

DIGITAL AGRO-BRANDING: PENINGKATAN KOMPETENSI SISWA SMK ATPH DALAM RE-BRANDING DAN PENETRASI PASAR DIGITAL PRODUK TEACHING FACTORY

KUSUMA DWI WIKKA KUKUH SATRIANTO¹

kusuma@stieama.ac.id¹ Corresponding

STIE AMA Salatiga

Artikel diterima: 29 April 2026

Artikel direvisi: 10 Mei 2026

Abstrak

Pelatihan Peningkatan Kompetensi Penetrasi Pasar dan *Branding* Produk *Teaching Factory* (TEFA) Jurusan Agribisnis Tanaman Pangan dan Hortikultura (ATPH) di SMK N 3 Salatiga bertujuan untuk meningkatkan kemampuan siswa dalam merancang, mengemas, dan memasarkan produk hasil praktik sekolah secara efektif, kreatif, dan aplikatif. Kegiatan ini difokuskan pada peningkatan pemahaman dan keterampilan praktis peserta terhadap tahapan-tahapan penting hilirisasi produk agribisnis, yang meliputi analisis pasar, strategi diferensiasi merek (*branding*), desain kemasan estetik, serta optimalisasi pemasaran digital melalui media sosial dan *marketplace*. Melalui pemberdayaan siswa SMK berbasis proyek (*project-based learning*) dalam pelatihan ini, diharapkan dapat menjembatani kesenjangan antara kompetensi teknis produksi dengan kemampuan komersialisasi produk TEFA secara berkelanjutan. Metode pelaksanaan pengabdian meliputi survei kebutuhan, penyampaian materi teori, diskusi interaktif, praktik langsung pembuatan identitas visual, serta pendampingan implementasi penjualan. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kapasitas kognitif dan psikomotorik siswa, yang mendukung percepatan terbentuknya budaya kewirausahaan (*agro-preneur*) muda sekaligus penguatan kapasitas sumber daya manusia di bidang agribisnis modern yang berdaya saing.

Kata Kunci: *Branding* Produk, Penetrasi Pasar, *Teaching Factory*, Agribisnis

PENDAHULUAN

Pendidikan kejuruan memiliki peran strategis dalam menyiapkan lulusan yang kompeten, adaptif, dan siap bersaing di dunia usaha dan dunia industri (DUDI). Melalui pendekatan Teaching Factory (TEFA), Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) diintegrasikan untuk menjembatani kesenjangan antara proses pendidikan di sekolah dan praktik bisnis nyata guna menghasilkan keterampilan teknis (hard skills) sekaligus kompetensi kewirausahaan (Artha et al., 2024). Dalam sektor agribisnis, khususnya pada kompetensi keahlian Agribisnis Tanaman Pangan dan Hortikultura (ATPH), model pembelajaran berbasis TEFA memiliki potensi besar dalam menghasilkan produk olahan hasil pertanian yang bernilai ekonomis tinggi serta berdaya saing di pasar (Muharam, 2024).

Namun demikian, praktik pembelajaran TEFA ATPH di sekolah selama ini masih cenderung berfokus pada aspek hulu, yaitu budidaya dan produksi (on-farm). Sementara itu, kompetensi hilir (off-farm) seperti penetrasi pasar, manajemen pemasaran, dan strategi identitas merek (branding) produk belum mendapatkan porsi perhatian yang memadai (Ignatius R. C Rorah, 2022). Akibat keterbatasan pemahaman mengenai analisis pasar, segmentasi pelanggan, pengemasan produk, hingga strategi diferensiasi merek tersebut, komersialisasi produk TEFA menjadi kurang optimal. Hasil produksi siswa umumnya dipasarkan secara konvensional dan terbatas pada lingkungan internal sekolah, sehingga peluang ekspansi pasar dan peningkatan nilai jual produk belum termanfaatkan secara maksimal (Paninggiran, 2022).

