

Sosialisasi Generasi Milenial dalam Pengelolaan dan Pemasaran Kacang Hijau

Emil Salim Siregar¹, Sarah Syahira², Wita Wita³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Asahan, Indonesia

e-mail: emielsalimsrq1988@gmail.com¹, sarahsyahirra@gmail.com², witaugi@gmail.com³

Abstrak

Kacang hijau adalah produk pertanian yang berbentuk biji, merupakan komoditi sumber pangan yang memiliki nilai gizi, mengandung mineral, vitamin A, karbohidrat dan serat makanan, protein sekitar dan kandungan lemak baik untuk Kesehatan. Produk kacang hijau sebagai bahan pangan olahan mempunyai potensi dan peranan dalam menumbuh kembangnya industri skala kecil dan menengah. Berkembangnya industry makanan ringan kacang hijau membuka lapangan kerja bagi masyarakat dan generasi milenial yang ingin berinvestasi usaha pada pengelolaan kacang hijau. Investasi generasi milenial dalam pengelolaan dan pemasaran kacang hijau memiliki potensi signifikan dalam meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan industri pertanian Indonesia. Generasi milenial, yang dikenal dengan kemampuan teknologi dan inovasi, dapat membantu meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi kacang hijau dengan menggunakan teknologi pertanian dan aplikasi digital dalam meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi kacang hijau dengan menggunakan teknologi pertanian modern dan aplikasi digital. Dan juga dapat membantu meningkatkan akses pasar dan pemasaran produk pertanian melalui platform digital dan strategi pemasaran yang efektif.

Kata kunci: *Milenial, Pengelolaan, Pemasaran, Investasi*

Abstract

Mung beans are an agricultural product in the form of seeds, a food source commodity that has nutritional value, containing minerals, vitamin A, carbohydrates and dietary fiber, protein around and good fat content for health. Mung bean products as processed food have the potential and role in growing the development of small and medium scale industries. The development of the mung bean snack industry opens up employment opportunities for the community and the millennial generation who want to invest in the management of mung beans. Millennials' investment in mung bean management and marketing has significant potential to improve the efficiency and sustainability of Indonesia's agricultural industry. Millennials, who are known for their technological and innovation capabilities, can help improve the quality and quantity of mung bean production by using modern agricultural technology and digital applications. And can also help improve market access and marketing of agricultural products through digital platforms and effective marketing strategies.

Keywords: *Millennial, Management, Marketing, Investment*

PENDAHULUAN

Investasi generasi milenial dalam pengelolaan dan pemasaran kacang hijau menunjukkan bahwa generasi milenial memiliki potensi signifikan dalam meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan industry di Indonesia, terutama dalam pengelolaan dan pemasaran kacang hijau. Dikalangan generasi milenial identik dengan pemanfaatan teknologi yang mengoptimalkan produksi, bermunculan berbagai Perusahaan start-up dari pemanfaatan teknologi yang memungkinkan ide-ide cemerlang generasi muda berkembang menjadi Solusi inovatif untuk menyelesaikan berbagai permasalahan.

Keinginan untuk berinvestasi semakin meningkat dikalangan generasi muda. Generasi muda milenial yang dikatakan boros adalah mereka yang belum mengetahui cara mengelola keuangannya dengan baik, seperti belanja online, traveling, tentu saja investasi, generasi milenial tergolong muda dan bisa mengambil risiko karena masih memiliki adrenalin membuat mereka berani mengambil risiko. Kaum muda masih memiliki kesempatan untuk menghadapi lebih banyak tantangan. Jika kita mendekati usia pensiun dan ingin memulai berinvestasi, sebaiknya jangan melakukan sesuatu yang terlalu berisiko. Jika hal itu terjadi kita mungkin tidak menunggu 10 atau 20 tahun lagi hingga pasar saham pulih. Pengusaha kecil juga mempunyai peran strategis sebagai penerima lapangan kerja dan investasi. Pengusaha kecil meyerap banyak tenaga kerja dan hasil investasinya lebih rendah dibandingkan pengusaha besar. Namun seiring dengan banyaknya pengusaha kecil, maka jumlah lapangan kerja dan investasi semakin meningkat.

