

Peran Mahasiswa KKN Dalam Meningkatkan Pemasaran Hasil Panen Sayur Di Tabat Kalsa

¹Yundi Luniya Sari, ²Mona Nabila Masdiputri, ³Aulura Amelia, ⁴Uswatun Hasanah, ⁵Ibnu Elmi A.S Pelu, ⁶Wahyu Akbar

^{1, 2, 3, 4} *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Palangkaraya*

E-mail: ¹yundiluniasari@gmail.com, ²monanabila.nb@gmail.com, ³auluraamelia330@gmail.com, ⁴uswtnhssnhh@gmail.com, ⁵ibnu.elmi@iain-palangkaraya.ac.id, ⁶wahyu.akbar@iain-palangkaraya.ac.id

*Corresponding Author

Abstrak Dusun Tabat Kalsa merupakan wilayah yang mayoritas penduduknya berprofesi sebagai petani sayur mayur. Namun, petani menghadapi kendala dalam memasarkan hasil panen secara optimal karena ketergantungan pada tengkulak yang memberi harga rendah. Penelitian pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas petani dalam pemasaran hasil panen melalui pendampingan dan pelatihan oleh mahasiswa KKN. Metode yang digunakan meliputi pelatihan pemasaran langsung, penggunaan media sosial, dan pengemasan produk. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan kemampuan pemasaran petani, bertambahnya akses pasar, dan pendapatan yang lebih baik. Mahasiswa KKN terbukti berperan penting dalam mendukung peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui kegiatan ini.

Kata Kunci: Mahasiswa KKN, Pemasaran hasil panen, Sayur, Petani sayur, Tabat Kalsa

Abstract— Tabat Kalsa Hamlet is an area where the majority of residents work as vegetable farmers. However, farmers face challenges in marketing their harvests optimally due to dependence on middlemen who offer low prices. This community service research aims to enhance farmers' capacity in marketing their produce through assistance and training provided by KKN (Community Service Program) students. The methods used include training in direct marketing, the use of social media, and product packaging. The results of the program show improvements in farmers' marketing skills, increased market access, and better income. KKN students have proven to play an important role in supporting the improvement of community welfare through this activity.

Keywords: KKN Students, Harvest Marketing, Vegetables, Vegetable Farmers, Tabat Kalsa

1. PENDAHULUAN

Pertanian merupakan sektor strategis dalam memenuhi kebutuhan pangan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya di daerah pedesaan seperti Tabat Kalsa. Namun, kendala yang sering dihadapi petani adalah keterbatasan akses dan

kemampuan dalam memasarkan hasil panen sayur secara optimal. pengolahan hasil pertanian menjadi produk bernilai tambah serta penguatan pemasaran dapat meningkatkan pendapatan petani dan memperluas jangkauan pasar [1].

Pemasaran adalah proses penting dalam pertanian yang melibatkan berbagai aktivitas untuk menghubungkan produk petani dengan konsumen [2]. Pemasaran hasil panen sayur merupakan tahap krusial dalam meningkatkan nilai ekonomis produk pertanian. Sistem pemasaran tradisional yang umumnya melibatkan tengkulak sebagai perantara sering menyebabkan petani menerima harga yang jauh lebih rendah dibandingkan harga pasar akhir, sehingga mengurangi pendapatan petani. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang efisien, seperti pemasaran langsung dan pemanfaatan media sosial, untuk memperluas akses pasar dan meningkatkan laba petani. (Pratiwi, 2020).

Ketergantungan pada Tengkulak: Bisa dikaitkan dengan teori pasar monopsoni lokal, di mana harga ditentukan pihak tertentu dan petani cenderung menerima harga rendah [3]. Monopsoni adalah kondisi pasar di mana hanya ada satu pembeli dominan untuk suatu barang atau jasa, sehingga pembeli tersebut memiliki kekuatan tawar yang besar dibandingkan penjual. Dalam konteks pertanian di desa seperti Tabat Kalsa, monopsoni lokal sering muncul ketika petani hanya memiliki satu jalur distribusi utama, yaitu tengkulak. Tengkulak berperan sebagai pembeli tunggal yang menentukan harga beli hasil panen, sehingga petani cenderung menerima harga rendah karena tidak memiliki alternatif pasar lain (Latifah, 2024).

