



Innovation Strategy and Development of Added Value of Agri Products to Penetrate the Modern Market at Teuku Umar Private Junior High School

Marlyna Infryanty Hutapea¹, Dompok Pasaribu^{2*}, Yenni Martok³, Arsyaf Tampubolon⁴, Eka Martyna Theodora⁵
Universitas Methodist Indonesia^{1,2}, Universitas Mahkota Tricom Unggul^{3,4,5}

Corresponding Author: Dompok Pasaribu yoh022002@yahoo.com

ARTICLE INFO

Keywords: Innovation, Marketing, Digital Technology, Hydroponics

Received : 2, January

Revised : 15, January

Accepted: 17, February

©2025 Pasaribu, Hutapea, Martok, Tampubolon, Theodora: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

This service program aims to increase the added value of agri products through innovation and marketing strategies at Teuku Umar Private Junior High School. This activity focuses on training students and teachers in agri product processing, branding, digital marketing, and technology utilization. The methods used include socialization, workshops, direct practice, and mentoring. The service will be held on December 16, 2024, including hydroponic training and making soap based on processed palm oil. The results show an improvement in the skills of students and teachers in product innovation and strengthening school entrepreneurship. This program has implications for increasing the competitiveness of school products in the modern market and building a more productive and collaborative school community.

Strategi Inovasi dan Pengembangan Nilai Tambah Produk Agri untuk Menembus Pasar Modern di Smp Swasta Teuku Umar

Marlyna Infryanty Hutapea¹, Dompok Pasaribu^{2*}, Yenni Martok³, Arsyaf Tampubolon⁴, Eka Martyna Theodora⁵
Universitas Methodist Indonesia^{1,2}, Universitas Mahkota Tricom Unggul^{3,4,5}
Corresponding Author: Dompok Pasaribu yoh022002@yahoo.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Inovasi, Pemasaran, Teknologi Digital, Hidroponik

Received : 2, Januari

Revised : 15, Januari

Accepted: 17, Februari

©2025 Pasaribu, Hutapea, Martok, Tampubolon, Theodora: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Program pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan nilai tambah produk agri melalui inovasi dan strategi pemasaran di SMP Swasta Teuku Umar. Kegiatan ini berfokus pada pelatihan siswa dan guru dalam pengolahan produk agri, branding, pemasaran digital, serta pemanfaatan teknologi. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi, workshop, praktik langsung, dan pendampingan. Pengabdian dilaksanakan pada 16 Desember 2024, mencakup pelatihan hidroponik dan pembuatan sabun berbasis olahan kelapa sawit. Hasilnya menunjukkan peningkatan keterampilan siswa dan guru dalam inovasi produk serta penguatan kewirausahaan sekolah. Program ini berimplikasi pada peningkatan daya saing produk sekolah di pasar modern serta membangun komunitas sekolah yang lebih produktif dan kolaboratif.

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Produk agri, sebagai hasil utama sektor pertanian, memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian lokal, terutama di wilayah yang bergantung pada sumber alam. Namun, tantangan dalam pengelolaan dan pemasaran produk agri masih menjadi kendala yang signifikan. Di lingkungan SMP Swasta Teuku Umar, terdapat potensi besar untuk memanfaatkan produk agri sebagai media pembelajaran kewirausahaan bagi siswa. Sayangnya, belum banyak strategi inovasi yang diterapkan untuk meningkatkan nilai tambah produk agri sehingga dapat bersaing di pasar modern. Kondisi ini menunjukkan perlunya intervensi berbasis ilmu manajemen bisnis untuk mendukung optimalisasi potensi tersebut.

Permintaan pasar modern mengharapkan produk agri yang tidak hanya berkualitas tinggi tetapi juga memiliki kemasan menarik, branding yang kuat, dan diferensiasi produk yang unik. Tantangan lain yang dihadapi adalah minimnya pengetahuan terkait inovasi dan pemasaran modern di kalangan pelaku agribisnis kecil, termasuk dalam lingkungan pendidikan seperti SMP Swasta Teuku Umar. Selain itu, akses ke pasar yang lebih luas seringkali terhambat oleh kurangnya strategi pengelolaan usaha yang terstruktur. Hal ini memperkuat kebutuhan untuk memberikan pendampingan strategis agar produk agri dapat memenuhi standar dan ekspektasi pasar modern.

