

# Sosialisasi Pemanfaatan Hasil Pertanian Sebagai Produk Bisnis dari Petani Biasa Menjadi Petani Luar Biasa

Sriyani Mentari<sup>1</sup>, Makaryanawati Makaryanawati<sup>2</sup>, Dian Syariati<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang  
\*e-mail: [sriyani.mentari.fe@um.ac.id](mailto:sriyani.mentari.fe@um.ac.id)

## Abstract

*Agriculture is a strategic land for economic development. This is supported by the fact that Indonesia had around 8 million hectares of paddy fields in 2017, which has not been added to the area of land, and land that is temporarily not being cultivated. With this area, of course, it can be calculated the amount of agricultural products obtained. But in reality, the level of poverty in Indonesia is still dominated by rural communities which incidentally are farmers. This also happened to the people in Desa Ngembal, Kecamatan Tukur, Kabupaten Pasuruan, where the economic development of the village had not been significant for the last ten years. The socialization carried out aims to provide knowledge to the people of Desa Ngembal in developing village potential that is still minimal in utilization. The socialization explained about how to turn agricultural products into business products that have a selling power so that they can support the welfare of the community. In this socialization it was also conveyed about the procedures for managing business finances, including marketing business products and digital-based marketing strategies that could reach more consumers so as to expand market share.*

**Keywords:** Agricultural Product, Business Product, Marketing Strategy.

## Abstrak

*Pertanian merupakan lahan strategis bagi perkembangan perekonomian. Hal ini didukung dengan fakta bahwa Indonesia memiliki sekitar 8 juta hektar sawah di tahun 2017, belum ditambah dengan luas lahan, serta lahan yang sementara tidak diusahakan. Dengan luasan ini tentu saja dapat dikalkulasi besaran hasil pertanian yang didapatkan. Namun kenyataannya, tingkat kemiskinan di Indonesia masih didominasi masyarakat desa yang notabenehnya adalah petani. Hal ini juga terjadi pada masyarakat di Desa Ngembal, Kecamatan Tukur, Kabupaten Pasuruan yang mana perkembangan ekonomi desa tersebut tidak terlihat signifikan selama sepuluh tahun terakhir. Sosialisasi yang dilakukan bertujuan untuk memberikan bekal pengetahuan bagi masyarakat Desa Ngembal dalam mengembangkan potensi desa yang masih minim dalam pemanfaatan. Sosialisasi tersebut menjelaskan tentang bagaimana merubah hasil pertanian menjadi produk bisnis yang memiliki daya jual sehingga dapat menyokong kesejahteraan masyarakat. Pada sosialisasi ini disampaikan juga mengenai tata cara pengelolaan keuangan usaha, termasuk juga pemasaran produk bisnis dan strategi marketing berbasis digital yang bisa menjangkau lebih banyak konsumen sehingga memperluas pangsa pasar.*

**Kata kunci:** Hasil Pertanian, Produk Bisnis, Strategi Marketing.

## 1. PENDAHULUAN

Pertanian merupakan lahan strategis bagi perkembangan perekonomian, yakni memenuhi kebutuhan masyarakat desa dan menciptakan peluang ekspor (Setyowati, 2012) serta solusi untuk mengurangi kemiskinan di desa (Hermawan, 2012). Senada, BPS (2019) melaporkan lebih dari 25 juta penduduk Indonesia bermata pencaharian sebagai petani. Pada lingkup yang lebih luas, Cervantes dan Dewbre (2010); Ching dkk. (2009) dan Fan dan Zhuang (2009) mengemukakan bahwa tiga dari empat orang miskin di Asia Tenggara merupakan masyarakat desa dan sangat bergantung pada pertanian. Fakta di atas menjadi peluang sekaligus solusi dalam mengentaskan kemiskinan di Indonesia. Indonesia memiliki sekitar 8 juta hektar sawah di tahun 2017, belum ditambah dengan luas tegal, lahan, serta lahan yang sementara tidak diusahakan<sup>1</sup>. Dengan luasan ini tentu saja dapat dikalkulasi besaran hasil pertanian yang

didapatkan. Kenyataannya, tingkat kemiskinan di Indonesia masih didominasi masyarakat desa yang notabenehnya adalah petani<sup>1</sup>.