Pasar monopsoni lokal dalam pertanian memiliki ciri-ciri utama seperti: adanya satu pembeli dominan yaitu tengkulak yang menjadi satu-satunya pembeli utama hasil panen petani (Wahyuningsih, 2020). Penentuan harga dilakukan secara sepihak oleh tengkulak sehingga petani memiliki posisi tawar yang sangat lemah, serta ketergantungan petani yang tinggi karena keterbatasan akses langsung ke pasar besar atau konsumen akhir akibat terbatasnya transportasi, informasi pasar, dan jaringan distribusi. Kondisi ini menyebabkan pendapatan petani tidak optimal karena harga yang diterima selalu rendah meskipun mereka sudah mengeluarkan biaya produksi [6].

Dusun Tabat Kalsa merupakan salah satu wilayah yang memiliki potensi pertanian cukup menjanjikan, terutama pada komoditas sayuran. Kondisi tanah yang subur serta iklim yang mendukung menjadikan dusun ini mampu menghasilkan berbagai jenis sayuran dengan kualitas yang baik. Sebagian besar masyarakat dusun Tabat Kalsa berprofesi sebagai petani, sehingga sektor pertanian menjadi penopang utama kehidupan sehari-hari. Hasil panen yang melimpah sebenarnya dapat menjadi modal penting dalam meningkatkan perekonomian desa apabila dikelola secara tepat dan terarah.

Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dimanfaatkan secara optimal. Realitas di lapangan menunjukkan bahwa pemasaran hasil panen masih menjadi persoalan utama yang dihadapi para petani. Mayoritas petani di Tabat Kalsa menjual hasil panennya secara langsung kepada perantara atau tengkulak. Sistem distribusi seperti ini memang memudahkan petani dalam menjual hasil panen tanpa harus repot mencari pasar sendiri, tetapi harga yang diberikan oleh tengkulak cenderung rendah. Akibatnya, petani hanya memperoleh keuntungan yang kecil, bahkan sering kali tidak sebanding dengan biaya produksi yang dikeluarkan.

Praktik jual beli antara tengkulak dan petani merupakan bagian penting dalam rantai distribusi hasil pertanian, terutama di daerah pedesaan seperti dusun Tabat Kalsa. Di wilayah ini, mayoritas masyarakat menggantungkan hidupnya pada sektor pertanian sayur mayur. Namun, dinamika hubungan ekonomi antara tengkulak sebagai perantara dan petani sebagai produsen seringkali menimbulkan ketimpangan dalam pembagian keuntungan [7]. Harga yang ditetapkan tengkulak cenderung rendah, sehingga penghasilan petani tidak mampu menutup biaya produksi yang mereka keluarkan. Kondisi ini menyebabkan kerugian yang berkelanjutan bagi petani dan berdampak pada kesejahteraan masyarakat setempat [8].

Peran mahasiswa KKN dalam meningkatkan pemasaran hasil panen sayur di Tabat Kalsa sangat penting sebagai bagian dari upaya pemberdayaan masyarakat desa. Melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN), mahasiswa tidak hanya menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan, tetapi juga berkontribusi langsung dalam mengatasi permasalahan nyata yang dihadapi oleh petani lokal, khususnya dalam hal pemasaran hasil pertanian. Oleh karena itu, keberadaan mahasiswa KKN dapat

memberikan dukungan berupa pelatihan, pendampingan, serta inovasi pemasaran yang mampu membuka peluang pasar lebih luas dan meningkatkan nilai jual hasil panen sayur. Melalui kolaborasi yang sinergis antara mahasiswa dan masyarakat, diharapkan terjadi peningkatan kapasitas serta kesejahteraan petani di Tabat Kalsa secara berkelanjutan.

