

## **Pelatihan Manajemen Pemasaran dan Diversifikasi Produk sebagai Solusi Peningkatan Daya Saing Petani di Tengah Risiko Gagal Panen**

**Krisnanda<sup>1\*</sup>, Winda Widyastuti<sup>2</sup>, Linda Putri Nadia<sup>1</sup>**

<sup>1</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus, Kudus, Indonesia

<sup>2</sup> Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muria Kudus, Kudus, Indonesia

*\*Corresponding Email: krisnanda@umk.ac.id*

### **ABSTRAK**

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing kelompok tani di Kecamatan Gajah, Kabupaten Demak melalui pelatihan manajemen pemasaran, diversifikasi produk, dan penguatan manajemen risiko gagal panen berbasis Asuransi Usaha Tani Padi (AUTP). Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh rendahnya kemampuan petani dalam memasarkan hasil panen secara optimal, terbatasnya inovasi produk, serta minimnya pemahaman mengenai instrumen perlindungan risiko pertanian. Metode pelaksanaan bersifat partisipatif, mencakup observasi lapangan, diskusi kelompok terarah, pelatihan praktis, serta pre dan post test untuk mengukur peningkatan pengetahuan. Program ini menitikberatkan pada tiga aspek: peningkatan kapasitas manajemen pemasaran digital, pengembangan produk pertanian bernilai tambah, dan sosialisasi penggunaan AUTP sebagai mitigasi risiko gagal panen. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman petani terkait pemasaran digital dan diversifikasi produk, serta meningkatnya kesadaran pentingnya perlindungan melalui asuransi pertanian. Program ini berhasil memperkuat kemandirian ekonomi, keberlanjutan usaha tani, dan kesiapan petani menghadapi ketidakpastian produksi akibat perubahan iklim. Dengan demikian, integrasi pelatihan manajemen pemasaran, diversifikasi produk, dan pemanfaatan AUTP menjadi strategi efektif untuk meningkatkan daya saing petani secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** AUTP, daya saing, manajemen pemasaran, diversifikasi produk

### **ABSTRACT**

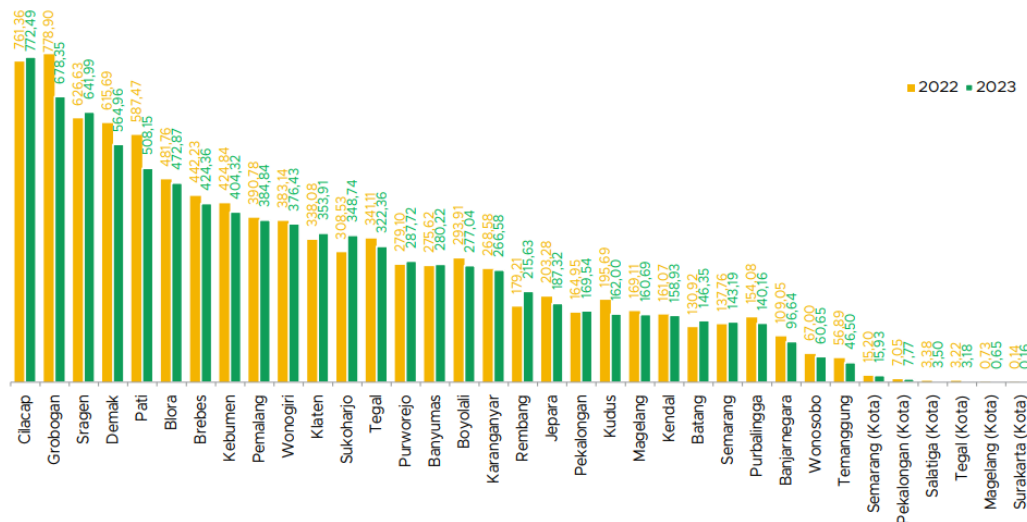
*This community service program aims to enhance the competitiveness of farmer groups in Gajah District, Demak Regency through training in marketing management, product diversification, and crop failure risk management using the Agricultural Insurance Scheme (Asuransi Usaha Tani Padi, AUTP). The program was motivated by farmers' limited ability to market their products effectively, lack of product innovation, and insufficient understanding of agricultural risk protection instruments. A participatory approach was employed, including field observations, focus group discussions, practical training, and pre and post tests to assess knowledge improvement. The program emphasized three key aspects: strengthening digital marketing capacity, developing value added agricultural products, and providing socialization on AUTP as a crop failure mitigation tool. The results showed significant improvements in farmers' understanding of digital marketing and product diversification, along with greater awareness of agricultural insurance benefits. This initiative successfully strengthened farmers' economic resilience, farming sustainability, and preparedness against climate-related production uncertainties. Therefore, the integration of marketing management training, product diversification, and AUTP implementation serves as an effective strategy to enhance farmers' long term competitiveness.*

**Keywords:** AUTP, competitiveness, marketing management, product diversification

## PENDAHULUAN

Indonesia dikenal sebagai negara agraris, di mana mayoritas penduduknya bekerja di sektor pertanian. Sektor ini berperan penting sebagai sumber pangan, bahan baku industri, serta penyumbang devisa negara (Syahputera & Sunartomo, 2023). Namun demikian, meskipun banyak penduduknya berprofesi sebagai petani, Indonesia belum mampu memenuhi kebutuhan beras dalam negeri dan masih mengandalkan impor, termasuk dari Vietnam yang memiliki produktivitas lebih tinggi meski luas lahannya lebih kecil (Handayani et al., 2019).

