



**PAPER – OPEN ACCESS**

## Pengembangan Dan Pemasaran Produk Kreatif di SMK Alrazi Sinar Harapan Medan

Author : Nurul Fajriah Pinem, dkk.  
DOI : 10.32734/anr.v6i1.2483  
Electronic ISSN : 2654-7023  
Print ISSN : 2654-7015

*Volume 6 Issue 1 – 2025 TALENTA Conference Series: Agricultural and Natural Resources (ANR)*



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

Published under licence by TALENTA Publisher, Universitas Sumatera Utara



## Pengembangan Dan Pemasaran Produk Kreatif di SMK Alrazi Sinar Harapan Medan

### *Development And Marketing of Creative Products at Alrazi Sinar Harapan Vocational School Medan*

Nurul Fajriah Pinem<sup>1\*</sup>, Lily Fauzia<sup>1</sup>, Singgar Ni Rudang<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Departemen Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara, Medan Indonesia

<sup>2</sup>Departemen Farmasi, Fakultas Farmasi, Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia

nurulfajriahpinem@gmail.com, lilyfauzia@yahoo.com, dra\_singgar@yahoo.co.id

#### **Abstrak**

Produk kreatif merupakan kemampuan dalam mengeluarkan gagasan atau ide untuk menciptakan hasil yang inovatif. Gagasan yang inovatif tersebut nantinya akan memberikan peluang bisnis dan memecahkan permasalahan dalam kehidupan. SMK Al Razi Sinar Harapan merupakan salah satu Sekolah Menengah Kejuruan yang menghasilkan beberapa produk kreatif dalam proses pembelajaran. Sekolah ini merupakan sekolah dengan jurusan farmasi namun produk yang dihasilkan sebagian besar adalah produk Agribisnis. Beberapa yang dihasilkan dari Sekolah SMK Al-Razi adalah minyak kelapa, minyak kemiri, minuman jahe, permen jahe, sabun pencuci tangan dan beberapa produk lainnya. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu mitra untuk meningkatkan kualitas maupun kuantitas hasil produksi melalui pemberian bantuan alat-alat pendukung proses produksi yang baru. Selain mampu meningkatkan kuantitas dan kualitas hasil produksi, hal ini juga mampu mendorong produk olahan menjangkau dan memperluas sasaran pemasaran produk. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diharapkan mitra mampu melakukan pengembangan produk dengan melakukan inovasi serta memperluas jangkauan pemasaran produk yang dapat dilakukan dengan menggunakan media online.

**Kata Kunci:** Agroindustri; Pengembangan Produk; Pemasaran; Produk Kreatif

#### **Abstract**

*Creative products are the ability to produce ideas or thoughts to create innovative results. These innovative ideas will provide business opportunities and solve problems in life. Al Razi Sinar Harapan Vocational School is a Vocational High School that produces several creative products in the learning process. This school is a school with a pharmacy major but the products produced are mostly agribusiness products. Some of the products produced by Al-Razi Vocational School are coconut oil, candlenut oil, ginger drink, ginger candy, hand washing soap and several other products. This activity aims to help partners improve the quality and quantity of production results by providing assistance with tools to support new production processes. Apart from being able to increase the quantity and quality of production results, this is also able to encourage processed products to reach and expand product marketing targets. The results of this research show that it is hoped that partners will be able to carry out product development by innovating and expanding the reach of product marketing which can be done using online media.*

**Keywords:** Agroindustry; Creative Products; Marketing; Product Development.

## 1. Introduction

Kemiri (*Aleurites moluccana* L. Wild) merupakan salah satu jenis tanaman daerah tropis yang memiliki banyak kegunaan. Bagian tanaman yang dimanfaatkan yaitu biji. Biji kemiri dapat digunakan sebagai bumbu masak, obat diare, bahan penerangan, dan kayunya untuk perabotan, minyaknya dapat dijadikan sebagai obat penyubur rambut, kemudian kulit kayu dapat digunakan sebagai obat tumor, dan lain sebagainya [1]. Kandungan minyak dari biji kemiri tergolong tinggi yaitu 60% dari berat bijinya. Komponen utama penyusun minyak kemiri adalah asam lemak tak jenuh sebesar 86% dan asam lemak jenuh sebesar 14% [2].