Mahasiswa KKN berperan aktif dalam memperkenalkan potensi pertanian sayur di Dusun Tabat Kalsa dengan cara yang kreatif, yaitu melalui pembuatan video kegiatan sehari-hari petani. Video tersebut menampilkan proses secara runtut, mulai dari pengolahan tanah, penanaman bibit, perawatan tanaman, panen, hingga proses menjual hasil panen ke konsumen. Kehadiran video ini bukan hanya menjadi dokumentasi, tetapi juga berfungsi sebagai media promosi yang efektif untuk memperluas informasi mengenai aktivitas pertanian di Tabat Kalsa. Dengan cara ini, masyarakat yang sebelumnya tidak mengetahui adanya kegiatan pertanian di dusun tersebut, menjadi lebih mengenal sekaligus menaruh ketertarikan pada produk hasil panennya.

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan petani sayur di Tabat Kalsa melalui peningkatan kapasitas pemasaran, pemanfaatan teknologi digital, dan penguatan jejaring usaha. Selain itu, program ini diharapkan dapat menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk mengelola potensi lokal secara lebih profesional dan berkelanjutan, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan petani serta mendukung pembangunan ekonomi desa.

2. METODE

Pengabdian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode partisipatif, yaitu pengambilan bagian dalam kegiatan bersama yang diperkuat melalui pendekatan kemitraan dan kolaborasi [9]. Kemitraan dilakukan melalui komunikasi dan hubungan kerja sama yang baik antara petani, mahasiswa, serta masyarakat di sekitar [10]. Sedangkan kolaborasi dimaknai sebagai kerja bersama dengan berbagai pihak terkait dalam suatu kegiatan untuk mencapai suatu tujuan (Garcia et al., 2022). Apabila komunikasi dan hubungan interpersonal dapat terjalin dengan baik, maka kepercayaan akan muncul dengan sendirinya sehingga informasi atau pesan yang ingin disampaikan

dapat diterima dan dilaksanakan dengan baik, jadi nantinya petani tidak hanya menjadi penerima manfaat tetapi juga terlibat aktif dalam seluruh proses kegiatan. Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi:

- (1) Identifikasi dan Analisis Kebutuhan untuk mengetahui permasalahan utama petani. Sambil membersihkan rumput kami melakukan diskusi santai dengan petani tentang masalah apa saja yang di alami oleh petani di tabat kalsa. Serta kebutuhan pertanian apa saja yang kurang di tabat kalsa.



Gambar 1. Identifikasi dan Analisis Kebutuhan

- (2) Perencanaan Bersama (Co-Design) dalam menyusun strategi yang sesuai dengan kondisi lokal, Perencanaan bersama di lakukan dengan mengikut sertakan petani tabat kalsa agar sesuai dengan kondisi yang di alami langsung oleh petani.



Gambar 2. Perencanaan Bersama

- (3) Implementasi Kemitraan melalui pelatihan dan pendampingan, kami terjun langsung kepada petani untuk melakukan pelatihan dan pendampingan.



Gambar 3. Implementasi Kemitraan

- (4) Monitoring dan Evaluasi guna menilai keberhasilan program secara partisipatif, melakukan monitoring dan evaluasi setelah melakukan pelatihan dan pendampingan penjualan sayur sayuran yang di lakukan dengan cara kemitraan.



Gambar 4. Monitoring dan Evaluasi

- (5) Keberlanjutan yang menekankan pada kemandirian dan jejaring kemitraan petani di masa depan. Diharapkan ke depannya kemandirian dan jaringan kemitraan yang sudah di terapkan akan di pertahankan dan terus di kembangkan oleh petani di tabat kalsa.