Kesenjangan antara kompetensi teknis produksi dan kompetensi bisnis ini diperparah oleh pesatnya perkembangan teknologi digital dan pergeseran perilaku konsumen modern. Pelaku usaha agribisnis saat ini dituntut untuk tidak hanya cakap dalam menghasilkan produk berkualitas,

melainkan juga harus mampu memanfaatkan ekosistem digital seperti social media marketing dan marketplace secara kreatif (Winda Wulandari, 2023). Tanpa adanya pembekalan dan pelatihan manajemen pemasaran digital yang terstruktur, produk pertanian siswa berisiko kehilangan daya saing, dan lulusan SMK berpotensi kurang kompetitif baik sebagai wirausaha muda (agro-preneur) maupun sebagai tenaga kerja siap pakai di sektor agribisnis modern (Ignatius R. C Rorah, 2022).

Berdasarkan analisis situasi tersebut, ditemukan beberapa kendala utama pada siswa SMK N 3 Salatiga, di antaranya:

1. Siswa terampil dalam aspek budidaya tanaman, namun memiliki keterbatasan pemahaman dalam melakukan analisis pasar dan menentukan strategi penetrasi produk.
2. Produk hasil TEFA ATPH belum memiliki identitas merek (branding) dan kemasan yang kuat, sehingga nilai jual dan jangkauan pemasarannya masih sangat terbatas.

Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk melaksanakan intervensi berupa pelatihan dan pendampingan peningkatan kompetensi penetrasi pasar serta penguatan strategi branding. Melalui program ini, siswa dibekali keterampilan praktis dalam merancang strategi komersialisasi produk agro-industri modern, meningkatkan nilai tambah hasil panen, serta mengoptimalkan keberlanjutan unit usaha TEFA sekolah.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis dengan menggunakan pendekatan edukatif-partisipatif berbasis proyek (*project-based learning*). Pendekatan ini diterapkan untuk menjembatani kesenjangan antara kompetensi hulu (produksi) dan hilir (komersialisasi) pada unit Teaching

Factory (TEFA). Khalayak sasaran utama dalam program ini adalah siswa Jurusan Agribisnis Tanaman Pangan dan Hortikultura (ATPH) yang terlibat aktif dalam TEFA, dengan didampingi oleh guru kejuruan, pengelola unit produksi sekolah, serta tim kewirausahaan internal sebagai fasilitator keberlanjutan program (Fauzi, 2025). Secara garis besar, pelaksanaan program ini dibagi ke dalam tiga tahapan utama yang meliputi persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi.

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan melakukan penjajakan awal melalui observasi lapangan dan wawancara terstruktur bersama pihak manajemen sekolah, guru produktif, serta siswa jurusan ATPH SMK N 3 Salatiga. Langkah ini bertujuan untuk memetakan kondisi riil implementasi TEFA, mengidentifikasi rantai pemasaran produk yang berjalan, serta menganalisis urgensi kebutuhan pelatihan. Berdasarkan temuan masalah di lapangan, tim pengabdian menyusun proposal kegiatan, merumuskan jadwal, serta mengembangkan materi ajar terstruktur. Perangkat penunjang seperti modul panduan praktis pemasaran TEFA, studi kasus agribisnis, contoh kemasan, desain label, dan instrumen simulasi digital disiapkan secara matang berkolaborasi dengan guru kejuruan.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan diwujudkan melalui intervensi program berupa workshop interaktif, diskusi kelompok, dan praktik langsung yang dibagi ke dalam beberapa sesi pelatihan taktis, yaitu:

- a. Sesi 1: Edukasi Pasar dan Komersialisasi. Pemaparan materi mengenai konsep dasar pemasaran, teknik analisis pasar, perilaku konsumen, dan strategi penetrasi pasar produk pertanian.
- b. Sesi 2: Praktik Agro-Branding dan Pengemasan. Pendampingan langsung dalam merancang

identitas merek (*branding*), pembuatan desain kemasan yang estetik, pelabelan, serta penetapan komunikasi nilai produk.

- c. Sesi 3: Digitalisasi Pemasaran dan Simulasi. Pelatihan pembuatan konten promosi kreatif serta simulasi taktik penjualan melalui optimalisasi media sosial dan ekosistem marketplace.