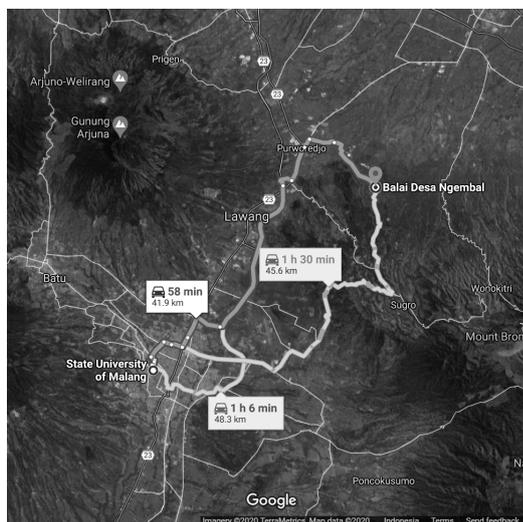
Fenomena yang sama terjadi di Desa Ngembal, Kecamatan Tuter, Kabupaten Pasuruan. Berdasarkan penuturan salah satu penduduk, BY, perkembangan desa Ngembal terlihat tidak signifikan selama sepuluh tahun terakhir. Hal ini sangat disayangkan mengingat Ngembal merupakan desa dengan wilayah terluas di Kabupaten Tuter dengan jumlah penduduk terbesar. Dengan potensi ini, Desa Ngembal seharusnya berkembang dengan signifikan. Ditambah lagi, Desa Ngembal menjadi salah satu destinasi wisata edukasi. Hasil observasi tim penulis menunjukkan pemanfaatan hasil pertanian di Desa Ngembal masih dilakukan secara tradisional. Hal ini ditunjukkan oleh 1) hasil pertanian hanya dijual dalam bentuk bahan mentah, 2) tidak ada upaya untuk mengantisipasi dengan mengolah atau memproduksi lebih lanjut hasil pertanian yang tidak terjual, dan 3) pengelolaan hasil pertanian dilakukan untuk konsumsi pribadi, 4) sebagian produk pertanian yang sudah diolah untuk dijual masih belum memiliki daya saing dari aspek harga jual serta *packaging* yang menarik.

Berkenaan dengan hal ini, pemanfaatan lebih lanjut hasil pertanian sebagai produk bisnis potensial untuk dilakukan. Masyarakat desa dapat memanfaatkan wahana wisata sebagai sarana pemasaran secara langsung dan atau tidak langsung. Hal ini diharapkan dapat mengangkat perekonomian masyarakat desa Ngembal yang pada akhirnya bermuara pada perkembangan desa.

Berdasarkan uraian diatas, penulis memandang perlu melakukan sosialisasi terkait pemanfaatan hasil pertanian sebagai produk bisnis di desa Ngembal. Sasaran sosialisasi adalah ibu-ibu petani yang tergabung dalam ibu-ibu Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) Desa Ngembal. Materi sosialisasi meliputi 1) bagaimana merubah hasil pertanian menjadi produk yang siap jual, 2) bagaimana menghitung biaya produk dan mengelola keuangan usaha.

## 2. METODE

Sosialisasi pemanfaatan hasil pertanian sebagai produk bisnis dilaksanakan pada tanggal 21 September 2019 bertempat di Balai Desa Ngembal Kota Pasuruan. Dari Universitas Negeri Malang, jarak lokasi pengabdian  $\pm 45$  km dengan waktu tempuh  $\pm 1$  jam sebagaimana terlihat pada gambar 1 berikut



Gambar 1. Lokasi Pengabdian

Lokasi ini dipilih berdasarkan hasil survei yang menunjukkan bahwa Desa Ngembal merupakan wilayah terluas (di Kota Pasuruan) dengan jumlah penduduk terbesar. Hal ini merupakan potensi konsumen dan sumber daya manusia. Selain itu, terdapat objek wisata yang telah berdiri sementara industri yang berkembang masih terbatas. Dengan demikian, peluang