Gambar 5. Keberlanjutan

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dusun Tabat kalsa merupakan sebuah dusun yang terletak di kelurahan sabaru provinsi Kalimantan tengah, di sini terdapat banyak perkebunan sayur mayur yang di kelola oleh masing-masing masyarakat, tak heran jika masyarakat di sini kebanyakan berprofesi sebagai petani. Petani adalah setiap orang melakukan usaha untuk memenuhi sebahagian atau keseluruhan kebutuhan kehidupan dibidang pertanian. Mereka biasanya mendistribusikan sayur mayur yang telah di panen dengan cara menjualnya kepada tengkulak di sekitar sana.

Meskipun fokus utama judul “Peran Mahasiswa KKN dalam Meningkatkan Pemasaran Hasil Panen Sayur di Tabat Kalsa” adalah pada strategi pemasaran, hal ini juga berkaitan erat dengan masalah harga jual sayur yang ditentukan tengkulak. Di Tabat Kalsa, petani umumnya menjual hasil panennya melalui tengkulak dengan harga yang relatif rendah, yaitu sekitar Rp 1.500–2.000 per ikat, sementara tengkulak dapat menjual kembali dengan harga dua kali lipat atau lebih. Kondisi ini menunjukkan ketergantungan petani pada jalur distribusi tradisional dan terbatasnya akses mereka ke pasar langsung, sehingga nilai ekonomi hasil panen tidak optimal.

Mahasiswa KKN berperan aktif dalam memperkenalkan potensi pertanian sayur di Dusun Tabat Kalsa dengan cara yang kreatif, yaitu melalui pembuatan video kegiatan sehari-hari petani. Video tersebut menampilkan proses secara runtut, mulai dari pengolahan tanah, penanaman bibit, perawatan tanaman, panen, hingga proses menjual hasil panen ke konsumen. Kehadiran video ini bukan hanya menjadi dokumentasi, tetapi

juga berfungsi sebagai media promosi yang efektif untuk memperluas informasi mengenai aktivitas pertanian di Tabat Kalsa. Dengan cara ini, masyarakat yang sebelumnya tidak mengetahui adanya kegiatan pertanian di dusun tersebut, menjadi lebih mengenal sekaligus menaruh ketertarikan pada produk hasil panennya.

Selain itu, upaya yang dilakukan mahasiswa KKN untuk meningkatkan pemasaran hasil panen sayur adalah penerapan sistem pemasaran langsung (*direct marketing*). Konsep ini bertujuan untuk mengurangi ketergantungan petani pada tengkulak, sehingga petani memiliki peluang mendapatkan harga yang lebih adil dan transparan untuk produknya. Dalam praktiknya, mahasiswa mencoba membantu petani menjual hasil panen secara langsung ke konsumen atau pedagang di kota, termasuk kedai-kedai makanan dan pasar modern. Namun, penerapan *direct marketing* di Tabat Kalsa menghadapi sejumlah kendala nyata. Faktor utama adalah keterbatasan transportasi dan jarak yang cukup jauh menuju kota, sehingga logistik menjadi tantangan besar bagi petani untuk memasarkan sayurnya secara langsung. Selain itu, kebutuhan pasar di kota yang tidak selalu sebanding dengan jumlah hasil panen juga membatasi efektivitas sistem ini.

Selain menysasar konsumen lokal, mahasiswa KKN juga secara aktif memberitahukan kegiatan pengabdian dan aktivitas pertanian di Desa Takal kepada dosen, pihak kampus, serta komunitas akademik terkait. Langkah ini bertujuan agar potensi pertanian sayur di desa tersebut dapat dikenal lebih luas, tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga di lingkungan akademik yang lebih besar. Dengan memperluas informasi melalui pihak kampus, mahasiswa KKN membuka peluang untuk mendapatkan dukungan tambahan, seperti arahan teknis, kolaborasi penelitian, maupun potensi jejaring pemasaran yang lebih strategis.

