

PENINGKATAN PEMASARAN PRODUK PERTANIAN DI DUSUN LEKO, MAROS

Yayu Meiniza Z.¹⁾, Irawati Razak²⁾, Dian Pane¹⁾, Farchia Ulfiah²⁾

^{1), 3)} Dosen Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Ujung Pandang, Makassar

^{2), 4)} Dosen Jurusan Teknik Elektro Politeknik Negeri Ujung Pandang, Makassar

ABSTRACT

This program aims to provide appropriate marketing solutions for agricultural products produced by farmer group in Leko, Bontomarannu village, Maros regency. The problem faced is that the farmers are less prosperous, and the lack of knowledge and ability of the farmers in marketing their products, sometimes unsold and wasted. To overcome these problems, community service activities are carried out in the form of counseling and training based on the concept of integrated marketing mix consisting of product, promotion, price, and distribution aspect. To support this marketing capability, training in the use of simple information technology is also given. Those counseling and training program had been carried out and obtained outcomes in accordance with its objectives. The farmer group which were informal has become a formal farmer group embryo that needs to be followed up so that it becomes a formal farmer group that has legality for the purposes of developing its agricultural and marketing activities

Keywords: *integrated marketing mix, formal farmer group.*

1. PENDAHULUAN

Upaya pengembangan di sektor pertanian perlu mendapat perhatian yang serius baik secara makro maupun mikro, untuk usaha pertanian berskala besar maupun skala terkecil, mengingat sebagian besar masyarakat Indonesia hidup dan bermata pencaharian sebagai petani. Sektor pertanian masih memberikan lapangan pekerjaan bagi sebagian besar penduduk khususnya yang berada di pedesaan dan menyediakan bahan pangan bagi masyarakat [1]. Dengan demikian kepentingan utama pertanian adalah sebagai mata pencaharian bagi petani dan sebagai upaya pemenuhan pangan bagi masyarakat. Kedua kepentingan tersebut terhubung oleh kegiatan pemasaran dari hasil pertanian tersebut. Pemasaran hasil pertanian merupakan hal yang sangat penting. Bahkan dikatakan bahwa dalam pemasaran hasil pertanian, upaya meningkatkan produksi memang menjadi tuntutan, tetapi lebih penting memperhatikan pemasarannya karena peningkatan produksi akan tidak banyak artinya jika produk yang dihasilkan tidak terdistribusikan kepada konsumen [2]. Kesejahteraan petani bergantung pada keberhasilan para petani dalam memproduksi dan memasarkan hasil pertaniannya. Masalah pemasaran inilah yang seringkali dihadapi oleh para petani, sebagaimana juga dihadapi oleh Kelompok Tani Dusun Leko dan perlu diberikan solusinya.

Dusun Leko terletak di Kecamatan Moncongloe, Kabupaten Maros, Provinsi Sulawesi Selatan. Luas kecamatan Moncongloe sekitar 46,87 km². Secara geografis Kecamatan Moncongloe terletak antara 119,30 Bujur Timur sampai 5,00 Lintang Selatan. Topografi kecamatan Moncongloe berada pada ketinggian 10-122 meter di atas permukaan laut. Iklimnya adalah tropis dengan suhu udara rata-rata mencapai 28⁰C dengan curah hujan rata-rata mencapai 174,93mm/bulan, sehingga cocok untuk wilayah pertanian [3]. Penggunaan lahan/vegetasi saat ini di Dusun Leko dikelompokkan menjadi tiga satuan penggunaan lahan/vegetasi, yaitu: sawah (sw), kebun campuran (kc), dan pemukiman (p). Penggunaan lahan sawah mendominasi Dusun Leko (80,86%). Di areal persawahan juga dikembangkan tanaman lainnya seperti kacang kedelai dan kacang hijau. Sedangkan pada areal kebun campuran berupa lahan pekarangan dan lahan kering yang sebagian besar terdapat di wilayah bagian timur, komoditas yang ditanam adalah tanaman tahunan seperti: ubi, kelapa, pepaya, mangga dan pisang. Dari hasil pengamatan dan wawancara dengan mitra, banyak tanaman yang nilai ekonomisnya tinggi tetapi tidak dikembangkan, antara lain: tanaman obat-obatan (jahe, lengkuas, mengkudu, dan lainnya), tanaman perkebunan (kelapa, belimbing, nangka, dan lainnya), dan tanaman pangan sayuran (terong, mentimun, labu, dan lainnya). Selain itu, potensi yang menjanjikan adalah peternakan sapi, kambing, penggemukan sapi dan tanaman hortikultura.

