, “Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Di Era Society 5.0: Sebuah Literature Review,” *Jurnal Ilmiah Edunomika*, vol. 08, no. 02, 2024.
- [15] Y. K. I. D. D. Dhae, R. P. C. Fanggihade, K. J. Kamuri, and D. K. T. Aman, “Pelatihan Kewirausahaan Dan Digital Marketing Bagi Pemuda Desa Noelbaki Kabupaten Kupang,” *SELAPARANG J. Pengabd. Masy. Berkemajuan*, vol. 7, no. 2, Jun. 2023.
- [16] S. Suswadi et al., “Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pengetahuan Dan Keterampilan Pemuda Tani Komoditas Hortikultura,” *GANESHA J. Pengabd. Masy.*, vol. 3, no. 2, pp. 201–209, Aug. 2023, doi: 10.36728/ganesha.v3i2.2698.
- [17] H. Rianto, H. Olivia, and A. F. D., “Penguatan Tata Kelola Dan Manajemen Keuangan Pada Pelaku Usaha Di Kawasan Wisata Tiga Ras Danau Toba,” *JMM (Jurnal Masy. Mandiri)*, vol. 4, no. 2, pp. 291–299, Jun. 2020, doi: 10.31764/jmm.v4i2.2050.
- [18] Melati, “Peran E-Commerce Dalam Mengembangkan Bisnis Di Era Digital,” *J. DIALOKA J. Ilm. Mhs. Dakwah dan Komun. Islam*, vol. 3, no. 1, pp. 69–84, Jul. 2024, doi: 10.32923/dla.v3i1.4589.
- [19] A. Syuliswati, Sutrisno, R. Amalia, R. Darmayanti, and A. Asdani, “Pelatihan Pengelolaan Usaha dan Keuangan untuk Kelompok Wanita Tani,” *J. Abdimas Sangkabira*, vol. 4, no. 2, pp. 366–373, Jun. 2024, doi: 10.29303/abdimassangkabira.v4i2.1072.
- [20] Widiastuti, Marselinus, M. T. Girsang, and R. Nurseno, “Adaptasi Strategi Pemasaran Perusahaan E-commerce Indonesia: Kajian Data Annual Report 2021-2023,” *J. Adm. Bisnis*, vol. 1, no. 2, pp. 35–40, Nov. 2024, [Online]. Available: <https://jurnal.universitaskabarta.ac.id/index.php/jurnal-fia-unija>
- [21] G. Tira, “Strategi Pemasaran Online Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Store Reseller Jims Honey Di Sampit),” *J. Ilmu Manaj. dan Kewirausahaan*, vol. 4, no. 1, pp. 364–380, 2024.
- [22] W. O. N. Asyisyifaa, Juharsah, Isalman, A. Putera, T. N. Putri, and Windayani, “Analisis Penerapan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan,” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 16, no. 2, pp. 38–47, Jul. 2024, doi: 10.55598/jmk.v16i2.6.