

SOSIALISASI MARKETING DAN INOVASI PRODUK PADA UKM GULA MERAH

Sazili¹, Herwan², Selvin Marsa Hutabarat³

^{1,2}Program Studi Pendidikan Ekonomi, ³Program Studi Ilmu Administrasi Niaga

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Bengkulu ³Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Bengkulu

*Corresponding author: sazili@umb.ac.id

ABSTRAK

Desa Durian Daun merupakan desa yang suasana lingkungannya nyaman sebagai tempat tinggal dan sebagai tempat untuk beraktivitas, dilihat dari berbagai aspek baik aspek fisik maupun aspek non-fisik. Program Kuliah Kerja Nyata ini bertujuan untuk membangun kampung halaman sebagai upaya meningkatkan perekonomian dan mengedukasi masyarakat sekitar melalui teknologi marketing bisnis UKM gula merah. Program ini memiliki luaran: terbentuknya keterampilan mahasiswa Kuliah Kerja Nyata dapat mengimplementasikan gula merah sebagai bisnis marketing yang cocok. dalam rangka pengembangan ekonomi kreatif kerakyatan. Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi tahap kegiatan. Hasil pelaksanaan yang telah diperoleh meliputi setiap agenda kegiatan serta program di lapangan seperti survei lokasi KKN, diskusi dengan perangkat desa dan tokoh masyarakat, pendekatan dengan warga sekitar serta kegiatan pendukung lainnya berhasil serta sukses sesuai dengan rencana awal. Salah satu indikator keberhasilan program KKN ini adalah terdapat masyarakat di desa Durian Daun sekitar berkunjung ke titik pembuatan gula merah menggunakan air kelapa dan melihat proses pembuatannya.

Kata Kunci: Marketing Dan Inovasi Produk Pada UKM Gula Merah

ABSTRACT

Durian Daun Village is a village where the environment is comfortable as a place to live and as a place for activities, seen from various aspects, both physical and non-physical aspects. This Real Work Lecture Program aims to build a hometown as an effort to improve the economy and educate the surrounding community through marketing technology for the brown sugar SME business. This program has an output: the formation of skills of Real Work Lecture students can implement brown sugar as a suitable marketing business. in the context of developing the people's creative economy. The implementation method used includes the activity stage. The results of the implementation that have been obtained include every activity agenda and program in the field such as surveys of KKN locations, discussions with village officials and community leaders, approaches with local residents and other supporting activities that are successful and successful according to the initial plan. One indicator of the success of this KKN program is that there are people in the surrounding village of Durian Daun who visit the point of making brown sugar using coconut water and see the process of making it.

Keywords: Marketing and Product Innovation in Brown Sugar SMEs

PENDAHULUAN

Berdasarkan kemajuan zaman, pertumbuhan dan pembangunan ekonomi sangat berperan penting dalam meningkatkan pendapatan ekonomi daerah termasuk dalam mensejahterakan rakyat. Peran pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) memiliki arti yang begitu penting bagi suatu daerah terutama sebagai salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi daerah. Peran pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu cara agar produk kreatif daerah dapat dikenal dan memberikan peluang bisnis bagi pelaku usaha di daerah. Selain itu, peran pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) dipandang sangat penting guna meningkatkan pendapatan perkapita maupun meningkatkan perekonomian suatu daerah, sehingga pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) dituntut mampu untuk ikut serta dalam mengembangkan perekonomian negaranya terutama dalam melakukan pengembangan dalam pertumbuhan ekonomi di Desa Durian Daun Kecamatan Lais Kabupaten Bengkulu Utara.