Strategi ini memiliki dua fungsi utama. Pertama, sebagai media promosi, yang memperkenalkan kualitas dan proses produksi hasil panen secara transparan kepada masyarakat dan calon pembeli (Ichwan, 2023), sehingga dapat meningkatkan minat konsumen terhadap produk lokal Desa Takal. Kedua, sebagai media edukasi, di mana masyarakat, mahasiswa, dan pihak kampus dapat memahami secara langsung bagaimana proses pertanian dikelola, mulai dari pengolahan tanah, penanaman bibit,

perawatan tanaman, hingga panen dan pengemasan. Informasi ini membantu membangun kesadaran akan pentingnya mendukung produk lokal dan mendorong adopsi praktik pertanian yang lebih modern dan berkelanjutan.

Pemanfaatan media komunikasi digital seperti WhatsApp Group, TikTok dan Instagram menjadi salah satu inovasi penting dalam strategi pemasaran modern (Qurniawat, 2013). Dengan platform ini, petani dan mahasiswa dapat berbagi informasi secara cepat dan interaktif, menjangkau audiens yang lebih luas, serta membangun komunitas yang saling mendukung dalam pengembangan produk lokal. Dampak dari penggunaan media digital ini tidak hanya terbatas pada promosi, tetapi juga membuka peluang bagi petani untuk memperluas jaringan pasar, meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap kualitas produk lokal, dan secara bertahap mengurangi ketergantungan pada tengkulak sebagai jalur distribusi tunggal. Selain itu, dokumentasi kegiatan melalui media digital juga dapat menjadi alat monitoring dan evaluasi bagi mahasiswa dan pihak kampus untuk menilai efektivitas program pengabdian, sekaligus memberikan inspirasi bagi program serupa di desa lain [14].

Kondisi Sebelum Kehadiran Mahasiswa KKN

Sebelum adanya mahasiswa KKN, sistem pemasaran hasil panen sayur di Desa Tabat Kalsa masih sangat sederhana dan terbatas. Petani cenderung hanya menjual hasil panen kepada tengkulak atau pembeli lokal dengan harga yang relatif rendah. Pola ini memang memudahkan distribusi, namun tidak memberikan keuntungan maksimal bagi petani karena harga lebih banyak ditentukan oleh tengkulak. Selain itu, promosi produk pertanian hampir tidak ada karena petani hanya mengandalkan penjualan konvensional tanpa memanfaatkan media digital. Akibatnya, jangkauan konsumen sangat terbatas, pendapatan petani stagnan, serta potensi hasil panen yang melimpah belum mampu memberikan kesejahteraan yang optimal bagi masyarakat.

Kondisi Sesudah Kehadiran Mahasiswa KKN

Setelah adanya kontribusi mahasiswa KKN, terjadi perubahan yang signifikan pada pola pemasaran hasil pertanian. Mahasiswa memperkenalkan strategi pemasaran modern dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Konten berupa foto dan video yang menampilkan aktivitas pertanian berhasil menarik perhatian konsumen

di luar desa. Petani mulai lebih percaya diri untuk memasarkan produk secara langsung, tidak hanya bergantung pada tengkulak. Akibatnya, terbuka peluang pasar baru dengan jangkauan yang lebih luas, termasuk rumah tangga, pedagang, hingga pelaku usaha kuliner. Kondisi ini berdampak pada meningkatnya pendapatan petani, terciptanya hubungan ekonomi yang lebih adil, serta tumbuhnya kesadaran masyarakat akan pentingnya memanfaatkan teknologi digital dalam mendukung usaha pertanian mereka.