Untuk menjawab kebutuhan tersebut, pengembangan strategi inovasi dan nilai tambah produk agri menjadi langkah strategis. Pendekatan ini dapat mencakup pelatihan siswa dan guru dalam menciptakan produk berbasis agri yang bernilai jual tinggi, sekaligus mengenalkan mereka pada praktik bisnis yang relevan di era digital. Dengan melibatkan komunitas sekolah, program ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan praktis siswa sekaligus membuka peluang baru bagi produk agri untuk bersaing di pasar modern.

Permasalahan Mitra

Berikut adalah kemungkinan permasalahan yang dapat timbul di lingkungan SMP Swasta Teuku Umar dalam pengembangan nilai tambah produk agri untuk menembus pasar modern:

1. Kurangnya Pengetahuan dan Keterampilan dalam Inovasi Produk
Siswa dan guru mungkin memiliki pengetahuan yang terbatas mengenai cara mengolah produk agri menjadi produk bernilai tambah. Minimnya keterampilan teknis seperti teknologi pengolahan, pengemasan, dan inovasi produk menjadi tantangan utama dalam menciptakan produk yang sesuai dengan permintaan pasar modern.
2. Minimnya Pemahaman tentang Branding dan Strategi Pemasaran
Tidak adanya pemahaman yang memadai tentang pentingnya branding, desain kemasan, dan pemasaran digital dapat menjadi hambatan utama. Produk agri dari SMP ini mungkin tidak memiliki daya tarik visual dan strategi promosi yang sesuai dengan preferensi konsumen pasar modern.
3. Keterbatasan Infrastruktur dan Sarana Pendukung
Fasilitas seperti alat pengolahan produk, kemasan, serta teknologi pendukung mungkin belum tersedia di sekolah. Tanpa dukungan

infrastruktur ini, pengembangan produk bernilai tambah sulit untuk dilakukan secara maksimal.

4. Ketergantungan pada Sumber Daya Lokal yang Belum Terstandarisasi
Produk agri yang dihasilkan mungkin memiliki kualitas yang tidak seragam, sehingga sulit memenuhi standar pasar modern. Hal ini dapat mengurangi daya saing produk di tengah permintaan pasar yang mengutamakan konsistensi dan kualitas tinggi.
5. Kendala Motivasi dan Keterlibatan Siswa serta Guru
Tidak semua siswa dan guru mungkin memiliki motivasi atau minat yang tinggi untuk berpartisipasi aktif dalam pengembangan produk agri. Hal ini dapat menghambat keberlanjutan program dan inovasi yang dihasilkan.
6. Keterbatasan Akses ke Pasar Modern
Sekalipun produk sudah dikembangkan, keterbatasan dalam menghubungkan produk dengan pasar modern, seperti supermarket, toko ritel, atau platform e-commerce, dapat menjadi masalah. Hal ini juga berkaitan dengan jaringan distribusi yang belum memadai.

Mengatasi permasalahan ini memerlukan pendekatan komprehensif, seperti sosialisasi, pelatihan atau workshop, dukungan infrastruktur atau peralatan, penguatan kemitraan dengan pihak eksternal, serta pengintegrasian program ini dengan kurikulum sekolah.

Tujuan Kegiatan

Program pengabdian diharapkan dapat mendorong kemandirian sekolah dalam mengelola produk agri, meningkatkan kompetensi siswa, dan memperkuat hubungan sekolah dengan lingkungan masyarakat dan dunia bisnis. Dalam kegiatan pengabdian ini ada beberapa hal yang menjadi tujuan utama sosialisasi ini, diantaranya:

1. Meningkatkan Pemahaman dan Keterampilan Inovasi Produk Agri
Memberikan pelatihan kepada siswa dan guru di SMP Swasta Teuku Umar tentang cara mengolah produk agri menjadi produk bernilai tambah, baik melalui inovasi rasa, bentuk, maupun kemasan, sehingga produk lebih kompetitif untuk pasar modern.

PELAKSAAN DAN METODE

Langkah-langkah Pelaksanaan

Waktu Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dilaksanakan dengan peserta siswa SMP Swasta Teuku Umar Kelas 3 dan dilaksanakan pada 16 Desember 2024 dalam rangka sosialisasi dan workshop bagaimana mengembangkan Produk Agri yang memiliki nilai jual di pasar modern.

