

Pendamping Penerapan Manajemen Pemasaran Dalam Meningkatkan Pendapatan Produk Home Industri Desa Tanjung Raman Prabumulih Selatan

Assistance In The Application Of Marketing Management In Increasing The Income Of Home Industry Products In Tanjung Raman Village, South Prabumulih

Hamid Halin^a, Mufida Amaliah^b

Universitas Indo Global Mandiri Palembang^a

Akademik Kebidanan Rangka Husada^b

hamidhalin@uigm.ac.id, mufidamaliah@gmail.com

Disubmit : 24 Juli 2023, Diterima : 8 Agustus 2023, Dipublikasi : 14 Agustus 2023

Abstract

Home Industry is a form of home industry business that is owned by the community individually. Its existence is very instrumental in empowering the community to have independence in the economic field. The home industries that are used as partners in this community service activity are mothers who are members of farmers in Tanjung Raman Village, namely sweet cider bread businesses that have variants such as chocolate, srikaya, cheese which are sold by leaving them in stalls. Obstacles in maintaining the existence of his business because of the difficulty of marketing. To solve this problem, the service team offers assistance services regarding the implementation of marketing management. The method used is Participatory Rural Appraisal (PRS) which allows partners to actively participate in activities from problem identification to the end of the activity. The material presented in the mentoring activities is microeconomics and entrepreneurship theory, the nature of marketing, prerequisites for choosing a marketing strategy, SWOT analysis, and designing online marketing. The results of the mentoring show that quantitatively the theoretical absorption reaches 85%, qualitatively partners gain additional knowledge, understanding and insight as well as basic skills about online marketing, both through WhatsApp and through website creation. In conclusion, mentoring the implementation of marketing management can increase partners' knowledge, understanding, and insight in online marketing.

Keywords: Companion, Marketing Management, Home Industry

Abstrak

Home Industri merupakan bentuk usaha industri rumah yang dimiliki masyarakat secara perseorangan. Keberadaannya sangat berperan dalam memberdayakan masyarakat agar memiliki kemandirian dalam bidang ekonomi. Home industri yang dijadikan mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah ibu-ibu yang tergabung dari petani di Desa Tanjung Raman yaitu usaha roti sari manis yang memiliki varian seperti coklat, srikaya, keju yang dijual dgn cara menitipkan kewarung-warung. Hambatan dalam mempertahankan eksistensi usahanya karena sulitnya pemasaran. Untuk memecahkan masalah tersebut, tim pengabdian menawarkan jasa pendampingan tentang penerapan manajemen pemasaran. Metode yang digunakan Participatory Rural Appraisal (PRS) yang memungkinkan mitra berpartisipasi aktif dalam kegiatan sejak identifikasi masalah sampai akhir kegiatan. Materi yang disajikan pada kegiatan pendampingan adalah teori ekonomi mikro dan kewirausahaan, hakikat pemasaran, prasarat memilih strategi pemasaran, analisis SWOT, dan merancang pemasaran online. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa secara kuantitatif daya serap teoretis mencapai 85%, secara kualitatif mitra memperoleh tambahan pengetahuan, pemahaman, dan wawasan serta keterampilan dasar tentang pemasaran online, baik melalui WhatsApp maupun melalui pembuatan website. Kesimpulan, pendampingan penerapan manajemen pemasaran dapat meningkatkan pengetahuan, pemahaman, dan wawasan mitra dalam pemasaran online.