Demak sendiri merupakan salah satu lumbung padi nasional yang tetap memiliki posisi strategis dalam produksi beras, terbukti dengan konsistensinya menempati empat besar kabupaten dengan produksi padi tertinggi di Jawa Tengah pada tahun 2022 dan 2023.



**Gambar 1.** Produksi Padi di Provinsi Jawa Tengah (ribu Ton-GKG), 2022-2023  
Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

Sektor pertanian masih menjadi pilar utama dalam perekonomian nasional, terutama bagi masyarakat di wilayah pedesaan. Kontribusi sektor ini tidak hanya berperan dalam penyediaan bahan pangan, tetapi juga sebagai sumber mata pencaharian bagi sebagian besar penduduk Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2023). Namun demikian, petani masih menghadapi berbagai tantangan, seperti akses pasar yang terbatas, ketergantungan pada tengkulak, keterbatasan inovasi produk, serta risiko gagal panen akibat ketidakpastian iklim dan serangan hama. Kondisi ini berdampak pada rendahnya daya saing petani dalam mempertahankan keberlanjutan usaha tani.

Desa Wilalung merupakan desa di Kecamatan Gajah, Kabupaten Demak, Provinsi Jawa Tengah, Indonesia, yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Kudus. Desa ini dikenal sebagai daerah agraris dengan potensi pertanian padi yang tinggi. Berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara dengan perwakilan kelompok tani, diketahui bahwa kelompok tani di Desa Wilalung menghadapi sejumlah tantangan yang mempengaruhi produktivitas dan keberlanjutan usaha tani mereka. Salah satu permasalahan utama adalah kesulitan memasarkan hasil panen dengan harga yang layak. Tak jarang, hasil panen dijual dengan harga rendah kepada tengkulak sehingga pendapatan petani menjadi berkurang.

Meskipun demikian, sebagian besar petani masih mengandalkan metode pemasaran tradisional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Padahal, perkembangan teknologi informasi telah membuka peluang besar bagi petani untuk memasarkan produknya secara langsung kepada konsumen melalui platform digital seperti media sosial dan *marketplace* yang mampu memperluas jangkauan pemasaran, meningkatkan interaksi dengan pelanggan, serta mempermudah proses promosi produk (Rahmawati et al., 2024). Pemanfaatan digital marketing dalam sektor pertanian telah menjadi strategi yang efektif untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Menurut penelitian Juswadi et al. (2020) penerapan strategi

pemasaran digital mampu membantu petani dan pelaku usaha pertanian menjangkau konsumen secara lebih luas tanpa batasan geografis. Melalui media sosial, marketplace, dan platform digital lainnya, pelaku usaha dapat memperkenalkan produk secara lebih menarik dan interaktif. Selain itu, digital marketing juga berperan penting dalam meningkatkan nilai jual produk pertanian, memperkuat identitas merek lokal, serta membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen melalui komunikasi yang lebih efisien dan transparan.

Selain aspek pemasaran, diversifikasi produk juga merupakan strategi penting dalam meningkatkan nilai tambah hasil pertanian sekaligus menjaga stabilitas ekonomi petani. Menurut penelitian Rahmasari & Abidin (2025), strategi diversifikasi dalam agribisnis mampu meningkatkan keuntungan petani dengan memperluas variasi produk yang dihasilkan, sehingga tidak bergantung pada satu komoditas utama. Langkah ini tidak hanya menekan risiko kerugian saat harga pasar suatu komoditas menurun, tetapi juga membuka peluang pasar baru yang lebih beragam.

Lebih lanjut, hasil penelitian Sudirjo et al. (2024) menunjukkan bahwa praktik diversifikasi produk yang berkelanjutan berdampak positif terhadap kinerja ekonomi petani, terutama ketika dikombinasikan dengan penerapan pertanian berkelanjutan dan pemasaran digital. Melalui pengembangan berbagai produk olahan dari hasil panen, petani dapat meningkatkan nilai jual, memperkuat daya saing produk lokal, serta memperluas akses pasar melalui kanal daring.