Sosialisasi revolusi digital kepada UMKM atau wirausaha muda memerlukan langkah- langkah yang terstruktur agar tujuan sosialisasi dapat tercapai dengan efektif. Dengan tahapan ini, diharapkan program sosialisasi dan pelatihan dapat berjalan terstruktur dan memberikan dampak signifikan pada peningkatan keterampilan serta kesiapan sekolah untuk menembus pasar modern.

Berikut adalah langkah-langkah yang dapat diambil dalam proses sosialisasi:

1. Identifikasi Potensi dan Permasalahan Sekolah
 - a. Melakukan survei awal untuk mengetahui potensi produk agri yang ada di sekitar SMP Swasta Teuku Umar.
 - b. Mengidentifikasi masalah yang dihadapi oleh siswa, guru, atau lingkungan sekolah dalam memanfaatkan produk agri.
 - c. Menggali kebutuhan dan harapan peserta terkait pelatihan pembuatan produk bernilai tambah.
2. Perencanaan Program Sosialisasi dan Pelatihan
 - a. Menyusun agenda kegiatan yang mencakup sosialisasi, pelatihan teori, dan praktik pembuatan produk.
 - b. Mempersiapkan materi pelatihan, seperti panduan pembuatan produk, teknik inovasi, dan pemasaran.
 - c. Menyediakan peralatan dan bahan baku yang akan digunakan selama pelatihan.
3. Sosialisasi Program kepada Pihak Sekolah
 - a. Mengadakan pertemuan dengan kepala sekolah, guru, dan komite sekolah untuk menjelaskan tujuan, manfaat, dan langkah-langkah program.
 - b. Menarik minat peserta, termasuk siswa, guru, atau komunitas sekolah, agar terlibat aktif dalam pelatihan.
4. Pelatihan Dasar tentang Nilai Tambah dan Inovasi Produk Agri
 - a. Memberikan pemahaman kepada peserta tentang konsep nilai tambah dan pentingnya inovasi untuk meningkatkan daya saing produk agri.
 - b. Menjelaskan contoh produk agri bernilai tambah yang telah berhasil di pasar modern, sebagai inspirasi bagi peserta.
5. Pelatihan Praktik Pembuatan Produk Bernilai Tambah
 - a. Memberikan demonstrasi langkah-langkah pembuatan produk agri yang inovatif, seperti pembuatan makanan ringan, minuman olahan, atau produk lain berbasis agri.
 - b. Mengajak peserta untuk langsung mempraktikkan pembuatan produk dengan supervisi dari fasilitator.
 - c. Mengajarkan teknik pengemasan produk yang menarik dan sesuai dengan standar pasar modern.
6. Penguatan Strategi Branding dan Pemasaran
 - a. Mengadakan sesi pelatihan tentang pembuatan logo, desain kemasan, dan strategi branding.
 - b. Mengenalkan pemasaran digital melalui platform seperti media sosial, marketplace, atau e-commerce.
 - c. Memberikan simulasi sederhana terkait penjualan produk kepada calon konsumen.
7. Pendampingan dan Umpan Balik
 - a. Memberikan pendampingan selama proses pelatihan untuk memastikan peserta memahami setiap tahap dengan baik.
 - b. Melakukan evaluasi terhadap produk yang dihasilkan, memberikan masukan untuk meningkatkan kualitas produk dan inovasi.
8. Pembuatan Rencana Bisnis Sederhana

- a. Membimbing peserta untuk menyusun rencana bisnis sederhana, termasuk analisis biaya, penentuan harga, dan strategi distribusi produk.
 - b. Mendorong peserta untuk mempertimbangkan keberlanjutan usaha produk agri yang telah mereka buat.
9. Monitoring dan Evaluasi Program
- a. Melakukan evaluasi menyeluruh terhadap hasil pelatihan, mencakup ketercapaian tujuan dan tingkat pemahaman peserta.
 - b. Memberikan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut, seperti pelatihan lanjutan atau pengelolaan bisnis secara berkelanjutan.