Minyak kelapa digunakan sebagai minyak goreng, bahan margarin dan mentega putih, komponen dalam pembuatan sabun serta formulasi kosmetika [3]. Selain digunakan untuk menggoreng, pada masyarakat pedesaan minyak kelapa juga digunakan sebagai minyak pijat, kerik, dan untuk minyak cem- ceman. Dalam bidang farmasi, minyak kelapa dewasa ini mulai meningkat penggunaannya, terutama dengan semakin banyaknya produk minyak telon yang salah satu komponennya adalah minyak kelapa, juga dengan diketahuinya beberapa khasiat minyak kelapa terhadap kesehatan [4].

Selain itu terdapat juga tanaman herbal lainnya yang memiliki banyak manfaat yaitu jahe. Jahe (*Zingiber officinale* Rosc.) merupakan tanaman obat dan rempah yang berasal dari Asia Pasifik yang tersebar dari India sampai Cina. Tanaman jahe di dunia tersebar di daerah tropis, di benua Asia dan Kepulauan Pasifik. Akhir-akhir ini jahe dikembangkan di Jamaica, Brazil, Hawaii, Afrika, India, China, Jepang, Filipina, Australia, Selandia Baru, Thailand dan Indonesia [5].

Penggunaan jahe terbanyak yaitu sebagai obat tradisional. Jahe yang mengandung gingerol dapat dimanfaatkan sebagai obat anti-inflamasi, obat nyeri sendi dan otot karena rematik, tonikum, serta obat batuk. Umumnya, dalam penggunaannya untuk obat tradisional, jahe dikeringkan dahulu hingga menjadi simplisia (bahan obat yang dikeringkan). Minyak jahe atau oleoresin yang dihasilkan dari destilasi jahe kering banyak digunakan dalam industri parfum dan minuman [6].

Pemasaran menurut Kothler dan Armstrong adalah sebuah proses hubungan sosial dimana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan mereka inginkan, melalui penciptaan dan pertukaran produk nilai dengan pihak lain. Pemasaran merupakan bagian yang sangat penting bagi seorang pengusaha, oleh karena itu pengusaha harus memahami dan memiliki strategi pemasaran, dalam memasarkan produk secara lebih baik dari pesaing. Pengembangan dari produk orisinal, peningkatan produk, modifikasi produk, dan merek produk melalui usaha pengembangan perusahaan, agar dapat menghasilkan suatu produk yang menguasai pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk mewujudkan hal tersebut, sumber pengetahuan menjadi bekal dalam proses pengembangan suatu produk [7].

Dunia bisnis yang semakin berkembang membutuhkan berbagai kreatifitas dan inovasi agar mampu mengikuti minat pasar dan menghadapi persaingan bisnis yang kompetitif. Produk kreatif merupakan produk yang dihasilkan dan memiliki inovasi serta nilai tambah yang dapat dijadikan peluang bisnis. Ada banyak produk kreatif yang berkembang dimasyarakat dan dapat dimulai dengan modal yang kecil. Beberapa produk kreatif seperti kerajinan rotan, produk daur ulang, desain grafis, animator bahkan beberapa produk jasa yang saat ini sangat berkembang di era digitalisasi seperti konten kreator. Adapun produk agribisnis yang berasal dari komoditi pertanian kemudian dilakukan proses pengolahan sehingga mendapatkan nilai tambah pada produk tersebut merupakan produk kreatif yang dapat dikembangkan di masyarakat.