Seperti kita ketahui bersama bahwa lingkungan di dunia bisnis terus mengalami pertumbuhan dan perubahan yang semakin cepat setiap tahunnya. Hal itu mendorong banyaknya bermunculan bisnis baru di berbagai kategori, baik barang maupun jasa. Para pelaku bisnis berlomba-lomba untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen, mulai dari pemilihan bahan-bahan yang berkualitas sampai dengan proses pembuatannya dengan tujuan agar dapat menciptakan sebuah produk dengan kualitas terbaik. Selain itu berbagai inovasi produk juga dilakukan agar para konsumen tidak merasa jenuh dengan produk yang sudah ada. Selanjutnya agar produk dapat terjual, maka dilakukan berbagai promosi seperti membuat iklan di majalah, radio, televisi dan media sosial. Semua itu bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk dan memperoleh keuntungan yang besar. Keuntungan yang diperoleh membuat pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) dapat mengembangkan usaha yang dimilikinya dan dapat mempertahankan kelangsungan hidup dari pelaku usaha kecil dan menengah (UKM).

Desa Durian Daun merupakan pelaku usaha kecil, dan menengah (UKM) yang bergerak di bidang makanan, produk yang sangat terkenal yaitu Gula Merah. Dalam proses pembuatannya, pelaku usaha masih menggunakan cara tradisional dan sederhana. Pada kemasan produk terlihat menggunakan kayu yang dibentuk sebagai wadah penampung gula merah yang sudah jadi. Dengan melihat situasi itu penulis tertarik untuk mengabdikan membantu masyarakat dalam pelaku usaha gula merah ini untuk dibuatkan kemasan product dan marketplace E-commerce.

Strategi marketing saat ini yang dibutuhkan masyarakat merupakan strategi marketing yang relevan serta dapat diperhitungkan melalui berbagai fasilitas infrastruktur yang canggih yaitu dengan sistem pemasaran digital. Sistem pemasaran di berbagai dunia industri sangatlah luas, dan tidak sedikit pula masih menggunakan sistem offline seperti pemasaran lewat brosur, spanduk, pamflet, stiker atau media lain. Perkembangan Teknologi Informasi yang begitu cepat, dan untuk memanfaatkan kemajuan teknologi guna menunjang keunggulan dari suatu industri harus terus dilakukan dengan kebijakan yang terfokus pada metode pemasaran secara online, salah satunya yaitu dengan menerapkan optimalisasi digital marketing. Pemasaran melalui digital marketing merupakan kebutuhan yang urgent untuk menjawab perubahan pasar.

Menurut UU No. 20 Tahun 2003 pasal 3 Tentang Sistem Pendidikan Nasional, tujuan pendidikan nasional adalah untuk mengembangkan potensi mahasiswa menjadi

manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab Hamzah (2021) .

Mahasiswa diharapkan mampu memerankan diri secara profesional dan proporsional di masyarakat ataupun di dunia marketing. Mahasiswa akan menjadi suatu kekuatan sosial yang sangat luar biasa dalam melakukan perubahan dengan menggunakan berbagai disiplin ilmu yang dimilikinya. Dalam hal ini, peran mahasiswa dapat dikatakan sebagai agent of change atau pelopor perubahan dalam meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) dengan cara berkontribusi membantu masyarakat menuju perubahan yang berdampak pada kemajuan bangsa. Dengan kata lain, mahasiswa dapat secara aktif atau secara bersama pemerintah membantu mengidentifikasi masalah masyarakat, dan turut andil dalam penyelesaiannya, khususnya dalam dunia marketing Meilia, A.T; Erlangga (2022).

Tujuan dari pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah disamping sebagai kewajiban mahasiswa dalam mengikuti mata kuliah intrakurikuler juga melibatkan mahasiswa, staf pengajar, dunia marketing dan inovasi yang dilakukan oleh mahasiswa sebagai wadah serta pembangunan daerah untuk menuju tercapainya manusia yang maju, adil dan sejahtera berdasarkan Pancasila. Sedangkan tujuan diadakannya KKN (Kuliah Kerja Nyata) adalah sebagai berikut :

1. Tujuan Akademik

- a. Mendewasakan alam pikiran mahasiswa serta memantapkan wawasan keilmuan dan kemasyarakatan sekaligus memperdalam pengetahuan mahasiswa tentang manfaat pendidikan, meningkatkan tanggung jawab mahasiswa terhadap kemajuan dan kesejahteraan masyarakat.
- b. Memperoleh gambaran yang jelas tentang tata kehidupan masyarakat secara riil, menggali potensi-potensi yang ada dalam masyarakat, meletakkan dasar-dasar pengembangan sumber daya manusia, sehingga proses transformasi keilmuan dari kampus dapat diterapkan didalam masyarakat.