Pemasaran adalah strategi yang bertujuan untuk menginformasikan secara luas, memperkenalkan konsumen pada produk kita, mendorong konsumen untuk membentuk citra produk dan bahkan menciptakan preferensi pribadi. Oleh karena itu, bauran pemasaran dapat dianggap sebagai salah satu elemen strategis yang paling penting dalam pemasaran. Efektivitas pemasaran berarti seberapa besar pengorbanan yang harus anda lakukan dalam pemasaran untuk mencapai hasil. Ketika menerapkan strategi pemasaran yang kompetitif, seorang pengusaha harus melakukan yang terbaik untuk mencapai keberhasilan dan inovasi terbaru agar produk yang ditawarkan diterima dan memuaskan kebutuhan konsumen dengan model atau ragam pemasaran yang terkini dan kemajuan yang matang.

Tujuan utama pengelolaan kacang hijau adalah untuk meningkatkan produksi sehingga pendapatan dari kacang hijau juga meningkat. Sebagai sumber protein nabati, kacang hijau merupakan komoditas strategis untuk mencapai pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan meningkatkan kesejahteraan perekonomian, karena permintaannya yang cukup tinggi setiap tahun sekiranya. Pengembangan olahan kacang hijau menjadi aneka pangan diharapkan dapat menciptakan nilai tambah ekonomi dan meningkatkan nilai social kacang hijau sendiri.

Salah satu olahan jajanan berbahan dasar kacang hijau adalah rempeyek. Rempeyek merupakan salah satu olahan pangan yang mudah diolah di dapur rumah dengan berbagai macam varian, salah satunya pemasaran kacang hijau relatif mudah yaitu dengan menjualnya di warung, kantin sekolah, atau dijadikan oleh-oleh di tempat wisata. Kacang hijau yang sudah diolah biasanya bertahan lebih lama dan bernilai ekonomis dibandingkan dengan menjual kacang hijau yang belum diolah.

METODE

Adapun pelaksanaan sosialisasi hukum ini adalah sebagai berikut:

- 1) Tahap persiapan
 - a. Menetapkan waktu dan tempat untuk memberikan penyuluhan hukum
 - b. Tim penyuluhan mencari bahan informasi cara berinvestasi pengelolaan dan pemasaran kacang hijau kepada generasi milenial
- 2) Tahap implementasi
 - a. Tim penyuluhan memberikan materi mengenai topik tersebut bagaimana cara investasi generasi milenial dalam pengelolaan dan pemasaran kacang hijau
- 3) Anggota pengusul akan menjelaskan apa itu investasi generasi milenial dalam pengelolaan dan pemasaran kacang hijau
- 4) Langkah akhir
- 5) Tim menawarkan kesempatan kepada siswa-siswi untuk bertanya dan mendiskusikan masalah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

- a. Hasil Kegiatan

Sosialisasi Hukum dilaksanakan di Sekolah Mas Alwashliyah Sei Kepayang berupa Penyuluhan Hukum yang dilaksanakan pada hari Jumat, 14 Juni 2024 Pukul 10.00 Wib

sampai dengan selesai. Adapun yang mengikuti kegiatan ini adalah Siswa-Siswi Mas Alwashliyah Sei Kepayang.