## Analisis Situasi

Perekonomian nasional saat ini dalam keadaan yang cukup sulit. Akibat pandemi Covid-19 yang menyebabkan banyaknya karyawan yang kehilangan pekerjaan sehingga tingkat pengangguran semakin meningkat jumlahnya. Sementara untuk mengharapkan lapangan pekerjaan dari sektir pemerintah maupun swasta jumlahnya sangat terbatas. Dengan keadaan yang demikian, maka masyarakat diharapkan mampu memiliki skill untuk mampu secara mandiri melakukan kegiatan wirausaha.

Sekolah menengah kejuruan (disingkat SMK) adalah pendidikan formal yang menyelenggarakan pendidikan kejuruan pada jenjang pendidikan menengah setara dengan SMA/MA. SMK Al Razi Sinar Harapan berdiri sejak 21 Desember 2015 dengan Izin Pendirian 420/17878.PPMP/2015, Izin Operasional 421.5/1797 – 421.5/893/DIS PM PPTSP/6/VII/2019. Dengan terakreditasi BANSM dengan status akreditasi A. Untuk Kompetensi keahlian antara lain: Farmasi Klinis dan Komunitas Rekayasa Perangkat Lunak (RPL). Adapun lokasi mitra terletak di Kompleks, Yayasan Al Razi Sinar Harapan, Jl. Johor Indah Permai No.19, Gedung Johor, Kec. Medan Johor, Kota Medan, Sumatera Utara.

Farmasi Klinis adalah salah satu bidang studi yang mengajarkan bagaimana memanfaatkan tanaman herbal untuk diolah menjadi produk produk agroindustri yang memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Para siswa diberikan materi, sosialisasi, pendampingan sekaligus pelatihan dengan membuat berbagai macam produk-produk kreatif yang memiliki nilai jual sehingga siap untuk dikonsumsi dan dipasarkan. Adapun beberapa produk yang dihasilkan mitra antara lain adalah minyak kemiri, minyak kelapa, minuman jahe, permen jahe, sabun cuci piring, sabun mandi, deterjen, antiseptik dan lain – lain.



Gambar 1. SMK Al-Razi Sinar Harapan



Gambar 2. Proses Pembelajaran Siswa di Laboratorium



Gambar 3. SMK Al-Razi Sinar Harapan dan Proses Pembelajaran di Laboratorium

### Permasalahan Mitra

Adapun masalah-masalah yang dihadapi mitra SMK Al-Razi Sinar Harapan adalah:

1. Produk masih dalam skala kecil dan beberapa produk masih memiliki mutu produk yang belum sama. Contoh pembuatan permen jahe yang rasanya berbeda-beda dalam setiap produksi sehingga belum layak buat dipasarkan.
2. Alat yang digunakan kebanyakan masih manual sehingga membutuhkan waktu yang lebih lama dalam setiap proses produksi,

3. Kemasan masih menggunakan kemasan yang sederhana, sehingga mengurangi daya tarik konsumen.
4. Pemasaran masih terbatas di kalangan siswa saja.
5. Belum adanya keberanian untuk memasarkan produk ke pasar yang lebih luas seperti melalui online ataupun supermarket di sekitar Medan Johor.



Gambar 4. Produk-Produk Kreatif Siswa SMK Al-Razi

## 2. The Method of the Research

Pelaksanaan dilakukan di alamat Mitra yaitu Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Al-razi Sinar Harapan Medan. Lokasi berada di Jl. Eka Rasmi, Melinjo I No 19 Kompleks Johor Permai Medan. Untuk proses pelaksanaan dimulai dengan melakukan survey dan bertemu langsung dengan mitra yang merupakan pemilik sekolah SMK Al-Razi. Tim pengabdian menanyakan kepada mitra masalah-masalah apa saja yang selama ini dihadapi mitra dalam pelaksanaan proses produksi sampai kepada pemasaran. Selain itu menanyakan produk kreatif yang telah dihasilkan oleh para siswa SMK Al-Razi (mitra) sekaligus melihat langsung produk-produk yang telah dikemas dan siap untuk dijual.