3. Tahap Evaluasi dan Tindak Lanjut

Tahap evaluasi dan tindak lanjut diterapkan untuk mengukur efektivitas intervensi serta tingkat peningkatan kapasitas bisnis khalayak sasaran. Pengukuran komponen kognitif dilakukan secara kuantitatif melalui pengisian kuesioner pre-test dan post-test oleh seluruh siswa peserta untuk menilai signifikansi pemahaman materi sebelum dan sesudah pelatihan. Selain itu, evaluasi produk dinilai dari kualitas rencana pemasaran (*marketing plan*) dan prototipe branding kemasan yang dihasilkan siswa. Sebagai langkah keberlanjutan, dilakukan pendampingan berkala dalam mengimplementasikan strategi pemasaran digital tersebut pada produk nyata TEFA ATPH dan penyusunan laporan akhir pengabdian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan peningkatan kompetensi penetrasi pasar dan strategi *branding* produk *Teaching Factory* (TEFA) Jurusan Agribisnis Tanaman Pangan dan Hortikultura (ATPH) telah dilaksanakan oleh tim pengabdian yang berisikan Dosen Program Studi S1 Manajemen STIE AMA Salatiga secara tatap muka dengan melibatkan siswa, guru pendamping, serta pengelola unit produksi TEFA SMK N 3 Salatiga dengan jumlah 60 Orang.



Gambar 1. Pembukaan kegiatan pelatihan di Gedung Sebaguna SMKN3 Salatiga.



Gambar 2: Penyampaian materi pelatihan di Gedung Sebaguna SMKN3 Salatiga



Gambar 3: Pelaksanaan praktik di Gedung Sebaguna SMKN3 Salatiga.

Seluruh rangkaian kegiatan dirancang secara aplikatif dan kontekstual dengan karakteristik produk agribisnis. Berdasarkan alur program yang telah diimplementasikan, terdapat beberapa tahapan utama keberhasilan pelaksanaan pengabdian ini, yaitu:

1. Tahap Persiapan dan Penjajakan Awal. Tahap ini dilakukan dengan melakukan survei kebutuhan, observasi proses produksi TEFA, dan analisis situasi dari mitra. Berdasarkan hasil diskusi dan wawancara dengan guru serta siswa, ditemukan fakta bahwa aktivitas TEFA mitra sebenarnya telah berjalan dengan sangat baik pada aspek hulu, khususnya budidaya dan pengolahan hasil panen. Namun, aktivitas tersebut belum diimbangi dengan strategi penetrasi pasar dan penguatan identitas merek produk yang komprehensif. Sebagian besar produk komoditas pertanian masih dipasarkan secara konvensional di lingkungan internal sekolah atau berdasarkan sistem pesanan terbatas tanpa adanya kemasan yang estetik, pelabelan yang informatif, maupun strategi promosi digital yang terarah. Permasalahan riil yang terjadi di mitra ini kemudian dijadikan acuan utama bagi tim pengabdian untuk menyusun proposal kegiatan, merumuskan jadwal, serta menyusun materi ajar yang relevan.
2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan. Tahap pelaksanaan diwujudkan melalui pemberian pelatihan secara intensif yang dihadiri oleh seluruh siswa sasaran beserta guru pendamping. Kegiatan ini dilakukan dengan mengombinasikan metode ceramah, diskusi studi kasus kasus-kasus agribisnis kontemporer, serta praktik secara langsung. Pada sesi awal, peserta diberikan pelatihan terkait konsep dasar pemasaran dan penetrasi pasar sebagai landasan teoretis untuk memasuki materi berikutnya, yaitu strategi *agro-branding* dan diferensiasi produk. Selama sesi ini berjalan, peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi saat tim pengabdian memberikan materi mengenai pentingnya mengubah paradigma bahwa keberhasilan produk agribisnis tidak hanya ditentukan oleh kualitas hasil panen (*on-farm*), melainkan juga