Pertumbuhan perekonomian desa masih didominasi oleh sektor pertanian, selebihnya adalah peternak sapi dan peternak ayam. Dusun Leko merupakan salah satu produsen beras dan gabah kering giling untuk Kabupaten Maros. Luas lahan persawahan di Dusun Leko ± 100 ha. Dengan luas lahan sebesar itu, maka dusun Leko merupakan wilayah potensial untuk penyanggah ketahanan pangan beras di Kabupaten Maros.

¹ Korespondensi penulis: Yayu Meiniza Z., yayumeiniza@poliupg.ac.id

Sebagai lumbung pangan, saat ini produksi beras di Dusun Leko tidak hanya menjadi konsumsi di Kabupaten Maros, tetapi juga di Provinsi Sulawesi Selatan [4]. Dari hasil pengamatan dan wawancara dengan mitra, banyak tanaman yang nilai ekonomisnya tinggi tetapi tidak dikembangkan, antara lain: tanaman obat-obatan (jahe, lengkuas, mengkudu, dan lainnya), tanaman perkebunan (rambutan, nangka, dan buah-buahan lainnya), dan tanaman pangan sayuran (terong, mentimun, labu, dan lainnya).

Pemasaran produk pertanian Dusun Leko belum tertata baik. Petani biasanya menjual produk pertanian di pasar Daya Makassar yang berjarak sekitar 8 km. Petani membawa produknya dengan berjalan kaki melintasi areal persawahan atau kendaraan bermotor. Hasil perkebunan berupa sayur juga seringkali tidak sempat terjual. Sayur yang mereka tanam adalah kangkung, sawi, dan bayam. Hasil penjualan produk belum memadai, ini dapat dilihat dari rata-rata pendapatan ekonomi masyarakat dusun masih tergolong rendah. Untuk meningkatkan pendapatan finansial petani, diperlukan bimbingan atau penyuluhan mengenai manajemen pengelolaan produk pertanian/perkebunan, utamanya dalam hal pemasaran yang diusulkan untuk dilakukan melalui Program Kemitraan Masyarakat. Mitra kami dalam program tersebut adalah Kelompok Tani Dusun Leko yang dipimpin oleh .

Tema kegiatan Program Kemitraan Masyarakat tersebut adalah bagian dari Rencana Strategis Pengabdian (RENSTRA) PNUP 2016-2020 untuk bidang Manajemen dan Administrasi Bisnis. Isu strategisnya adalah penguatan manajemen bisnis dalam bidang agroindustri dengan isu prioritas lemahnya tata kelola bisnis di bidang agroindustri. Dalam Renstra dinyatakan bahwa salah satu solusi persoalan prioritas adalah peningkatan kualitas manajemen pemasaran.

Berdasarkan analisis situasi di atas dan wawancara dengan mitra, maka permasalahan mitra adalah sebagai berikut:

- 1) Tingkat pendapatan masyarakat dusun belum memadai karena minimnya pengetahuan dan kemampuan dalam hal pengelolaan usaha pertanian yang baik.
- 2) Kemampuan mitra dalam mengelola usaha pertanian, khususnya dalam hal pemasaran masih sangat kurang, petani mengalami kesulitan dalam memasarkan produknya, kadang-kadang tidak terjual dan terbuang
- 3) Belum adanya upaya pemasaran produk pertanian dengan saluran distribusi terpadu agar petani tidak perlu menjual hasil pertaniannya kepada tengkulak.

2. PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Solusi yang diterapkan dalam pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat ini untuk mengatasi permasalahan mitra adalah dengan memberikan penyuluhan dan pelatihan pemasaran. Solusi tersebut didasarkan pada konsep bauran pemasaran atau *4 P's marketing mix* yang terdiri dari *promotion, place, price, product* [5] dilaksanakan menggunakan metode ceramah, tanya jawab, diskusi, dan praktek. Penyuluhan dan pelatihan diberikan kepada mitra dalam hal-hal berikut:

1) Pentingnya Perencanaan Pemasaran yang Baik

Kepada petani mitra diberikan penyuluhan untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya pemasaran produk yang terencana dengan memperhatikan semua aspek bauran pemasaran yaitu yaitu produk, promosi, harga, dan saluran distribusi. Selanjutnya diberikan pemahaman bagaimana keempat unsur tersebut saling terkait dalam menentukan keberhasilan penjualan produk pertaniannya

2) Pemasaran dalam Aspek Produksi

Untuk mampu memasarkan hasil pertanian dengan lebih baik, kepada mitra diberikan pengetahuan mengenai pentingnya konsistensi dan pengembangan produk. Pembeli akan merasa puas dan loyal jika produk tersedia secara konsisten sehingga mitra perlu pengetahuan penjadwalan penanaman. Penjadwalan penanaman dapat memengaruhi ketersediaan hasil tani. Minat pembeli akan meningkat jika produk petani memiliki perbedaan atau nilai lebih dibanding produk sejenis yang dihasilkan petani lainnya. Salah satu peluang yang dapat ditangkap adalah memasarkan produk pertanian berbasis organik. Kepada mitra diberikan pelatihan bertani dengan menggunakan pupuk organik. Hasil pertanian organik dapat meningkatkan daya jual tanpa banyak meningkatkan biaya produksi. Penggunaan kemasan berlabel pada produk hasil pertanian yang berbasis organik juga dapat meningkatkan nilai produk di mata pembeli. Diversifikasi tanaman disarankan kepada petani mitra, dengan menanam tanaman sayuran dan buah-buahan yang mempunyai umur simpan lebih panjang. Tanaman buah-buahan masih terbatas di dusun tersebut

3) Pemasaran dalam Aspek Saluran Distribusi

Saluran distribusi yang digunakan selama ini umumnya hanya distribusi langsung dan individual. Kepada mitra diberikan pengetahuan dan pelatihan mengenai berbagai alternatif saluran distribusi yang dapat diterapkan mitra. Selain menjual kepada pembeli yang datang dan menjual langsung ke pasar (distribusi langsung), penjualan dapat dilakukan melalui kemitraan yaitu menjual dengan cara menitipkan di kepada pengecer atau dengan menjual secara kontinyu kepada pengusaha kuliner. Cara tersebut memungkinkan untuk menjual dalam jumlah besar secara bersama oleh para anggota kelompok tani dengan lebih mudah, namun membutuhkan adanya wadah sebagai unit usaha yang formal. Kelompok tani yang ada saat ini masih bersifat informal, belum memiliki legalitas. Pengetahuan mengenai prosedur pembentukan kelompok tani secara formal telah diberikan dan mudah untuk dilaksanakan. Kelompok tani tersebut hanya perlu bermusyawarah untuk menentukan pengurus, dibuat berita acaranya dan dikukuhkan dengan ditandatangani Ketua Kelompok Tani dan Kepala Dusun. Selanjutnya dapat dibuat sertifikat kelompok tani di Kantor Desa.

4) Pemasaran dalam Aspek Promosi

Penjualan yang dilakukan oleh para petani dilakukan dengan pola yang tidak menentu, biasanya dilakukan secara sederhana dengan menunggu pembeli atau membawa ke pasar. Oleh karena itu diberikan kiat-kiat sederhana yang mudah diterapkan untuk mempromosikan hasil pertaniannya. Media yang digunakan adalah luring dan daring. Media offline dilakukan dengan mendatangi langsung calon pembeli, ataupun menjual kepada pembeli yang datang. Promosi juga dapat dilakukan dengan pemberian label pada kemasan. Alternatif lain adalah ikut serta menjual dalam event misalnya pameran atau *car free day*. Pelatihan untuk mempromosikan hasil pertaniannya secara online dilakukan dengan mempraktekkan penggunaan aplikasi sederhana yaitu Pak Tani Digital, pada gawai peserta pelatihan. Selain itu juga diperlihatkan bagaimana cara bergabung dalam group Sayuran Organik Makassar di Facebook.