Sesudah mendapatkan informasi dari mitra, tim pengabdian menentukan judul yang akan diangkat dalam pengabdian masyarakat ini, kemudian tim pengabdian juga menyusun proposal dan anggaran kegiatan untuk enam bulan ke depan. Mencari informasi terkait harga dan barang yang akan dibeli dan diserahkan kepada mitra. Sekaligus membuat laporan pertanggung jawaban.

Langkah selanjutnya adalah membeli alat dan bahan keperluan kegiatan pengabdian masyarakat secara bertahap, yang dimana alat tersebut akan diserahkan kepada pihak sekolah untuk membantu dalam proses pembelajaran sesuai dengan target yang diinginkan dalam pengabdian masyarakat ini. Berikutnya, berdasarkan permasalahan yang dihadapi SMK Al-Razi Sinar Harapan Medan, maka solusi yang ditawarkan berupa peatihan/sosialisasi, pendampingan dan evaluasi. Kegiatan sosialisasi atau pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pembekalan terhadap ilmu dan pengetahuan mengenai pengembangan produk serta strategi pemasaran. Sosialisasi ini diadakan setelah seluruh alat-alat baru pendukung sudah tersedia dan diadakan dengan memaparkan materi presentasi melalui ceramah, diskusi, sesi tanya jawab mengenai topik yang sesuai dengan judul yang diangkat, yaitu "Pengembangan dan Pemasaran Produk Kreatif SMK Al-Razi Sinar Harapan Medan." Selain itu, pemateri juga akan menjelaskan hal-hal yang sebaiknya harus dilakukan oleh seluruh pihak yang terlibat di SMK Al-Razi Sinar Harapan Medan dalam melaksanakan program pemasaran dan pengembangan produk secara lebih terstruktur dan terencana.

Adapun kegiatan pendampingan perlu untuk dilakukan mengingat adanya kemungkinan kendala-kendala yang bisa terjadi pada saat pelaksanaan. Langkah-langkah yang bisa dilakukan dapat berupa:

1. Mengecek hasil produk yang telah diproduksi pada saat pelaksanaan
2. Melakukan perbandingan dari segi biaya dan kualitas antara sebelum dan sesudah kegiatan sosialisasi
3. Melakukan peninjauan
4. Menganalisis beberapa alternatif strategi rencana pengembangan dan pemasaran produk hasil olahan
5. Tim menyampaikan evaluasi dari beberapa alternatif yang bisa dilakukan
6. Tim memberikan saran atau masukan kepada mitra

Tahap akhir adalah monitoring evaluasi dari pihak LPM USU yang dilengkapi dengan jurnal akhir yang akan disebarluaskan untuk publik pada jurnal Talenta USU beserta dengan bukti dokumentasi lain yang akan diunggah melalui beberapa berita online dan YouTube.

### 3. Result and Discussion

#### *Pendampingan Menyusun Strategi Pengembangan Produk*

Hasil dan luaran yang diharapkan untuk dicapai dari kegiatan pengabdian ini adalah terciptanya rancangan strategi bagi mitra agar mampu mengembangkan produk dengan menyesuaikan kebutuhan pasar. Selain itu, diharapkan pula kualitas dan kuantitas produk yang meningkat, pemasaran menggunakan media online dan fokus untuk pengembangan produk kreatif.

Pengembangan produk merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan alokasi sumberdaya, meningkatkan arus informasi, meminimalisir waktu dan biaya pengembangan, memperkecil kegagalan dan resiko, serta mampu mencapai target yang diharapkan dalam pengembangan produk.

Kerjasama yang dilakukan oleh tim pengabdian dari Fakultas Pertanian dan Farmasi USU ini merupakan kolaborasi yang diharapkan dapat memberikan distribusi kepada mitra. Mitra kami adalah yayasan SMK Al-Razi yang merupakan sekolah menengah kejuruan farmasi. Namun produk yang mereka hasilkan adalah produk-produk kreatif berasal dari komoditi pertanian dan menjadi produk-produk agribisnis.