2. Tujuan non Akademik

- a. Mengkoordinasikan dan meletakkan dasar-dasar tumbuhnya sumber daya manusia (SDM) masyarakat desa, sehingga pada saatnya nanti bersamaan dengan berkembangnya sektor-sektor pembangunan masyarakat, mahasiswa mempunyai persiapan yang memadai dalam meningkatkan ketrampilan hidupnya.
- b. Memantapkan kerangka landasan bagi upaya terwujudnya kesejahteraan hidup lahir batin, mendorong dan memotifasi potensi SDM yang ada di masyarakat ke arah kehidupan yang dinamis, memiliki wawasan keagamaan yang cukup, etos kerja yang tinggi dan demokratis khususnya dalam dunia pendidikan (Meilia, A.T; Erlangga 2022) .

Oleh karena itu mahasiswa pengabdian masyarakat membuat program kerja yang baikatan dengan gula merah di Desa Durian Daun selain itu dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat cara mengemplementasikan gula merah sebagai inovasi marketing dengan baik dan benar.

METODE

Pelaku UMKM Gula Merah di desa Durian Daun sedang mengalami penurunan omset, tentunya memerlukan sentuhan, Support dan dukungan dari berbagai pihak. Sehingga sebagai mahasiswa KKN harus melakukan kegiatan yang dapat membuat masyarakat menormalkan omset kembali. Memperkuat marketing melewati beberapa tahapan atau langkah-langkah yang harus dilalui yaitu diantaranya sosialisasi marketing gula merah dengan berbagai inovasi product dan market Place, mengajarkan cara pembuatan kemasan product dan akun shopee dan membuatkan akun shopee.

Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Durian Daun Kecamatan Lais kabupaten Bengkulu Utara dilaksanakan pada tanggal 17 September 2022 berlokasi di salah satu rumah warga di Desa Durian Daun. Sosialisasi marketing ini melibatkan masyarakat dan di bantu oleh perangkat desa dan sebagian dibantu oleh karang taruna Desa Durian Daun.

Ada 2 jenis peralatan yang dipakai dalam proses produksi industri gula merah yaitu peralatan ringan dan peralatan berat. Alat-alat yang diperlukan terdiri atas sebagai berikut:

1. Mesin pemisah saripati,
2. Drum penampung nira,
3. Selang plastik,
4. Tungku berlubang 10 buah,
5. Tolombong,
6. Serok besar dan
7. Sarana penunjang lainnya.

Peralatan tersebut dapat dibedakan menjadi dua yaitu peralatan ringan dan peralatan berat.

Peralatan ringan diantaranya sebagai berikut:

1. Selang plastik untuk mengalirkan air nira yang dari bak penampungan, untuk produksi.
2. Wajan besar (kawah),
3. Serokan air ampas untuk menyaring kotoran atau memisahkan antara air nira dengan kotoran yang ada di kawah,
4. Ember besi untuk mengambil gula yang sudah matang dari kawah untuk dituang dalam tumbu, tumbu untuk tempat gula merah yang sudah masak.

Peralatan berat yang sangat penting dalam mengolah air kelapa menjadi gula merah antara lain:

1. Mesin pemisah saripati untuk untuk memisahkan kotoran dan diambil sari patinya (nira),
2. Wajan besar atau kawah untuk tempat memasak sari pati kelapa agar menjadi gula merah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan survei tempat, wawancara, serta melihat proses produksi, diperoleh hasil bahwa industri kecil pangan yang berada di Desa Durian Daun memiliki kendala yang sama, seperti kualitas produk, manajemen usaha dan kurangnya marketing yang dilakukan. Untuk mengatasi kendala tersebut tim PPM-KKN (Kuliah Kerja Nyata) menyelenggarakan kegiatan sosialisasi marketing dan inovasi produk UKM pada gula merah yang terbuat dari air kelapa (marketing e-commerce).