Selain masalah pemasaran, Desa Wilalung juga terletak di daerah yang rawan kekeringan. Perubahan iklim yang tidak menentu, serta peningkatan frekuensi kejadian cuaca ekstrem, seringkali menyebabkan gagal panen. Sayangnya, kelompok tani di desa ini belum memiliki pengetahuan dan strategi yang memadai untuk mengelola risiko tersebut. Mereka juga kurang memahami pentingnya Asuransi Usaha Tani Padi (AUTP) sebagai perlindungan terhadap risiko gagal panen. Risiko ini menjadi ancaman serius bagi petani kecil karena perubahan iklim, banjir, kekeringan dan serangan hama dapat menyebabkan kerugian signifikan. Salah satu solusi yang telah diperkenalkan pemerintah adalah AUTP sebagai instrumen manajemen risiko yang memberikan perlindungan finansial bagi petani (Kementerian Pertanian RI, 2022). Namun demikian, tingkat partisipasi petani dalam program AUTP masih rendah karena minimnya pemahaman dan sosialisasi. Berdasarkan hasil penelitian Maman et al. (2020), tingkat persepsi dan partisipasi petani terhadap program AUTP masih tergolong rendah, terutama disebabkan oleh kurangnya pemahaman petani mengenai manfaat program serta terbatasnya kegiatan sosialisasi yang dilakukan.

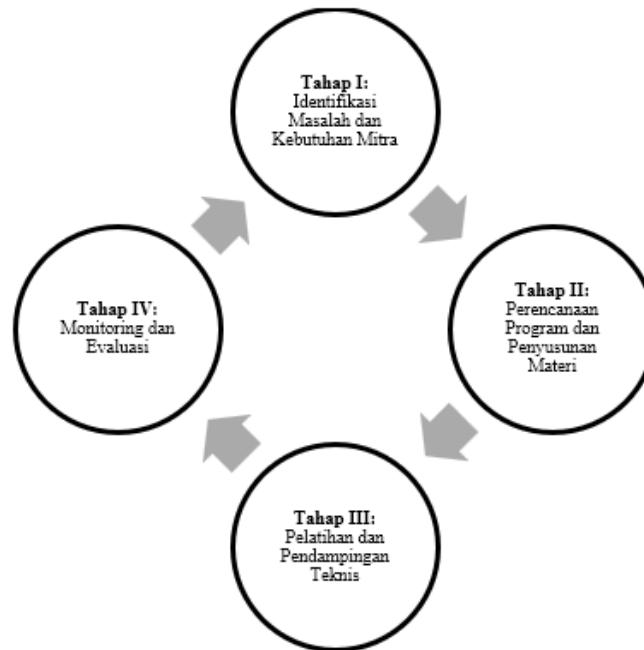
Bagaimanapun, Desa ini memiliki potensi pertanian padi tinggi, yang terlihat dari luas lahan tanaman padi di Kabupaten Demak yang mencapai 48.791 hektar (Azizah, 2024). Namun, minimnya akses dan pengetahuan petani tentang AUTP yang dapat mengurangi risiko gagal panen, menjadi tantangan besar yang perlu diatasi. Manfaat asuransi usaha tani padi antara lain memperoleh ganti rugi keuangan sebagai modal kerja, meningkatkan aksesibilitas kepada sumber pembiayaan, mendorong petani untuk menggunakan input produksi sesuai anjuran usahatani yang baik.

Berdasarkan uraian tersebut, permasalahan utama mitra yaitu aspek pemasaran yang mencakup pemasaran hasil tani dan diversifikasi produk dan manajemen risiko melalui AUTP. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dirancang untuk memberikan pelatihan manajemen pemasaran, diversifikasi produk, dan sosialisasi AUTP bagi kelompok tani di Kecamatan Gajah, Kabupaten Demak. Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kapasitas kewirausahaan dan ketahanan ekonomi petani melalui pemanfaatan teknologi digital, inovasi produk, dan penguatan manajemen risiko pertanian. Dengan demikian, program ini diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan yang berkelanjutan bagi petani di wilayah pedesaan.

## METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan pendekatan partisipatif, di mana mitra dilibatkan secara aktif dalam setiap tahapan pelaksanaan program. Pendekatan ini dipilih agar kegiatan tidak bersifat *top down*, tetapi mampu menumbuhkan rasa memiliki dan keberlanjutan praktik di tingkat petani (Tina Endriani et al., 2025).

Kegiatan dilaksanakan kepada Kelompok Tani Lestari Mulyo, Kecamatan Gajah, Kabupaten Demak, dengan melibatkan 20 anggota kelompok tani sebagai peserta utama. Program dilaksanakan dalam empat tahapan utama:



**Gambar 2.** Tahapan Pelaksanaan Kegiatan PkM

**1. Identifikasi Masalah dan Kebutuhan Mitra**

Survei awal dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam untuk mengidentifikasi tantangan utama petani dalam aspek pemasaran, inovasi produk, dan pemahaman terhadap risiko gagal panen.