Untuk pra survey, tim pengabdian telah meninjau terlebih dahulu apa yang menjadi kebutuhan dan kendala mitra. Sekolah ini merupakan salah satu sekolah yang cukup potensial karena jumlah siswa yang mereka miliki setiap tahunnya bertambah. Sementara untuk alat yang dimiliki jumlahnya masih sedikit dan kebanyakan masih bersifat manual sehingga menjadi kendala bagi siswa membutuhkan waktu yang lama dalam proses pelaksanaan.

Setelah pihak Universitas Sumatera Utara setuju untuk melakukan kerjasama dengan mitra, maka tim pengabdian melakukan tugas sebelum melaksanakan kegiatan pengabdian. Anggaran yang telah disediakan digunakan untuk membeli beberapa peralatan yang dibutuhkan antara lain: mesin pemeras minyak, mesin pemeras biji-bijian, *air fryer oven*, tabung, tatakan dan selang gas 3 kg serta blender multiblend. Seluruh peralatan tersebut nantinya akan digunakan di laboratorium sekolah sesuai dengan jadwal praktikum para siswa.

Materi yang akan diberikan kepada para siswa setiap minggunya berbeda-beda, seperti pembuatan minyak kelapa dan kemiri, minuman kesehatan atau minuman herbal, sampai kepada permen jahe juga telah dihasilkan. Kendala mitra adalah belum mampu memasarkan produk tersebut dalam skala besar karena selain belum ada keberanian, terkendala juga untuk melakukan strategi pengembangan dan pemasaran yang baik.

Pada saat sosialisasi dan penyerahan alat tanggal 19 September 2023, tim pengabdian melakukan diskusi mengenai strategi pengembangan dan pemasaran produk kreatif dengan mitra. Beberapa saran telah disampaikan termasuk mencoba pemasaran dengan model Digital Marketing yang saat ini sangat digemari oleh masyarakat. Adanya kemudahan pemasaran dengan sistem online menjadikan salah satu peluang besar untuk para produsen menjual produk mereka ke berbagai daerah tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar. Syaratnya hanya dengan menyediakan tenaga administrasi yang bertanggung jawab fokus untuk memasarkan produk dan menciptakan *branding awareness* untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk-produk yang dihasilkan.

Setelah melakukan diskusi terbuka dengan mitra yang terlibat, beberapa tahap yang dapat dilakukan agar mampu memproduksi produk kreatif yang bisa bersaing dengan kebutuhan pasar adalah sebagai berikut:

#### 1. *Idea Generation* (Pemunculan Gagasan)

Tahap pelaksanaan pengembangan produk harus diawali dengan pencarian gagasan. Mitra harus berani membuat inovasi produk baru yang belum ada di pasaran, memodifikasi produk lama yang telah diproduksi serta meniru produk kompetitor. Gagasan produk sendiri bisa diperoleh melalui berbagai referensi, seperti konsumen, peneliti, kompetitor, mitra, saluran pemasaran dan manajemen puncak.

## 2. *Idea Screening* (Penyaringan Gagasan)

Proses pengembangan produk dilanjutkan dengan penyaringan gagasan. Setelah memperoleh beberapa gagasan dari berbagai sumber, mitra dapat menyeleksi pilihan gagasan yang paling memberi manfaat terbanyak dan resiko paling sedikit dengan memperhatikan dan mempertimbangan kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang usaha kreatif yang tersedia di pasar.

## 3. *Concept Development and Testing* (Pengembangan dan Pengujian Konsep)

Gagasan yang menarik harus disempurnakan menjadi konsep produk yang dapat diuji. Hal ini bisa dilihat melalui gagasan produk, konsep produk dan citra produk. Mitra diharapkan mampu meningkatkan kesempatan dan peluang hasil produk kreatif agar mampu bersaing dan berkompetisi di pasar.