5) Pemasaran dalam Aspek Penetapan Harga

Harga memegang peranan penting dalam pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas dan harga adalah variabel terpenting dalam keputusan pembelian sayuran, terutama sayuran organik [6]. Oleh karena itu diberikan pengetahuan berbagai metode dan strategi harga bagi para petani. Dalam menetapkan harga, petani harus memiliki informasi yang cukup mengenai harga suatu produk pertanian yang sedang berlaku di pasar agar harga yang ditetapkan tidak terlalu rendah dan tidak terlalu tinggi. Hal tersebut dapat diketahui dari pengamatan sekitar dan juga bisa dilakukan melalui penelusuran daring misalnya melalui aplikasi Pak Tani Digital.

6) Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Semua Aspek Bauran Pemasaran

Teknologi informasi dapat mendukung semua aspek dalam pemasaran. Saat ini hampir semua masyarakat sudah tersentuh teknologi informasi, khususnya dalam komunikasi melalui jaringan internet. Kepada mitra telah diberikan pengetahuan dan keterampilan pemanfaatan teknologi informasi sederhana dalam memasarkan produk meliputi penelusuran informasi secara online, pemanfaatan media sosial dalam memasarkan hasil pertanian, serta pemanfaatan aplikasi sederhana yang dapat digunakan untuk memasarkan hasil pertanian.

7) Pengembangan Hasil Pertanian melalui Kemampuan Bertani Organik

Penyuluhan dan pelatihan bertani organik telah diberikan untuk mendukung aspek produk dalam pemasaran hasil pertanian. Kepada petani mitra dibagikan pupuk organik untuk digunakan pada tanamannya, baik sayuran maupun buah-buahan. Hal ini dilakukan agar petani mendapatkan pengalaman dan pengetahuan bagaimana efek penggunaan pupuk tersebut pada berbagai tanamannya, agar petani mitra termotivasi untuk melakukan pengembangan hasil pertaniannya. Setelah pupuk digunakan tim pengabdian berkomunikasi dengan petani mitra dan memantau hasil dari penggunaan pupuk yang dilakukan oleh petani mitra.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan di Dusun Leko serta pembahasannya adalah sebagai berikut:

- 1) Petani mitra telah memiliki pemahaman dan pengetahuan untuk dapat memasarkan hasil pertaniannya dengan lebih baik meliputi semua unsur bauran pemasaran yaitu produk, distribusi, promosi dan harga. Hal ini dapat diketahui dari interaksi yang terjadi selama pelatihan dan penyuluhan.



Gambar 1. Tim PKM dengan sebagian petani mitra



Gambar 2. Interaksi dengan peserta pelatihan dan penyuluhan

Dalam aspek pengembangan produk permasalahannya adalah dalam menentukan tanaman yang cocok dengan kondisi tanah petani. Menurut informasi yang diperoleh dari Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian Sulawesi Selatan, dan telah disampaikan kepada Mitra, hal tersebut dapat diketahui dengan pengujian menggunakan alat uji lahan kering. Bantuan pengujian dapat diperoleh secara cuma-cuma, bahkan dapat ditindaklanjuti dengan dengan pemberian bibit dengan cuma-cuma. Syaratnya hanya dengan mengajukan permohonan yang disertai identitas formal kelompok tani.