<sup>1</sup> <https://www.bps.go.id/pressrelease/2019/01/15/1549/persentase-penduduk-miskin-pada-september-2018-sebesar-9-66-persen.html>

penghasil dan pemasar produk hasil pertanian masih terbuka. Sayangnya, masyarakat desa Ngembal belum memiliki pengetahuan yang cukup tentang pemanfaatan hasil pertanian sebagai produk bisnis serta pengelolaan keuangan bisnis. Sosialisasi ini diharapkan dapat membantu masyarakat dalam mengoptimalkan kekuatan-peluang dan menyelesaikan kelemahan-tantangan yang ada.

Sosialisasi dilaksanakan dengan melibatkan ahli materi yang merupakan tim pengabdian dari Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang. Pemateri pertama mengangkat tema pengolahan hasil bisnis sebagai produk pertanian dan strategi pemasaran (*packaging*), sementara pemateri kedua memberikan materi terkait perhitungan biaya produksi. Sosialisasi ini dihadiri oleh 30 ibu-ibu PKK yang sekaligus berprofesi sebagai petani desa Ngembal sebagaimana terlihat pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Tim Pengabdian bersama Peserta Kegiatan

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi dapat dipandang sebagai aktivitas komunikasi (Arimastuti, 2011). Dalam konteks yang berbeda, sosialisasi terbukti berpengaruh terhadap minat (Khotimah, 2011). Sosialisasi dalam pengabdian ini ditempuh sebagai upaya menambah wawasan masyarakat desa ngembal untuk memanfaatkan hasil pertanian sebagai produk bisnis. Hasil sosialisasi pemanfaatan hasil pertanian sebagai produk bisnis ini sangat memuaskan. Sosialisasi pemanfaatan hasil pertanian memberikan manfaat positif yang diuraikan sebagai berikut

1. Warga desa Ngembal memiliki bekal pengetahuan dan pemahaman tentang komponen-komponen biaya produksi. Harga pokok produksi (*Cost of goods manufactured*) adalah total produksi biaya barang-barang yang telah selesai dikerjakan dan ditransfer ke dalam persediaan barang jadi selama sebulan periode (Kinney dan Raiborn, 2011:56). Menurut Mulyadi (2005:65) manfaat dari penentuan harga pokok produksi adalah (1) Menentukan harga jual produk, (2) Memantau realisasi biaya produksi, dan (3) Menghitung laba atau rugi bruto periode tertentu. Biaya produksi tersebut meliputi biaya bahan baku, biaya tenaga kerja, serta *overhead* pabrik. Biaya produksi dapat dihitung dengan mencatat harga bahan, memasukkan biaya transportasi membeli bahan, menentukan biaya tenaga kerja/upah, menentukan biaya pemakaian listrik, menentukan biaya pemakaian gas, serta memasukkan biaya label dan kemasan.
2. Warga desa Ngembal dapat menentukan harga jual produk dengan tepat, sehingga tidak mengalami kerugian. Penentuan harga jual merupakan salah satu keputusan manajemen yang penting dalam penyusunan anggaran penjualan (Adisaputro & Anggarini, 2017). Dengan mengetahui biaya produksi dari sebuah produk melalui perhitungan yang tepat,

maka dapat ditetapkan harga jual produk yang bersaing. Salah satu metode penentuan harga jual standar yang lazim digunakan adalah *Cost-Plus Pricing*. Menurut metode ini, harga jual adalah *cost* ditambah dengan *markup* sebesar persentase tertentu dari *cost* tersebut (Adisaputro & Anggarini, 2017). *Markup* ditentukan sedemikian rupa sehingga laba yang diinginkan dapat dicapai dan harga tersebut tetap dapat bersaing dengan harga produk pesaing. Sebagai contoh, setelah diketahui biaya produksi minuman kunyit asem per pack adalah Rp 1000, dan margin laba yang diinginkan adalah 20%, maka harga jual minuman kunyit asem tersebut adalah Rp 1200. Jika ibu-ibu PKK tidak mengetahui bagaimana menghitung biaya produksi, akan menyebabkan penentuan harga jual produk kunyit asem yang terlalu rendah atau terlalu tinggi. Harga jual yang terlalu rendah akan menyebabkan kerugian, sebaliknya harga jual yang terlalu tinggi menyebabkan produk tidak laku di pasaran.