Pelaksanaan Kegiatan partisipasi Mitra dalam PKM

Pelaksanaan kegiatan bersama dengan Mitra dalam PKM ini adalah:

- a. Penyampaian materi kepada para peserta PKM tentang cara memberikan gambaran produk – produk agri yang bisa diolah atau dikembangkan menjadi produk yang memiliki nilai jual yang lebih tinggi.
- b. Pelatihan cara membuat tanaman hidroponik dan sabun pencuci tangan
- c. Hasil pengabdian ini diharapkan para guru dan siswa mampu menciptakan produk secara berkelanjutan dan bermanfaat dalam menunjang kreativitas siswa.

Metode pelaksanaan pengabdian yang dilakukan berupa workshop dan sosialisasi dalam pengembangan Strategi Inovasi Dan Pengembangan Nilai Tambah Produk Agri Untuk Menembus Pasar Modern Di Smp Swasta Teuku Umar. Berikut gambaran siklus perencanaan hingga pelaksanaan yang akan dilakukan.



Gambar 1. Conceptual Framework

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan luaran yang dicapai dalam pengabdian ini adalah:

- a. Peningkatan Pemahaman tentang Konsep Nilai Tambah Produk Agri
 - Siswa dan guru memahami pentingnya mengolah produk agri menjadi barang bernilai tambah untuk meningkatkan daya saing di pasar modern.
 - Meningkatkan wawasan peserta tentang peluang bisnis berbasis inovasi produk agri.

- b. Terwujudnya Produk Agri Bernilai Tambah yang Inovatif
 - Tercipta berbagai produk agri hasil olahan siswa dan guru yaitu sayuran hidroponik dan sabun pencuci tangan
 - Produk tersebut dikemas dengan tampilan menarik yang sesuai dengan standar pasar modern.
- c. Penguasaan Keterampilan Praktis dalam Pembuatan Produk
 - Siswa dan guru memiliki keterampilan untuk menghasilkan produk yang menarik, higienis, dan berkualitas tinggi.
- d. Produk Bernilai Tambah yang Dapat Dipasarkan
 - Tercipta berbagai prototipe produk berbasis agri yang inovatif, seperti sayur organik hidroponik dan pencuci tangan yang ramah lingkungan.
 - Produk-produk ini memiliki kemasan yang menarik dan memenuhi standar pasar modern.
- e. Terbentuknya Branding Produk Sekolah
 - Produk hasil pelatihan memiliki identitas yang jelas, termasuk logo, nama produk, dan desain kemasan.
 - Branding ini menjadi modal penting untuk memperkenalkan produk kepada pasar modern.
- f. Peningkatan Rasa Percaya Diri dan Kewirausahaan Siswa
 - Siswa memiliki pengalaman langsung dalam mempraktikkan konsep kewirausahaan, seperti mengelola produksi, memasarkan produk, dan menjalin interaksi dengan konsumen.
- g. Peningkatan Citra Sekolah sebagai Institusi Kewirausahaan
 - SMP Swasta Teuku Umar dapat dikenali sebagai sekolah yang aktif mendukung pengembangan keterampilan siswa dalam bidang kewirausahaan berbasis produk agri.
 - Hal ini juga dapat meningkatkan daya tarik sekolah bagi calon siswa baru dan masyarakat umum.
- h. Komunitas Sekolah yang Lebih Produktif dan Kolaboratif
 - Guru, siswa, dan komunitas sekolah lebih terlibat dalam kegiatan produktif yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif berbasis produk agri.
 - Terjalinnnya kerja sama yang lebih baik di antara pihak sekolah untuk mencapai tujuan bersama.
- i. Dokumentasi sebagai Model Pengabdian Berkelanjutan
 - Program ini dapat menjadi model pengabdian yang terdokumentasi dengan baik, sehingga dapat diterapkan di sekolah lain atau dikembangkan lebih lanjut.
 - Dokumentasi hasil pelatihan juga dapat digunakan sebagai bahan evaluasi dan promosi keberhasilan program.