- 2) Pengetahuan prosedur pendirian kelompok tani secara formal telah diketahui dipahami oleh petani mitra. Saat ini kelompok tani dusun Leko masih bersifat informal dan perlu diberikan legalitas. Prosesnya cukup mudah. Ketua dan anggota mengadakan pertemuan untuk menentukan pengurus, dihadiri aparat dusun setempat, dibuat berita acaranya dan dikukuhkan dengan ditandatangani Ketua Kelompok Tani dan Kepala Dusun. Selanjutnya dapat dibuat sertifikat kelompok tani di Kantor Desa. Embrio kelompok tani formal Dusun Leko sudah ada. Contoh surat-surat sudah diberikan kepada mitra. Status kelompok tani formal penting bagi para petani dalam memasarkan produk dan dalam memperoleh bantuan penyuluhan serta pelatihan dari dinas pertanian dan pihak lainnya.
- 3) Petani mitra telah memiliki pengetahuan dan pengalaman yang positif dalam bertani dengan pupuk organik. Hasil pertanian menggunakan pupuk organik yang dibagikan oleh tim pengabdian ternyata memuaskan petani, khususnya untuk hasil pertanian non padi. Untuk padi belum dilakukan karena pada saat kegiatan berlangsung, padi di dusun tersebut sudah mendekati masa panen. Setelah panen sampai saat ini belum dilakukan penanaman kembali karena faktor musim kemarau. Hasil yang dapat dilihat untuk tanaman sayuran diantaranya adalah hasil panen cabai rawit yang lebih banyak dan besar. Sayuran seperti bayam, sawi dan kangkung memiliki batang dan daun lebih besar, tidak mudah layu warna lebih segar. Masa panen lebih cepat 3 hari dibandingkan dengan menggunakan urea. Untuk tanaman buah-buahan diantaranya pohon rambutan yang sudah hampir mati, diluar dugaan pemilik pohon, setelah diberi pupuk tumbuh subur dan sudah berbunga. Pohon lengkeng baru yang seharusnya belum mulai berbuah, mulai berbuah dengan cepat setelah diberi pupuk.



Gambar 3. Cabai rawit



Gambar 4. Pohon Lengkeng



Gambar 5. Pohon Rambutan



Gambar 6. Kebun Sayur

- 4) Petani mitra telah memiliki pengetahuan dan keterampilan memanfaatkan teknologi informasi sederhana untuk mendukung pemasaran produknya. Namun demikian tidak semua petani mitra mampu memiliki kemampuan tersebut karena berbagai keterbatasan. Hal tersebut dapat diatasi kedepannya dengan bantuan dari anggota yang sudah dapat memahami pengetahuan dan keterampilan pemanfaatan teknologi informasi.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan PKM dan pembahasannya, dapat dikemukakan kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Penyuluhan dan pelatihan upaya peningkatan pemasaran produk pertanian bagi Kelompok Tani Dusun Leko telah terlaksana dan memperoleh luaran sesuai dengan yang telah direncanakan.
- 2) Kelompok tani Dusun Leko telah memiliki embrio kelompok tani formal, perlu ditindaklanjuti sehingga menjadi kelompok tani formal yang memiliki legalitas untuk keperluan peningkatan pemasaran dan pengembangan usaha pertaniannya
- 3) Penguasaan dan pemanfaatan teknologi informasi sederhana para anggota kelompok tani belum memuaskan, perlu pelatihan lebih lanjut
- 4) Respon positif anggota kelompok tani setelah memperoleh pengalaman bertani dengan pupuk organik perlu ditindaklanjuti dengan kemampuan membuat pupuk organik dan diversifikasi tanaman serta pemasarannya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sadono, Dwi. "Pemberdayaan Petani: Paradigma Baru Penyuluhan Pertanian di Indonesia", Jurnal Penyuluhan Institut Pertanian Bogor. Vol. 4 No.1, Maret 2008 [online]. Tersedia: <https://media.neliti.com/media/publications/8653-ID-pemberdayaan-petani-paradigma-baru-penyuluhan-pertanian-di-indonesia.pdf>. [Diakses tanggal 11 Februari 2019]
- [2] Hanafie, Ratna. "Pengantar Ekonomi Pertanian", Yogyakarta: Penerbit Andi, 2010.
- [3] BPS Kabupaten Maros, "Statistik Daerah Kabupaten Maros", Badan Pusat Statistik Kabupaten Maros, 2012.
- [4] "Dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa (RPJMDes) Bontomarannu Tahun 2013-2018" Desa Bontomarannu, 2013
- [5] Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane, "Marketing Management, 14th edition. New York: Pearson, 2012.
- [6] Widyastuti, Pristiana. 2018. "Kualitas dan Harga sebagai Variabel Terpenting pada Keputusan Pembelian Sayuran Organik" Ekspektra : Jurnal Bisnis dan Manajemen, Volume 2, Nomor 1, 28 Februari 2018 [Online]. Tersedia: <https://docs.google.com/viewerng/viewer?url=http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/manajemen/article/viewFile/675/397>. [Diakses tanggal 12 Februari 2019]