3. Warga desa Ngembal mengetahui dan memahami pemasaran usaha. Pemasaran usaha menjadi salah satu kesulitan tersendiri bagi warga desa ngembal dalam mengubah hasil pertanian menjadi produk bisnis. Terkait dengan pengemasan (*packaging*), terdapat bermacam kegunaan kemasan serta hal penting lain dalam pembuatan kemasan. Hal tersebut diantaranya pembuatan kemasan yang menarik, pemberian informasi yang jelas dan jujur, serta penentuan ukuran dan material kemasan. Bungkus atau kemasan yang menarik akan memberikan nilai plus pada konsumen yang sedang membedakan beberapa produk yang bentuk dan mutunya hampir sama (Kaihatu, 2014:2). Sertifikasi BPOM dan dinas kesehatan pada produk makanan juga merupakan unsur penting. Selain itu, pemberian nama, pemilihan warna dan huruf pada kemasan menjadi faktor penting dalam pemasaran. Kemasan yang baik dan menarik tidak selalu identik dengan harga kemasan yang mahal, dengan bahan pengemas yang biasa-biasa saja, asalkan dirancang sedemikian rupa baik bentuk maupun desain labelnya pastilah akan tercipta sebuah kemasan yang tidak kalah bersaing dengan kemasan-kemasan modern (Agustina, 2011). Ada pula strategi marketing secara digital yang kini marak dipergunakan oleh pelaku bisnis. Dengan demikian, produk bisnis dapat menjangkau lebih banyak konsumen.
4. Warga desa Ngembal mengetahui cara mengelola keuangan usaha bisnisnya. Keberlangsungan suatu usaha juga harus ditunjang dengan cara pengelolaan keuangan yang baik dari aspek pencatatannya. Oleh karena ini merupakan usaha *home industri* yang pengolahan produk dilakukan sendiri, maka berpotensi berdampak pada tidak dipisahkannya antara keuangan bisnis dan rumah tangga. Tentunya hal ini akan mempengaruhi keberlangsungan usaha. Sebagai contoh, Ibu A hari ini menerima uang muka dari pembeli, pada saat yang sama dia harus membayar uang SPP anaknya, jika tidak dipisah antara kebutuhan sehari-hari dengan keperluan bisnis, maka ibu A akan menggunakan uang muka tersebut untuk membayar SPP anaknya terlebih dahulu. Akibatnya, ketika akan memproduksi dan harus mengeluarkan biaya, uang tersebut sudah terpakai untuk keperluan pribadi. Jika hal ini terus menerus terjadi, maka sulit untuk mengetahui kemajuan bisnis Ibu A, dan kasus terburuk adalah terjadi kebangkrutan, dan praktek seperti ini tidak sejalan dengan prinsip pencatatan keuangan UMKM. Salah satu kelemahan usaha kecil adalah mereka tidak menerapkan sistem pencatatan keuangan yang memadai atau belum adanya sistem akuntansi. Demi meningkatkan nilai tambah dan produktivitas usahanya, pelaku usaha harus memiliki pengetahuan pengelolaan keuangan usaha berbasis akuntansi, serta memiliki kemauan dan kemampuan untuk menerapkan pengetahuan pengelolaan keuangan berbasis akuntansi yang dimiliki untuk menjalankan usahanya (Puspitaningtyas, 2017).



Gambar 3. Pemberian Materi Pertama



Gambar 4. Pemberian Materi Kedua

Upaya untuk meningkatkan produk pertanian menjadi produk bisnis yang diminati, sangat penting dilakukan. Diantara berbagai upaya meningkatkan produk pertanian menjadi produk bisnis yang diminati adalah melalui strategi harga bersaing dan strategi *packaging* yang menarik. Sosialisasi ini merupakan salah satu media bagi warga desa Ngembal untuk memperoleh pengetahuan mengenai pengolahan hasil pertanian mereka menjadi produk-produk bisnis.