**2. Perencanaan Program dan Penyusunan Materi**

Berdasarkan hasil identifikasi, tim menyusun materi pelatihan yang mencakup empat tema: (a) manajemen pemasaran digital, (b) branding dan promosi produk, (c) diversifikasi hasil pertanian menjadi produk olahan bernilai tambah, dan (d) pengenalan penerapan AUTP sebagai strategi mitigasi risiko gagal panen.

**3. Pelatihan dan Pendampingan Teknis**

Pelatihan dilakukan secara interaktif melalui *workshop* dan praktik langsung. Peserta dilatih membuat akun media sosial bisnis, merancang konten promosi, serta memahami prosedur pendaftaran AUTP. Selain itu, dilakukan sesi berbagi pengalaman antara petani yang telah menerapkan diversifikasi produk dengan peserta lainnya.

**4. Monitoring dan Evaluasi**

Evaluasi dilaksanakan melalui observasi, wawancara, serta pre dan post test untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Indikator keberhasilan meliputi peningkatan literasi digital, kemampuan membuat produk olahan, serta pemahaman terhadap manfaat AUTP. Hasil evaluasi digunakan untuk merumuskan rekomendasi pengembangan program lanjutan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Identifikasi Permasalahan**

Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa Kelompok Tani Lestari Mulyo di Kecamatan Gajah, Kabupaten Demak, menghadapi beberapa tantangan dalam pengelolaan usaha tani padi. Tantangan utama meliputi rendahnya kemampuan pemasaran hasil panen, ketergantungan pada tengkulak, minimnya inovasi produk, serta tingginya risiko gagal panen akibat serangan hama dan perubahan iklim.

Kondisi tersebut berdampak pada fluktuasi pendapatan petani dan menurunkan daya saing di tingkat pasar. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini mengusung pendekatan pemberdayaan berbasis partisipatif dengan prinsip:

1. Berbasis masyarakat (*community based*): petani berperan aktif dalam identifikasi masalah dan pengambilan keputusan.
2. Berbasis sumber daya lokal (*local resource based*): memanfaatkan potensi padi sebagai komoditas unggulan daerah.
3. Berkelanjutan (*sustainable*): hasil pelatihan diarahkan untuk dapat diterapkan secara mandiri oleh petani setelah program berakhir.

## B. Implementasi Pendampingan

Pelatihan dilaksanakan dengan melibatkan anggota Kelompok Tani Lestari Mulyo, dosen dan mahasiswa. Tujuan kegiatan ini yaitu untuk membekali petani dengan pengetahuan dan keterampilan dalam manajemen pemasaran dan diversifikasi produk sebagai strategi peningkatan daya saing di tengah risiko gagal panen. Pendekatan yang digunakan dalam pelatihan ini menekankan pada praktik langsung dan pendampingan intensif agar peserta dapat mengaplikasikan materi ke dalam kegiatan usaha tani mereka. Adapun materi pelatihan mencakup tiga pokok bahasan utama, yaitu:

1. Manajemen Pemasaran Hasil Tani, dengan fokus pada pemahaman dasar pemasaran, strategi harga, dan pentingnya mengetahui harga pasar sebelum menjual hasil panen. Materi ini diharapkan mampu mengubah pola pikir petani dari hanya sebagai produsen menjadi pelaku usaha yang memahami nilai pasar.
2. Diversifikasi Produk Pertanian, yang bertujuan meningkatkan nilai tambah hasil panen melalui inovasi produk, seperti pengemasan beras lokal dengan merek sendiri. Diversifikasi diharapkan dapat mengurangi risiko kerugian saat terjadi gagal panen serta memperluas segmen pasar produk pertanian.
3. Pengenalan Promosi Digital, meliputi praktik membuat desain promosi sederhana menggunakan Canva serta pengelolaan transaksi melalui WhatsApp Business. Materi ini membantu petani mengenal konsep pemasaran digital dan memperluas jangkauan pasar tanpa harus bergantung pada tengkulak.

Pelatihan dilaksanakan melalui kombinasi ceramah interaktif, praktik langsung, dan pendampingan lapangan, sehingga peserta dapat memahami dan menerapkan materi dengan lebih baik.



**Gambar 3.** Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Kelompok Tani

## C. Pelatihan Manajemen Pemasaran

Permasalahan utama yang dihadapi petani padi adalah ketergantungan pada sistem penjualan konvensional yang mengandalkan tengkulak dengan harga jual yang tidak stabil. Untuk mengatasinya, dilakukan pelatihan manajemen pemasaran berbasis digital agar petani mampu memasarkan beras hasil panen secara mandiri dan memperoleh harga yang lebih kompetitif.