- ditentukan oleh kemampuan mengomunikasikan nilai produk kepada konsumen (*off-farm*).
3. Tahap Pembuatan dan Praktik Mandiri. Pada tahap pembuatan, pendekatan pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*) diterapkan secara penuh. Siswa diminta untuk mempraktikkan langsung seluruh materi yang telah didapatkan ke dalam bentuk kelompok kerja. Secara spesifik, siswa melakukan simulasi pembuatan identitas visual produk TEFA ATPH, yang meliputi perancangan logo merek, pembuatan label informasi produk, serta pemilihan dan desain kemasan (*packaging*) yang memiliki nilai estetika serta daya jual tinggi. Selain itu, siswa juga dilatih berwirausaha secara digital melalui praktik pembuatan konten promosi kreatif (seperti *copywriting* pemasaran) yang kemudian diunggah ke dalam media sosial dan diintegrasikan dengan platform *marketplace* sekolah sebagai saluran penjualan modern.
 4. Tahap Pendampingan, Dampak, dan Evaluasi. Tahap pendampingan dilakukan oleh tim pengabdian bersama dengan guru jurusan untuk melakukan pemantauan, kurasi terhadap konten promosi, serta uji coba strategi penjualan produk TEFA yang telah dibuat oleh siswa di lapangan. Berdasarkan hasil evaluasi melalui pengisian lembar *pre-test* dan *post-test* serta diskusi reflektif, kegiatan pengabdian ini memberikan dampak dan capaian yang signifikan, baik dari aspek kognitif maupun psikomotorik. Terjadi peningkatan pemahaman siswa yang dibuktikan dengan kemampuan mereka dalam memetakan segmentasi pasar secara terstruktur dan mempresentasikan produk dengan percaya diri. Secara kelembagaan, program ini berhasil mengintegrasikan ekosistem pembelajaran TEFA yang berorientasi bisnis nyata, menstimulasi budaya kewirausahaan (*agro-preneur*)

di kalangan siswa, serta membuka peluang ekspansi pasar bagi produk-produk unggulan SMK N 3 Salatiga secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat di SMK N 3 Salatiga berupa pelatihan peningkatan kompetensi penetrasi pasar dan strategi branding mampu meningkatkan kapasitas dan keterampilan siswa Jurusan Agribisnis Tanaman Pangan dan Hortikultura (ATPH) dalam mengembangkan produk Teaching Factory (TEFA) secara sistematis. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap literasi kewirausahaan agribisnis (*agro-preneur*) siswa dan juga diharapkan dapat berkembang menjadi program rutin sekolah untuk mendapatkan inovasi komersialisasi baru, terlebih dalam upaya mendukung integrasi utuh pembelajaran vokasi, di mana unit TEFA wajib memiliki keunggulan kompetitif baik pada aspek hulu (produksi) maupun hilir (pemasaran dan nilai tambah produk).

Pelatihan ini berhasil meningkatkan kesiapan siswa Jurusan ATPH SMK N 3 Salatiga dalam merancang rencana bisnis yang layak, membangun identitas merek yang kuat, serta memanfaatkan platform digital secara efektif berbasis data pasar. Kegiatan ini berkontribusi nyata pada penguatan kompetensi teknis, wawasan bisnis modern, serta pengemasan produk kreatif di unit TEFA, serta dapat dijadikan program berkelanjutan untuk mendukung pengembangan inovasi produk dan keberlanjutan unit usaha mandiri di SMK N 3 Salatiga.

DAFTAR PUSTAKA

- Artha, H. W., Barokah, E. R., & Jalinus, N. (2024). *Implementasi Pendidikan Di SMK Negeri 3 Kota Solok : Tinjauan Terhadap Penerapan Kurikulum Merdeka , Teaching Factory dan Prakerin Implementation of Education*

at SMK Negeri 3 Kota Solok: A Review of the Implementation of Merdeka Curriculum , Teaching Factory and Prakerin. December 2023, 251–262.

Ignatius R. C Rorah. (2022). *Analisis Pentrasi pasar dan Pengembangan Pasar Terhadap Retensi Pelanggan Oleh Petani Cabai Keriting di kelurahan Kakaskasen II Kecamatan Tomohon Utara Provinsi Sulawesi Utara. 9(3), 1335–1347.*

Muharam, C. S. (2024). *Efektifitas Model Pembelajaran Teaching Factory (TEFA) dalam Meningkatkan Kualitas Lulusan Pada SMK Negeri Pertanian Pembangunan Cianjur. 11(4), 1839–1853.*

Paninggiran, H. (2022). *Peningkatan kemampuan Branding Produk Peserta Didik SMK Kompetensi Keahlian Kuliner. 4(2), 186–189.*

Winda Wulandari, Z. F. N. (2023). *Pelatihan dan Pendampingan Digital Markating dan Branding Produk Bagi Pelaku UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta. 7(2), 425–437.*