#### 4. SIMPULAN

Sosialisasi pemanfaatan hasil pertanian sebagai produk bisnis ini sangat bermanfaat bagi masyarakat Desa Ngembal dalam rangka mengembangkan hasil pertanian desa mereka yang masih kurang signifikan dalam menyokong kesejahteraan masyarakat. Sosialisasi ini memberikan masyarakat pengetahuan mengenai komponen-komponen biaya produksi, metode penghitungan harga jual produk *Cost-Plus Pricing* yang merupakan formula yang paling aplikatif dibanding metode lain yang memerlukan pemahaman yang lebih kompleks. Sosialisasi ini juga memberikan pengetahuan bagi warga desa Ngembal mengenai pemasaran usaha yang terkait dengan pengemasan produk yang baik dan dapat bersaing di pasaran, serta pengelolaan keuangan bisnis dengan menerapkan pencatatan keuangan yang memisahkan keuangan bisnis dan pribadi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G & Anggarini, Y. (2017). *Anggaran Bisnis: Analisis, Perencanaan, dan Pengendalian Laba*. Edisi 1. Cetakan Ketiga. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Agustina, W. (2011). *Teknologi Pengemasan, Desain, dan Pelabelan Kemasan Produk Makanan*. Subang: Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI).
- Andarsari, P. R. (2018). Implementasi Pencatatan Keuangan Pada Usaha Kecil Dan Menengah Studi pada Sentra Industri Kripik Tempe Sanan di Kota Malang. *JIBEKA*, 12(1), 59-64. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i1.16>
- Arimastuti, A. (2011). Tahapan Proses Komunikasi Fasilitator Dalam Sosialisasi Pengurangan Risiko Bencana (Studi Kasus terhadap Tim COMPRESS LIPI dalam Pelatihan Evakuasi Mandiri bagi Masyarakat Pantai terhadap Bahaya Tsunami (Pra Tsunami). *Jurnal Penanggulangan Bencana*, 2(Oktober), 15-23.
- BPS. (2019). *Hasil Survei Pertanian Antar Sensus 2018*.
- Cervantes, G. D., & Dewbre, J. (2010). Economic Importance of Agriculture for Poverty Reduction. *Agriculture and Fisheries Paper*, 23. <https://doi.org/doi.org/10.1787/5kmmv9s20944-en>
- Ching, L. L., Dano, E., & Jhamtani, H. (2009). Rethinking Agriculture. *Third World Resurgence*, 223.
- Fan, Z., & Zhuang, J. (2009). Agricultural Impact of Climate Change: A General Equilibrium Analysis with Special Reference to Southeast Asia. *ADB Working Paper*, 131.
- Hermawan, I. (2012). Analisis Eksistensi Sektor Pertanian terhadap Pengurangan Kemiskinan di Pedesaan dan Perkotaan. *MIMBAR*, 28(2), 135-144.
- Kaihatu, T. S. (2014). *Manajemen Pengemasan*. Edisi 1. Yogyakarta: Penerbit ANDI.

- Khotimah, H., Warsini, Y., & Nuraeni. (2011). *Jurnal Account*. 423-431.
- Kinney, M. R., & Raiborn, C. A. (2011). *Akuntansi Biaya Dasar dan Perkembangan*. Buku 1. Edisi 7. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyadi. (2005). *Akuntansi Biaya*. Edisi 5. Cetakan ketujuh. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Puspitaningtyas, Z. (2017). Pembudayaan Pengelolaan Keuangan Berbasis Akuntansi Bagi Pelaku Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Akuntansi*, 21(3), 361-372. <http://dx.doi.org/10.24912/ja.v21i3.242>
- Setyowati, N. (2012). Analisis Peran Sektor Pertanian di Kabupaten Sukoharjo. *SEPA*, 8(2), 174-179.