1. Marketing dan Inovasi UKM Gula Merah

1. Strategi Marketing

Strategi pemasaran adalah upaya untuk memasarkan suatu produk, baik itu barang ataupun jasa, dengan menggunakan pola rencana dan cara khusus untuk meningkatkan jumlah penjualan. Supaya masyarakat Desa Durian Daun mengembangkan usaha dan idenya, perlu diberikan sosialisasi mengenai marketing dan inovasi. Menurut Cahyani (2015) Inovasi kewirausahaan merupakan dorongan yang kuat dalam diri seorang pengusaha untuk mulai mengaktualisasikan potensi dalam berpikir kreatif dan inovatif guna memenuhi kebutuhannya secara mandiri tanpa harus bergantung pada orang lain dan agar lebih merasa bangga serta puas atas hasil yang diperoleh melalui kerja keras. Faktor yang mendorong timbulnya inovasi dan motivasi berwirausaha diantaranya adalah Laba, kebebasan, impian personal dan kemandirian.

2. Digital Marketing

Digital marketing merupakan suatu upaya untuk melakukan tindakan dalam proses memperkenalkan suatu produk melalui distribusi digital guna menarik perhatian dari para konsumen dengan cara yang relevan. Digital marketing adalah cara marketing untuk sebuah brand atau produk menggunakan media digital. Yang termasuk media digital antara lain adalah : televisi, radio, internet, telephone genggam, social media, dan berbagai media digital lainnya, dimana teknik-teknik internet marketing termasuk dalam kategori digital marketing. (ref transformasi jurnal).

3. Strategi Pemasaran

Rekomendasi strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan saat ini dalam usaha gula merah yaitu strategi pemasaran 4p yang terdiri dari product (produk), price (harga), promotion (promosi) dan place (tempat) dimana harus memperhatikan setiap komponen yang ada untuk dapat meningkatkan volume penjualan, jika pemilik usaha memperhatikan produk yang diproduksi dengan menambah varian di kemasan yang tersedia dan kualitas gula merah yang bagus, maka konsumen tidak akan kecewa sehingga dapat menaikkan jumlah produksi dan penjualan. Selain itu perlu untuk menentukan harga dari produk yang akan dijual karena harga merupakan faktor penting yang menentukan kesuksesan penjualan, tinggi atau rendahnya harga yang diberikan akan menjadi perhatian dan pertimbangan bagi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk.

2. PEMASARAN

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan atau badan yang menyediakan barang maupun jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaannya.

1. Saluran Pemasaran



System pemasaran ini dilakukan oleh masyarakat Desa Durian Daun yaitu mulai dari pembuatan hingga marketing penjualan langsung kepada konsumen.

2. Saluran Pemasaran II



Sistem pemasaran ini dilakukan oleh masyarakat pembuat gula merah di desa durian daun yaitu menjual hasil produksi kepada konsumen langsung yang ada desa tersebut dan bisa juga secara online dengan menggunakan shoppe tokopedia, lazada dan penunjang lainnya. Kemudian dilakukan penjualan kepada konsumen yang ada di wilayah Kabupaten Bengkulu Utara dan sekitarnya tipikal saluran pemasaran ini pengenalan produk menjadi lebih luas akan tetapi memiliki kelebihan di bidang harga. Pada sistem ini harga yang ada di peroleh konsumen lebih mahal dimana pada aplikasi-aplikasi mempunyai kewajiban pajak dan mengaji pegawai. Hal tersebut tentunya membuat nilai margin menjadi lebih tinggi dibandingkan konsumen memperoleh barang dari produsen secara langsung.

3. Saran Pemasaran III



Sistem pemasaran ini dilakukan oleh respon masyarakat pembuat gula merah dari saripati air kelapa yaitu menjual hasil produksi kepada masyarakat Desa Durian Daun lalu di ecerkan ke pedangan di pasar sebelum di jual ke konsumen. saluran pemasaran jenis ini mempunyai kelebihan dimana produk yang dipasarkan menjadi luas jangkauan wilayahnya. akan tetapi menyebabkan rantai pemasaran yang Panjang membuat peningkatan harga yang lebih tinggi. kenaikan harga membuat daya beli menjadi lebih rendah.