Materi pelatihan difokuskan pada penguatan kapasitas anggota Kelompok Tani Lestari Mulyo dalam memasarkan hasil tani, khususnya beras lokal, melalui pendekatan digital yang sederhana dan mudah diterapkan. Pelatihan ini mencakup strategi branding produk beras lokal dengan menonjolkan

keunggulan kualitas, cita rasa, dan nilai kearifan lokal sebagai daya tarik utama bagi konsumen. Selain itu, peserta juga dibekali keterampilan membuat materi promosi sederhana menggunakan Canva, seperti desain poster, label kemasan, dan konten visual menarik untuk media sosial. Materi selanjutnya berfokus pada pengelolaan transaksi melalui *WhatsApp Business*, yang memungkinkan petani berinteraksi langsung dengan pembeli, mencatat pesanan, serta mempromosikan produk beras lokal secara lebih efisien dan profesional.

Pelatihan ini memberikan hasil positif, ditunjukkan oleh meningkatnya kemampuan petani dalam mengoperasikan media sosial dan mengelola akun penjualan daring. Hal ini mendukung temuan Rahmawati et al. (2024) dan Juswadi et al. (2020) bahwa pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi pemasaran dan nilai tambah produk pertanian, termasuk komoditas padi.

#### **D. Pelatihan Diversifikasi Produk**

Selain pemasaran digital, kegiatan ini juga berfokus pada diversifikasi produk untuk menambah nilai ekonomi dan memperluas peluang usaha petani. Sebelum pelatihan, petani hanya menjual gabah atau beras mentah dengan nilai jual yang relatif rendah. Melalui pelatihan ini, peserta diperkenalkan pada berbagai produk yang memiliki potensi pasar, seperti tepung beras lokal kemasan kecil, produk olahan, serta produk turunan ramah lingkungan berupa beras organik.

Proses pelatihan dilakukan dengan metode praktik langsung, di mana peserta diajarkan dan diperkenalkan cara sederhana mengolah dan mengemas produk turunan beras agar memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman petani terhadap konsep diversifikasi, di mana 80% peserta mampu mengidentifikasi peluang produk turunan.

Diversifikasi ini tidak hanya meningkatkan nilai tambah, tetapi juga berfungsi sebagai strategi mitigasi risiko pendapatan. Sejalan dengan temuan Rahmasari & Abidin (2025) bahwa strategi diversifikasi produk di sektor agribisnis terbukti meningkatkan stabilitas pendapatan petani dan mengurangi risiko yang timbul akibat fluktuasi harga serta kondisi iklim yang tidak pasti.

#### **E. Manajemen Risiko Gagal Panen Berbasis AUTP**

Risiko gagal panen akibat serangan hama seperti wereng coklat, tikus, dan penyakit blas, serta faktor iklim seperti banjir dan kekeringan, menjadi tantangan utama bagi petani padi. Untuk mengantisipasi risiko tersebut, pelatihan difokuskan pada manajemen risiko pertanian dengan pendekatan AUTP dan Analisis Unsur, Tahapan, dan Pengendalian Risiko. Tahapan pelatihan meliputi identifikasi risiko utama pada setiap musim tanam, analisis probabilitas dan dampak kerugian termasuk perhitungan estimasi hasil panen, serta sosialisasi mekanisme AUTP yang mencakup pendaftaran, premi, dan manfaat perlindungan.

Melalui pelatihan ini, petani memahami bahwa AUTP merupakan instrumen perlindungan finansial yang penting terhadap risiko produksi pertanian. Berdasarkan hasil evaluasi, sekitar 70% peserta menyatakan minat untuk mengikuti program AUTP, dan sebagian di antaranya telah mulai mendaftar melalui kelompok tani. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Mastini et al., 2023) yang menunjukkan bahwa pelaksanaan program AUTP terbukti efektif dalam membantu petani mengatasi kerugian akibat gagal panen yang disebabkan oleh faktor cuaca ekstrem atau akibat bencana alam. Program ini tidak hanya memberikan perlindungan finansial, tetapi juga meningkatkan rasa aman petani dalam berusaha tani, sehingga mendorong keberlanjutan usaha pertanian dan memperkuat ketahanan pangan di tingkat lokal.

Kegiatan pelatihan manajemen pemasaran, diversifikasi produk, dan manajemen risiko gagal panen berbasis AUTP memberikan dampak terhadap peningkatan kapasitas Kelompok Tani Lestari Mulyo. Setelah mengikuti program ini, petani mulai memasarkan beras hasil panen melalui media sosial dan platform daring, serta mengembangkan produk beras dengan kemasan sederhana namun menarik.