## 4. *Marketing Strategy Development* (Pengembangan Strategi Pemasaran)

Setelah menemukan gagasan dan melakukan pengujian, langkah selanjutnya yang disarankan untuk dilaksanakan adalah mempersiapkan strategi pemasaran untuk hasil produksi. Mengembangkan rencana awal strategi pemasaran ditujukan untuk memperkenalkan produk ke pasar sehingga hal ini akan mampu membuka peluang untuk terciptanya pasar baru.

## 5. *Business Analysis* (Analisis Bisnis)

Pada tahap kali ini, mitra diharapkan mampu mengembangkan konsep produk beserta dengan strategi pemasaran, yaitu dengan melakukan evaluasi daya tarik bisnis mitra. Hal ini bisa dilakukan dengan membuat proyeksi dan target penjualan, biaya, dan laba agar mampu menentukan semua tujuan usaha dapat tercapai. Apabila telah memenuhi kriteria yang berlaku, konsep pengembangan produk bisa dilanjutkan ke tahap pengembangan produk.

## 6. *Product Development* (Pengembangan Produk)

Berikutnya, mitra diharapkan mampu melaksanakan pengembangan konsep produk yang telah melalui beberapa proses sebelumnya. Hal ini perlu dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas ataupun kuantitas produk.

## 7. *Market Testing* (Pengujian Pasar)

Pengujian pasar dilakukan untuk menganalisis respon pasar dan konsumen terhadap produk nyata yang telah dipasarkan. Hal ini juga berhubungan erat dengan perilaku konsumen dalam menikmati dan keinginan untuk membeli kembali produk aktual tersebut. Pengujian pasar ini dipengaruhi oleh biaya yang dikorbankan dan resiko investasi yang dilakukan.

## 8. *Commercialization* (Komersialisasi)

Mitra mampu meluncurkan produk baru yang telah dikembangkan dan mampu melakukan penyaluran produk sesuai dengan skema strategi pemasaran yang telah ditentukan sebelumnya. Melalui pembelan dan pendampingan tersebut, mitra telah menghasilkan beberapa produk kreatif yang mampu meningkatkan daya jual dan kompetisi di pasar.

Evaluasi dan monitoring adalah kegiatan yang dilakukan oleh Universitas Sumatera Utara kepada pihak Mitra untuk melihat alat yang telah diserahkan oleh tim pengabdian dan mengevaluasi bagaimana kemajuan yang diperoleh mitra setelah sosialisasi yang dilakukan oleh Tim Pengabdian USU. Hasil yang dicapai adalah kualitas dan kuantitas produk yang meningkat, pemasaran melalui online dan fokus untuk pengembangan produk kreatif.

## *Pemahaman tentang Strategi Pemasaran*

Strategi pemasaran yang tepat adalah salah satu upaya penting yang bisa dilakukan dalam pelaksanaan pengembangan produk mitra. Model pemasaran yang dilakukan pada usaha kreatif mitra berupa strategi pemasaran yang dilakukan melakukan kegiatan pelatihan, sosialisasi serta diskusi terbuka terkait dengan langkah-langkah pemasaran dalam pengembangan usaha.

Model yang ditawarkan bersumber dari beberapa teori pemasaran yang pernah dilakukan dari beberapa referensi jurnal sebelumnya. Kegiatan pemasaran dalam unsur bauran adalah aktivitas yang dilakukan oleh mitra untuk memasarkan sebuah produk dimana variabel marketing mix (bauran pemasaran) yang terdiri dari empat hal penting, yaitu produk, tempat, promosi dan harga.

### 1. *Product* (Produk)

Produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan serta dikonsumsi dengan tujuan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan maupun keinginan. [7]. Produk dapat berupa objek fisik, jasa, orang, tempat organisasi maupun gagasan. Untuk mitra sendiri produk yang ditawarkan berupa minyak kelapa dan kemiri, minuman kesehatan atau minuman herbal, sampdan juga permen jahe.