Penyampaian kata sambutan oleh kepala sekolah yang menjelaskan bahwa diharapkan setelah adanya pengabdian Sosialisasi Hukum Kepada Pelajar tentang Pengelolaan dan Pemasaran Kacang Hijau di MAS Alwasliyah Sei Kepayang untuk menjadikan siswa siswi dapat mengerti tentang apa itu investasi dan bagaimana cara berinvestasi di umur mereka sekarang dengan adanya penyuluhan hukum ini diharapkan siswa siswi juga dapat membantu perekonomian keluarga dengan memanfaatkan kacang hijau sebagai wadah awal untuk memulai berinvestasi. Materi pertamayang diwakilkan oleh Jihan Artika dan materi kedua diwakilkan oleh Khairul Fauzi Mrp yang menyampaikan materi tentang Investasi Generasi Milenial dalam pengelolaan dan Pemanfaatan Kacang Hijau beserta dasar-dasar hukum didalamnya.

b. Pembahasan

Materi pertama yang disampaikan oleh, yaitu:



Gambar 1. Penyampaian Materi tentang pengertian investasi, keuntungan berinvestasi dan jenis investasi oleh Jihan Artika

Investasi merupakan tindakan penempatan dana pada berbagai aset untuk jangka waktu tertentu, dengan tujuan memperoleh pendapatan atau meningkatkan nilai investasi tersebut.

Berinvestasi pada usia muda memberikan keuntungan yang lebih besar dibandingkan menabung di bank karena ini membangun disiplin pribadi melalui kegiatan rutin menyisihkan sebagian uang untuk investasi.

Jenis investasi anak muda yaitu saham, saham sangat cocok sebagai investasi untuk yang masih pemula, sudah sejak lama emas telah diakui sebagai sarana untuk menjaga kekayaan karena nilainya dapat meningkat dari waktu ke waktu.

Selanjutnya pemateri kedua



Gambar 2. Penyampaian Materi kedua tentang fungsi SIUP, syarat membuat surat izin usaha dagang dan PIRT

Fungsi SIUP adalah untuk memperoleh bukti sah kepemilikan suatu usaha, terhindar dari berbagai permasalahan terkait perizinan, mempercepat usaha baik ekspor maupun impor, serta menarik minat investor dengan perizinan penuh.

Syarat untuk mendapatkan izin usaha adalah melengkapi formulir pendaftaran, fotokopi KTP pemilik usaha dagang, fotokopi izin gangguan dengan formulir asli, fotokopi lembaran NPWP, fotokopi KK, surat izin teknis, fotokopi surat kepemilikan instansi yang berwenang dan tempat usaha, dan bila tidak mempunyai, surat sewa tanah pembangunan dan fotokopinya pemilik dan materai 6000 3 lembar.

Setelah memaparkan materi, moderator membuka sesi tanya jawab kepada para peserta. Dalam kegiatan sosialisasi ini, 2 orang yaitu Muhammad Azro seorang siswa MAS Alwasliyah dan Rahmiana Lubis mengajukan pertanyaan dengan pernyataan sebagai berikut::



Gambar 3. Muhammad Azro: Apa hubungannya investasi dengan kacang hijau?

Jawaban: Kami mengambil judul ini karena untuk berinvestasi kita butuh modal (uang), jika kita memiliki uang, maka salah satu usaha yang bisa kita lakukan adalah mengelola dan memasarkan kacang hijau. Kacang hijau disini untuk menjadi modal awal kita berinvestasi. Jika tidak ada modal (uang) maka kita tidak bisa melakukan yang namanya investasi.



Gambar 4. Rahmiana Lubis: Apa dari investasi kacang hijau?

Jawaban: Risiko investasi kacang hijau yang pertama adalah karena perubahan cuaca, cuaca yang tidak terduga dapat mempengaruhi pertumbuhan kacang hijau. Risiko yang kedua adalah persaingan, penjualan dapat dipengaruhi oleh produsen kacang hijau lainnya, ketiga perubahan harga bahan, fluktuasi harga bahan baku seperti biji kacang hijau dapat mempengaruhi biaya produksi dan profitabilitas, dan risiko keempat adalah kualitas produk yang rendah/tidak konsisten dapat merusak kepercayaan merek dan konsumen.

Maka risiko investasi kacang hijau sudah ada dan kita harus tahu bahwa setiap investasi ada pasti ada risikonya. Itu sebabnya kita harus pintar dalam menginvestasikan uang kita.