Gambar 6. Proses Panen Kangkung



Gambar 7. Proses Panen Bayam



Gambar 8. Proses Panen Sawi



Gambar 9. Sayuran siap jual

4. KESIMPULAN

Kehadiran mahasiswa KKN berhasil membawa perubahan positif yang signifikan. Melalui penerapan strategi pemasaran langsung, pemanfaatan media sosial, serta pembuatan video promosi pertanian, petani mulai mendapatkan akses pasar yang lebih luas, meningkatkan kepercayaan diri dalam memasarkan produk, dan berhasil meningkatkan pendapatan. Inovasi pemasaran digital membuka peluang pasar baru dan mengurangi ketergantungan petani pada tengkulak, yang sebelumnya menjadi jalur distribusi tunggal. Selain itu, keterlibatan mahasiswa juga meningkatkan kesadaran akan pentingnya teknologi dan strategi pemasaran modern dalam mendukung keberlanjutan

pertanian lokal. Keberhasilan program ini menjadi contoh nyata bahwa kolaborasi mahasiswa dengan masyarakat dapat menciptakan dampak ekonomi yang berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan petani lokal.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Anggraeni, "PROGRAM PENINGKATAN NILAI TAMBAH DAN DAYA PERTANIAN BERKELANJUTAN (Penelitian pada Gapoktan Mulyatani di Brebes) TESIS," 2021.
- [2] J. T. Brata, A. Djauhar, Sufrianto, St. Jawiah, and N. K. E. Yuningsih, "5.+Joko+Tri+Brata," *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora (AJSH)*, vol. 2, no. 1, pp. 37–46, 2022.
- [3] V. S. S. Sitio, "Konsep Teori Ekonomi Mikro," pp. 1–91, 2020.
- [4] Putri Amirah Latifah, "Putri Amirah Latifah, Maria Michelle, Raina Siska Pratiwi, Fadlan Ravi Setiawan," *Journal of Sharia Economics Scholar (JoSES)*, vol. 2, no. 3, pp. 17–25, 2024.
- [5] T. T. Nur Utami Wahyuningsih, Inanna, Nurdiana, Muhammad Hasan, "Buku Saku Ekonomi," *Economie: Jurnal Ilmu Ekonomi*, vol. 2, no. 1, p. 68, 2020.
- [6] Zulkarnain, W. A. Zakaria, and S. Indaryati, "Kekuatan Pasar Monopsoni Pada Komoditas Ubi Kayu di Provinsi Lampung," *Media Agribisnis*, vol. 7, no. 2, pp. 168–177, 2023.
- [7] R. Hidayat, *FIKIH MUAMALAH Teori Dan Prinsip Hukum Ekonomi Syariah*, vol. 1, no. 3. 2022.
- [8] S. Mechanics, "PERAN TENGGULAK DALAM PEMASARAN PISANG," vol. 1, no. 2004, pp. 2234–2239, 2024, doi: 10.16285/j.rsm.2007.10.006.
- [9] D. A. Sangian, S. Dengo, and J. D. Pombengi, "Pendekatan Partisipatif Dalam Pembangunan Di Desa Tawaang Kecamatan Tenga Kabupaten Minahasa Selatan," *E-Journal Unsrat*, vol. 2, no. 1, pp. 1–10, 2018.
- [10] E. T. Lestari, "Peningkatan kualitas pendidikan melalui pendekatan kemitraan di sd negeri candisari," *Jurnal Sosialita*, vol. 13, no. 1, pp. 107–122, 2020.
- [11] A. R. Garcia, S. B. Filipe, C. Fernandes, C. Estevão, and G. Ramos, *Suatu Tinjauan Teoritis dan Praktis*.
- [12] C. Muhammad Ichwan Musa, Pahlevi, *Manajemen Strategi*. 2023.
- [13] Rina Sari Qurniawat, "Pemasaran Media Sosial," *Journal of Chemical Information and Modeling*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2013.

- [14] W. Widayati and F. Augustinah, "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang," *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi dan Ilmu Sosial*, vol. 4, no. 2, pp. 1–20, 2019, doi: 10.36636/dialektika.v4i2.345.