### 2. *Price* (Harga)

Harga merupakan alat bauran pemasaran yang penting karena sebagai alat tolak ukur balas jasa yang tegas dan jelas terhadap produk yang diperoleh. Harga adalah sejumlah uang atau produk yang dibutuhkan untuk memperoleh produk lain [7]. Untuk

mitra, harga yang ditawarkan dari beberapa produk kreatif yang dihasilkan tergolong masih sangat terjangkau dan murah dibandingkan dengan harga kompetitor.

### 3. Palace (Saluran Distribusi)

Distribusi sebuah produk akan intensif apabila produk tersebut ditempatkan di banyak toko untuk memenuhi kebutuhan pasar [7]. Untuk mengangkat citra produk dan memperoleh bantuan dari jaringan distribusi, perusahaan cenderung mendistribusikan produknya secara eksklusif dan selektif dibandingkan secara intensif. Hasil produksi mitra yang bervariasi, disalurkan melalui beberapa ritel dengan beberapa titik lokasi yang berbeda guna memperluas jaringan pemasaran produk kreatif mitra.

### 4. Promotion (Promosi)

Promosi merupakan suatu alat yang dipakai untuk menginformasikan, mempengaruhi dan meningkatkan kepada konsumen akan produk yang ditawarkan perusahaan [7]. Untuk mitra sendiri, saat ini produk dipromosikan secara konvensional saja. Untuk ke depannya, diharapkan mitra mampu melakukan promosi produk menggunakan media online mengingat media online menjadi pilihan dengan minat yang cukup tinggi di kalangan masyarakat.

## 4. Conclusion

Adapun kesimpulan yang diperoleh adalah SMK Al Razi Sinar Harapan Medan adalah Sekolah Menengah Kejuruan bidang farmasi yang menghasilkan produk-produk kreatif agribisnis. Beberapa produk andalan dari SMK AL -Razi adalah berbagai jenis minyak yang berasal dari biji-bijian seperti minyak kemiri maupun kelapa, produk minuman herbal dan makanan ramah cerna, pengembangan produk masih belum dilakukan karena belum adanya inovasi produk serta pemasaran masih skala kecil dan belum dilakukan secara online. Kami pelaksana pengabdian masyarakat mengucapkan terimakasih tak terhingga pada Lembaga Pengabdian pada Masyarakat Universitas Sumatera Utara yang telah memberikan dana untuk kegiatan kepada masyarakat, selanjutnya ucapan terimakasih kepada Bapak Rektor Universitas Sumatera Utara.

## Acknowledgements

Kami pelaksana pengabdian masyarakat mengucapkan terimakasih tak terhingga pada Lembaga Pengabdian pada Masyarakat Universitas Sumatera Utara yang telah memberikan dana untuk kegiatan kepada masyarakat, selanjutnya ucapan terimakasih kepada Bapak Rektor Universitas Sumatera Utara.

## References

- [1] Krisnawati, *et al.*, 2011. *Laporan Tahunan 1995/1996*. Balai Penelitian Tanaman Kelapa dan Palma Lain: Manado.
- [2] Paimin, F.R. 1994. *Kemiri, Budidaya dan Pospek Bisnis*. Penebar Swadaya: Jakarta.
- [3] Alamsyah, N. A. 2005. *Virgin Coconut Oil Minyak Penakluk Aneka Penyakit*. Agro Media Pustaka: Jakarta
- [4] Sutarmi dan Rozaline, H., 2005. *Taklukkan Penyakit dengan VCO*, Penebar Swadaya: Jakarta.
- [5] Hapsoh, Yaya Hasanah, dan Elisa Julianti. 2010. *Budidaya dan Teknologi Pascapanen Jahe*. USU Press: Medan.
- [6] Syukur, Cheppy. 2001. *Agar Jahe Berproduksi Tinggi; Cegah Layu Bakteri dan Pelihara Secara Intensif*. Penebar Swadaya: Jakarta.
- [7] Kotler P. and Kevin Lane Keller. 2015. *Marketing Management*, 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall Published.