SIMPULAN

Setelah melakukan pengabdian masyarakat dengan metode penyuluhan hukum. Di dalam bab ini penulis akan menyajikan ringkasan dari hasil Sosialisasi Hukum yang telah dilakukan.

1. Melalui penyuluhan hukum, meningkatkan pemahaman hukum di kalangan Siswa MAS Alwasliyah tentang pentingnya investasi masa muda.
2. Membangun kesadaran masyarakat, khususnya generasi milenial, tentang pentingnya peran mereka dalam mengembangkan sektor pertanian, khususnya komoditas kacang hijau, yang memiliki prospek ekonomi yang baik.
3. Mendorong partisipasi masyarakat, terutama generasi milenial, untuk terlibat aktif dalam pengembangan usaha kacang hijau, baik sebagai pelaku usaha maupun mitra kerjasama.
4. Investasi adalah kegiatan penempatan dana pada satu atau lebih aset untuk jangka waktu tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, I., Umami, D. N. W., Regilta, W. W., & Setyowati, I. D. (2023). *Strategi Pemasaran Menggunakan Sistem Titip Jual Terhadap Produk Kue Bakpia Desa Munggu Marketing Strategy Using A Selling System For Munggu Village Bakpia Cake Products*. *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(05), 1062-1068.
- Arfah, D., Rochdiani, D., & Isyanto, A. Y. (2020). *Analisis biaya, pendapatan, dan R/C pada usahatani kacang hijau (Studi Kasus di desa Kertajaya kecamatan Mangunjaya kabupaten Pangandaran)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 7(1), 177-181
- Dewi, R., Nasaruddin, F., & Rosada, I. (2021). *PKM Pengolahan Kacang Hijau Kelompok Perempuan Di Desa Bontolangkasa Kecamatan Bontonombo Kabupaten Gowa*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Kreatif*, 7(2), 19-30
- Isa, M. M., Bano, M., & Lango, A. N. (2020). *ANALISIS PEMASARAN KACANG HIJAU DI DESA DUALASI RAIULUN KECAMATAN LASIOLAT KABUPATEN BELU*. *Buletin Ilmiah IMPAS*, 21(2), 130-138
- Junus, D., Nuna, M., Ernikawati, E., Moonti, R. M., Ismail, N., Paramata, Y., ... & Gobel, A. (2022). *Program Pengolahan dan pemasaran Produk Rempeyek Kacang Hijau Di desa Bakida, Kecamatan Helumo Kabupaten Bolaang Mongondow Selatan*. *Insan Cita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2)
- Onasie, V., & Widoatmodjo, S. (2020). *Niat investasi generasi milenial di pasar modal*. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(2), 318-326
- Purwanti E., & Rohayati, E. (2015). *Pengaruh Jumlah Tanggungan Keluarga, Pendapatan Terhadap Partisipasi Kerja Tenaga Kerja Wanita Pada Industri Kerupuk Kedelai Di Tuntang, Kab. Semarang*. *Among Makarti*, 7(1).
- Rachmawati, R. R., & Gunawan, E. (2020). *Peranan petani milenial mendukung ekspor hasil pertanian di Indonesia*. In *Forum penelitian agro ekonomi (Vol. 38, No. 1, pp. 67-87)*
- Reynaldi, R., Juswadi, J., & Mulyati, N. S. M. (2020). *EFISIENSI PEMASARAN KACANG HIJAU (Vigna radiata, L.) DI KABUPATEN INDRAMAYU*. *Agri Wiralodra*, 12(2), 52-61
- Suriyanto, A., Hermanto, B., & Yani, F. (2022). *ANALISIS PEMASARAN BUBUR KACANG HIJAU TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI STADION TELADAN KOTA MEDAN (Studi Kasus Warung Bubur Elida Di Stadion Teladan Kota Medan)*. *JURNAL AGRO NUSANTARA*, 2(1), 1-7