Strategi pemasaran merupakan hal yang penting dalam suatu perusahaan atau bisnis yaitu sebagai penentu nilai ekonomi perusahaan tersebut. Perusahaan bisa menggunakan dua atau lebih program pemasaran secara bersamaan, sebab setiap jenis program seperti periklanan, promosi penjualan, personal selling, layanan pelanggan, atau pengembangan produk memiliki pengaruh yang berbeda-beda terhadap permintaan. Oleh



sebab itu, dibutuhkan mekanisme yang dapat mengkoordinasikan program-program pemasaran agar program-program itu sejalan dan terintegrasi dengan sinergistik.

SIMPULAN

1. Pada pelaksanaan KKN (Kuliah Kerja Nyata) ini yang berlokasi di Desa Durian Daun berjalan dengan baik dan lancar. Walaupun ada beberapa masalah seperti kondisi peralatan yang kurang lengkap, akan tetapi dari hal itu tidak menyurutkan semangat antara kelompok KKN (Kuliah Kerja Nyata) yang bersangkutan. Dalam hal ini semoga ke depannya antara mahasiswa KKN (Kuliah Kerja Nyata) yang bersangkutan akan lebih baik lagi.
2. Masyarakat harus lebih giat dan berusaha dalam meningkatkan kinerja belajar tentang marketing penjualan gula merah dengan mengembangkan potensi kualitas gula merah yang dibuat yang ada di Durian Daun. Dengan cara tetap melanjutkan program kerja yang telah mahasiswa buat yaitu menerapkan marketing dan inovasi yang mahasiswa berikan kepada masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Orang tua kami, yang telah menjadi ujung tombak dari seluruh kegiatan yang kami lakukan. Memberi, mendukung, dan pastinya meridhoi perjalanan kami hingga sampai pada tahap sekarang.
2. Bapak Dr. Susiyanto, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Bengkulu.
3. LPPM selaku penyelenggara KKN (kuliah kerja nyata).
4. Ibu Ade Irma Suryani, M.Pd, selaku Dosen Pembimbing Lapangan KKN (Kuliah Kerja Nyata) kelompok 069 yang telah mengarahkan kami dari awal kegiatan sampai akhir kegiatan.
5. Bapak Lilis Susianto, selaku Kepala Desa Durian Daun yang senantiasa memantau dan membimbing kami dalam proses kegiatan sehingga kegiatan kami dapat terbantu dan terarahkan.
6. Bapak/i perangkat Desa Durian Daun yang telah banyak membantu dan mensupport KKN (Kuliah Kerja Nyata) yang kami lakukan sampai selesai.
7. Kami juga ingin menyampaikan penghargaan kepada masyarakat, karang tarunan yang membantu kami secara langsung dan tidak langsung yang terlibat dalam teknis pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata ini yang berjudul Membangun Kampung Halaman.

DAFTAR RUJUKAN

- Husaeni, U. A. (2017). Potensi Ekonomi Desa Menuju Desa Mandiri (Studi di Desa Sukamanah Kecamatan Karangtengah Kabupaten Cianjur). *Journal of Empowerment*, 1(1), 1-11.
- Sutisna, S., & Djuwendah, E. (2019). Peningkatan Kemampuan Manajerial Usaha Mikro Kecil di Desa Sukadana Kecamatan Cimagung Kabupaten Sumedang. *Dharmakarya*, 8(4), 220-224.

- Sembiring, S. (2009). Penyuluhan Kewirausahaan Kepada Generasi Muda Dan Pengusaha dalam Rangka Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Kecamatan Kiaracondong Kota Bandung. *abmas*, 81.
- Hadiyati 2011. Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap kewirausahaan Usaha kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, VOL.13, NO. 1, p. 8-16. ISSN 14570243
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandal Bandung. *Wawasan Manajemen*, 17-19.