Selain itu, terjadi peningkatan pemahaman terhadap pentingnya perlindungan usaha tani melalui AUTP dan kesadaran baru tentang inovasi serta pencatatan keuangan sederhana dalam usaha pertanian. Secara keseluruhan, program ini terbukti efektif dalam membangun petani padi yang

adaptif, mandiri, dan berorientasi pasar, sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi pertanian di tingkat lokal.



**Gambar 4.** Materi Pendampingan dan Pelatihan Kelompok Tani

#### **F. Analisis Hasil Pre dan Post Test Peserta Pelatihan**

Pelaksanaan pelatihan Manajemen Pemasaran, Diversifikasi Produk, dan Manajemen Risiko Gagal Panen Berbasis AUP pada Kelompok Tani Lestari Mulyo diawali dengan dilakukan pre dan post test untuk mengukur tingkat pemahaman awal peserta mengenai tiga aspek utama kegiatan, yaitu manajemen pemasaran hasil pertanian, diversifikasi produk dan manajemen risiko gagal panen melalui AUP. Instrumen pre dan post test terdiri dari sepuluh pertanyaan tertutup dengan pilihan jawaban “Ya” atau “Tidak” yang mencerminkan tingkat pengetahuan dasar petani terhadap topik-topik tersebut.



**Gambar 5.** Pelaksanaan Pretest Pelatihan Kelompok Tani

Berdasarkan hasil pre test yang dilakukan, menunjukkan bahwa pemahaman peserta terhadap ketiga aspek masih tergolong rendah. Sebagian besar peserta belum memahami strategi pemasaran modern, inovasi produk berbasis padi, dan perhitungan dasar risiko usaha tani. Setelah mengikuti pelatihan yang bersifat partisipatif dan aplikatif, terjadi peningkatan signifikan pada hasil posttest, yang mencerminkan peningkatan kemampuan dan pemahaman peserta.

**Tabel 1.** Hasil Pre-Test dan Post-Test Peserta Pelatihan

| No | Pertanyaan                                                                       | Jumlah Benar (Pre-Test) | Persentase (%) | Jumlah Benar (Post-Test) | Persentase (%) |
|----|----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|----------------|--------------------------|----------------|
| 1  | Mengetahui harga pasar sebelum menjual hasil panen                               | 15                      | 75             | 19                       | 95             |
| 2  | Bergabung dengan kelompok tani memudahkan pemasaran                              | 16                      | 80             | 20                       | 100            |
| 3  | Hasil panen hanya bisa dijual ke tengkulak                                       | 10                      | 50             | 20                       | 100            |
| 4  | Kemasan dan merek dapat meningkatkan harga jual                                  | 15                      | 75             | 19                       | 95             |
| 5  | Diversifikasi berarti hanya menanam satu jenis tanaman                           | 9                       | 45             | 17                       | 75             |
| 6  | Padi hanya bisa dijual dalam bentuk gabah                                        | 8                       | 40             | 17                       | 70             |
| 7  | Gagal panen dapat disebabkan oleh banjir, hama, atau penyakit                    | 12                      | 60             | 20                       | 85             |
| 8  | AUTP membantu petani saat gagal panen                                            | 13                      | 65             | 19                       | 85             |
| 9  | Petani harus membayar penuh premi AUTP tanpa bantuan pemerintah                  | 8                       | 40             | 17                       | 65             |
| 10 | Pengelolaan pemasaran, diversifikasi, dan AUTP meningkatkan kesejahteraan petani | 14                      | 70             | 19                       | 95             |

Sumber: Data primer pelatihan, 2025

Berdasarkan Tabel 1, hasil pretest menunjukkan bahwa sebelum pelatihan, tingkat pemahaman peserta terhadap aspek-aspek utama kegiatan masih tergolong sedang hingga rendah, dengan persentase rata-rata pemahaman sebesar 60%. Pengetahuan paling rendah terdapat pada aspek diversifikasi dan manajemen risiko (pertanyaan nomor 5, 6, dan 9), yang masing-masing hanya mencapai 40–45%. Hal ini mencerminkan masih terbatasnya pemahaman petani terhadap konsep nilai tambah produk berbasis padi dan perlindungan usaha tani melalui asuransi (AUTP).

Namun setelah mengikuti pelatihan, tingkat pemahaman peserta meningkat signifikan di seluruh indikator, dengan rata-rata kenaikan sebesar 27–30%. Peningkatan tertinggi terjadi pada indikator alternatif pemasaran hasil panen (pertanyaan 3), di mana pemahaman meningkat dari 50% menjadi 100%. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan berhasil membuka wawasan petani untuk tidak hanya bergantung pada tengkulak, tetapi juga memanfaatkan saluran pemasaran digital, seperti *WhatsApp Business* dan promosi sederhana di media sosial menggunakan Canva. Penelitian oleh Juswadi et al. (2020) menemukan bahwa penerapan strategi pemasaran digital di sektor pertanian seperti pemanfaatan *platform e-commerce*, media sosial, dan optimasi saluran distribusi digital dapat secara signifikan memperluas jangkauan pasar produk pertanian, memperkuat identitas merek lokal, serta mendorong peningkatan pendapatan petani.