Solusi Permasalahan

SMP Swasta Teuku Umar diharapkan mampu mengatasi tantangan dalam inovasi dan pengembangan nilai tambah produk agri, sehingga dapat menembus pasar modern secara berkelanjutan. Beberapa solusi yang dirumuskan dalam sosialisasi ini diantaranya sebagai berikut:

1. **Pelatihan dan Pendampingan dalam Inovasi Produk Agri**
Mengadakan pelatihan intensif bagi siswa dan guru tentang pengolahan produk agri menjadi barang bernilai tambah. Bimbingan yang diberikan adalah menanam tumbuhan hidroponik dan pembuatan sabun dari texaphone (olahan dasar CPO Kelapa Sawit)
2. **Penyediaan Sarana dan Infrastruktur Pendukung**
Memfasilitasi sekolah dengan peralatan dasar untuk produksi, pengolahan dan pengemasan produk, seperti menyediakan alat sederhana hidroponik dan alat pembuatan sabun pencuci tangan.
3. **Edukasi tentang Branding dan Strategi Pemasaran Modern**
Mengajarkan pentingnya branding dengan memberikan pelatihan pembuatan logo, desain kemasan, dan storytelling produk.
4. **Pengembangan Program Literasi Pasar dan Regulasi**
Mendidikasi pihak sekolah tentang regulasi pasar modern, seperti izin edar, standar keamanan pangan, dan kebutuhan sertifikasi. Dengan demikian, produk dapat memenuhi syarat untuk dipasarkan secara luas.
5. **Simulasi dan Praktik Kewirausahaan Berbasis Produk Agri**
Mengintegrasikan program kewirausahaan ke dalam kurikulum melalui simulasi bisnis nyata. Siswa dilatih untuk mengelola seluruh aspek usaha, mulai dari produksi maupun pemasaran sehingga mendapatkan pengalaman langsung.
6. **Kemitraan dengan Pihak Eksternal**
Membantu sekolah merancang kerjasama dengan mitra seperti UMKM lokal, toko ritel, atau platform e-commerce, sehingga produk dapat dipasarkan lebih luas.
7. **Pendampingan Standarisasi dan Pengendalian Kualitas**
Memberikan panduan kepada pihak sekolah dalam menetapkan standar kualitas, termasuk proses produksi higienis, kontrol bahan baku, dan pengujian sederhana untuk memastikan konsistensi produk.
8. **Monitoring dan Evaluasi Program**
Melakukan evaluasi berkala untuk mengukur keberhasilan program pengabdian ini. Hal ini mencakup pengukuran dampak pada siswa, guru, dan keberlanjutan produk yang telah dikembangkan, serta memberikan rekomendasi untuk perbaikan.

Dokumentasi Kegiatan



Gambar 2. Foto Bersama Kepala Sekolah dan Jajaran SMP Sw. Teuku Umar



Gambar 3. Foto Proses Pengolahan dan Produk Akhir

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan dari sosialisasi revolusi digital bagi UMKM adalah sebagai berikut:

1. Guru dan Siswa di SMP Teuku Umar Medan mampu meningkatkan pemahaman tentang nilai tambah dan inovasi produk, peningkatan keterampilan produksi dan pemasaran, menciptakan produk agri inovatif yang layak dipasarkan, penguatan pendidikan kewirausahaan, terbangunnya kesadaran akan branding dan strategi pasar digital.
2. Pihak sekolah dapat memanfaatkan momentum dalam peningkatan kolaborasi antar komunitas sekolah dan penguatan citra sekolah sebagai pusat inovatif sebagai agen perubahan yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif berbasis komunitas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan program pengabdian ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada rektor, para ketua lembaga, para dekan, para kaprodi dan rekan-rekan sejawat Universitas Mahkota Tricom Unggul. Dukungan dan kolaborasi dari pihak SMP Swasta Teuku Umar, termasuk kepala sekolah, guru, dan siswa, juga sangat berarti dalam keberhasilan program ini. Kami juga menyampaikan penghargaan yang mendalam kepada lembaga yang telah memberikan dukungan finansial, sehingga program pengabdian ini dapat berjalan dengan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- Drucker, P. F. (1993). *Innovation and entrepreneurship: Practice and principles*. HarperBusiness.
- Kementerian Perindustrian RI. (2018). *Pedoman pengembangan industri kecil dan menengah berbasis produk lokal*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.
- Setyaningsih, N., & Haryadi. (2019). Pemanfaatan media digital untuk peningkatan pemasaran produk UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(3), 45-58.
- Soeharjo, D., & Dewi, R. S. (2017). Strategi peningkatan nilai tambah produk agroindustri melalui inovasi teknologi. *Jurnal Teknologi Pertanian*, 18(1), 25-33.
- Wahyuni, S. (2020). Inovasi produk olahan hasil pertanian sebagai upaya penetrasi pasar modern. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 14(2), 145-158.