Aspek diversifikasi produk padi juga mengalami peningkatan yang signifikan. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta belum memahami pentingnya diversifikasi produk. Setelah pelatihan, tingkat pemahaman meningkat hingga 75%. Penelitian menunjukkan bahwa diversifikasi produk pertanian terbukti secara signifikan meningkatkan performa ekonomi petani, terutama ketika dikombinasikan dengan praktik pertanian berkelanjutan dan pemasaran digital (Sudirjo et al., 2024).

Selain itu, peningkatan pada indikator manajemen risiko gagal panen dan pemahaman AUTP (pertanyaan 7–9) menunjukkan hasil positif. Pemahaman petani tentang penyebab gagal panen meningkat dari 60% menjadi 85%, dan kesadaran akan manfaat AUTP meningkat dari 65% menjadi 85%. Bahkan, 70% peserta menyatakan minat untuk mendaftar program AUTP setelah memahami mekanisme subsidi premi oleh pemerintah. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Mastini et al. (2023), yang menunjukkan bahwa pelaksanaan program AUTP terbukti sangat bermanfaat dan efektif dalam membantu petani mengurangi risiko kerugian akibat gagal panen yang disebabkan oleh cuaca ekstrem maupun akibat bencana alam.

Secara keseluruhan, peningkatan hasil posttest ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis praktik dan studi kasus lokal efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan kesiapan petani dalam

menghadapi tantangan agribisnis modern. Peningkatan rata-rata skor dari 60% menjadi 87% membuktikan bahwa kegiatan pelatihan ini tidak hanya memberikan pengetahuan baru, tetapi juga membentuk pola pikir wirausaha yang lebih adaptif dan resilien di kalangan petani padi.

## G. Diskusi

Peningkatan hasil post test menunjukkan bahwa pelatihan dengan pendekatan partisipatif dan berbasis praktik efektif dalam meningkatkan kompetensi petani di bidang manajemen pemasaran dan diversifikasi produk. Hal ini mendukung pandangan Kotler & Keller (2016) yang menyatakan bahwa pemasaran berbasis nilai dan diferensiasi produk merupakan kunci daya saing di pasar yang kompetitif.

Strategi diversifikasi produk telah diidentifikasi sebagai salah satu pilar penting dalam memperkuat ketahanan pangan nasional. Diversifikasi tidak hanya memberikan variasi komoditas tetapi juga membantu menurunkan ketergantungan terhadap satu jenis tanaman tunggal, sehingga secara otomatis menyediakan sumber pendapatan alternatif bagi petani ketika komoditas utama mengalami penurunan produksi atau harga (Sumaryanto, 2016). Penggunaan media digital sederhana seperti *WhatsApp Business* dan Canva juga menjadi langkah awal bagi petani menuju transformasi digital, yang penggunaan media digital seperti media sosial dan aplikasi sederhana memperlihatkan efek signifikan terhadap perluasan akses pasar bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Mengadopsi platform digital secara lebih aktif, pelaku usaha dapat mengurangi ketergantungan pada perantara tradisional dan menjangkau konsumen secara lebih langsung dan luas (Susanto et al., 2020).

Pelatihan ini berhasil mendorong perubahan perilaku, di mana 90% peserta mulai mengelola pemasaran secara mandiri, dan sekitar 25% mengalami peningkatan omzet dalam tiga bulan setelah pelatihan. Selain itu, peningkatan kesadaran terhadap AUPP menunjukkan bahwa petani semakin memahami pentingnya perlindungan usaha sebagai bagian dari manajemen risiko pertanian.

## KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan bagi kelompok tani di Desa Wilalung, Kecamatan Gajah, Kabupaten Demak, berhasil meningkatkan pemahaman dan kemampuan petani dalam mengelola usaha tani secara lebih baik. Para peserta menjadi lebih memahami pentingnya strategi pemasaran hasil pertanian, khususnya melalui media digital, serta mampu melihat peluang untuk mengembangkan produk olahan yang memiliki nilai jual lebih tinggi. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan setelah mengikuti pelatihan.

Selain itu, pelatihan ini juga mendorong tumbuhnya kesadaran petani terhadap pentingnya perlindungan usaha melalui AUPP. Para petani mulai memahami bahwa AUPP dapat membantu mereka mengurangi risiko kerugian akibat gagal panen dan menjadi bagian penting dalam menjaga keberlanjutan usaha pertanian. Di sisi lain, kemampuan petani dalam memasarkan produk secara mandiri melalui platform digital juga semakin meningkat.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemandirian dan daya saing petani. Peningkatan hasil post test menunjukkan bahwa pemahaman peserta terhadap aspek pemasaran, diversifikasi, dan manajemen risiko meningkat. Ke depan, program seperti ini perlu terus dilanjutkan dengan pendampingan lanjutan, terutama dalam hal pengelolaan rantai pasok, pencatatan keuangan digital, dan sertifikasi produk pertanian. Dengan pendampingan berkelanjutan, diharapkan petani dapat semakin mandiri, inovatif, dan mampu menghadapi tantangan pertanian di era modern.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian kepada Masyarakat mengungkapkan rasa terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi atas pendanaan yang telah diberikan untuk mendukung seluruh aktivitas pada program Pengabdian kepada Masyarakat ini. Ucapan terima kasih pula kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Muria Kudus (LPPM UMK) atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan, serta kepada Kelompok

Tani Lestari Mulyo, Desa Wilalung, Kecamatan Gajah, Kabupaten Demak, sebagai mitra Pengabdian kepada Masyarakat yang telah berpartisipasi aktif dan mendukung terlaksananya kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, N. (2024). 19.710 hektare lahan pertanian Demak siap panen. *Republika*. <https://rejogja.republika.co.id/berita/sa1679463/19710-hektare-lahan-pertanian-demak-siap-panen>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Statistik pertanian Indonesia 2023*. BPS.
- Handayani, W. A., Tedjaningsih, T., & Rofatin, B. (2019). Peran kelompok tani dalam meningkatkan produktivitas usahatani padi. *Jurnal AGRISTAN*, 1(2), 80–88.
- Juswadi, J., Sumarna, P., & Mulyati, N. S. (2020). Digital marketing strategy of Indonesian agricultural products. In *Proceedings of the International Conference on Agriculture, Social Sciences, Education, Technology and Health (ICASSETH 2019)*. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200402.024>
- Kementerian Pertanian RI. (2022). *Pedoman bantuan premi asuransi usaha tani padi (AUTP) tahun anggaran 2022*. Direktorat Jenderal Prasarana dan Sarana Pertanian.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Maman, U., Aminuddin, I., & Hermawan, R. (2020). Persepsi dan partisipasi petani terhadap program asuransi usaha tani padi (AUTP) dengan minat bertani. *Nucleus*, 1(2), 62–73. <https://doi.org/10.37010/nuc.v1i2.169>
- Mastini, L. P. W. S., Susrusa, K. B., & Budiasa, I. W. (2023). Efektivitas pelaksanaan program asuransi usaha tani padi (AUTP) di Kabupaten Tabanan. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 11(1), 116–129. <https://doi.org/10.24843/JMA.2023.v11.i01.p10>
- Rahmasari, L. F., & Abidin, Z. (2025). Product diversification strategy in agribusiness to increase farmers' profits and economic stability. *International Journal of Economics (IJE)*, 4(1), 483–498. <https://doi.org/10.55299/ijec.v4i1.1322>
- Rahmawati, N., Mulyaningsih, S., Vienastra, S., Suhartono, S., Hidayati, F., Susanti, M. E. N. T., & Wardana, M. A. (2024). Pendampingan pemanfaatan WhatsApp Business dan Instagram Business sebagai media pemasaran digital pada UMKM Berkah Desa Jepitu. *Jurnal Berdaya Mandiri*, 6(3), 166–174. <https://doi.org/10.31316/jbm.v6i3.7017>
- Sudirjo, F., Lestari, M. D., Haryono, H., Faisal, H. N., & Sajali, C. U. (2024). The effect of sustainable agricultural practices, product diversification, and digital marketing on the economic performance of organic vegetable farmers in Bali. *West Science Agro*, 2(4), 195–204. <https://doi.org/10.58812/wsa.v2i04.1453>
- Sumaryanto, N. (2016). Diversifikasi sebagai salah satu pilar ketahanan pangan. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 27(2), 93–108. <https://doi.org/10.21082/fae.v27n2.2009.93-108>
- Susanto, B., Hadiananto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaukani, M. M., & Daniswara, A. A. (2020). Penggunaan digital marketing untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42–47. <https://doi.org/10.31603/ce.4244>
- Syahputera, R. A., & Sunartomo, A. F. (2023). Partisipasi anggota kelompok tani Tani Mulyo dalam penerapan pertanian organik di Desa Tamansari Kecamatan Licin Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Kirana*, 4(2), 122–134. <https://doi.org/10.19184/jkkn.v4i2.40134>
- Tina Endriani, D., Saputra, D., Akbar, F. M., Fitri, S., & Nurshanti, D. F. (2025). Pemberdayaan petani pemula melalui pelatihan teknik penyadapan karet yang optimal. *Aspirasi: Publikasi Hasil Pengabdian dan Kegiatan Masyarakat*, 3(1), 233–243. <https://doi.org/10.61132/aspirasi.v3i1.1442>