Kata Kunci: Pendampingan, Manajemen Pemasaran, Home Industri

1. Pendahuluan

Desa Tanjung Raman merupakan salah satu kelurahan yang berada di kecamatan Prabumulih Selatan, Kota Prabumulih, Sumatra Selatan, Indonesia. Kelurahan ini dibagi menjadi 4 Rukun Warga (RW) dengan 11 Rukun Tetangga (RT). Dengan perkembangan ekonomi di era global sangat dinamis dan penuh dengan ketidakpastian. Selain itu banyak faktor yang mempengaruhinya, antara lain kebijakan pemerintah, sosial, budaya dan dan teknologi. Semakin canggihnya teknologi, terutama bidang informasi dan komunikasi mendorong arus globalisasi yang semakin deras dan besar pengaruhnya terhadap perekonomian masyarakat., keberadaan masyarakat level bawah dihadapkan kepada kesulitan ekonomi yang berkepanjangan. Maka, kisah tentang kemiskinan pun tak pernah ada habisnya serta selalu menarik untuk dikaji dan diteliti (Suharto 2015; Fauzi et al., 2020). Saat ini, berbagai bahan pokok disediakan dengan lengkap oleh pabrik besar, bahkan bumbu masak yang sebenarnya bisa diproduksi sendiri dengan menggunakan bahan baku lokal juga disediakan pabrik dengan harga terjangkau (Vahlia & Lelawati 2019). Masyarakat bawah tidak akan mampu bersaing dengan perusahaan besar yang didukung pemerintah. Untuk bertahan hidup harus memberdayakan diri dengan menciptakan produk yang dihasilkan dari rumah. home industri merupakan salah satu upaya masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Secara teoretis, home industri adalah sebuah usaha kecil yang jenis kegiatan ekonominya dipusatkan di rumah. Tidak semua orang mampu melakukannya, karena hanya orang yang kreatif, inovatif, dan mampu mewujudkannya untuk meningkatkan kesejahteraan hidup, kesejahteraan masyarakat dan kesejahteraan lingkungannya (Sudrajat, 2012; Diana & Laila, 2021).

Pendampingan yang dimaksud adalah proses pemberian kemudahan yang diberikan tim pengabdian kepada masyarakat kepada mitra sasaran dalam mengidentifikasi kebutuhan dan memecahkan masalah dan mendorong mitra agar memiliki inisiatif dalam pengambilan keputusan yang dapat mewujudkan kemandirian. (Dirbansos, 2007; Yulia et al., 2019). Dilihat dari fungsinya, pendampingan ini sebagai strategi yang dapat menentukan keberhasilan program pemberdayaan masyarakat, sesuai dengan prinsip utamanya yaitu membantu mitra sasaran yang sedang membutuhkan ide, saran, pencerahan dan keterampilan. Dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, nara sumber dari tim pengabdian hanya berwenang sebagai pendamping bukan ikut memecahkan masalah secara teknis, karena pada hakikatnya pendampingan ini bertujuan agar mitra sasaran memiliki kemandirian yang kelak akan berguna dalam menjaga eksistensi kegiatan usaha jangka panjang sehingga bisa meningkatkan pendapatan dari hasil usaha rumah yaitu roti harum manis.

2. Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah Participatory Rural Appraisal, merupakan metode dan pendekatan yang memungkinkan anggota masyarakat, dalam hal ini anggota kelompok wanita dari pada petani Desa Tanjung Raman Prabumulih Selatan secara bersama-sama mengidentifikasi alternatif-alternatif pema-saran yang mungkin dapat dijalankan, lalu dianalisis kelebihan dan kekurangannya sesuai dengan karakter usaha home industri di bidang olahan makanan berupa roti harum manis yang isi varian seperti coklat, keju , srikaya dll untuk dijadikan bahan pertimbangan dalam memutuskan jalur pemasaran mana yang akan dipilih guna mempertahankan usaha.

Tahapan kegiatan dalam rangka melakukan pendampingan penerapan manajemen pemasaran produk home industri, dirancang sebagai berikut:

1. Observasi lapangan dengan cara mengunjungi kelompok wanita -wanita petani Desa Tanjung Raman untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi para pegiat home industri.
2. Wawancara, diperoleh informasi bahwa kelompok wanita -wanita petani yang bergabung dalam kegiatan home industri memiliki visi-misi menjadi kelompok usaha yang dapat mendukung perekonomian rakyat secara mandiri dan berkelanjutan. Namun, terkendala pengetahuan, wawasan, dan keterampilan dalam merancang dan mengelola pemasaran yang dapat diandalkan sesuai dengan perubahan sosial dan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kondisi inilah yang dikembangkan menjadi bahan kajian untuk dirumuskan menjadi materi pendampingan dalam program kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.
3. Melakukan telaah pustaka untuk dijadikan acuan materi yang digunakan selama kegiatan pengabdian berlangsung. Kemudian memilih materi pendampingan yang benar-benar sesuai dengan harapan anggota kelompok wanita-wanita petani di Desa Tanjung Raman.
4. Melakukan diskusi awal untuk menyerap informasi yang lebih akurat tentang pengetahuan, wawasan, keterampilan dan sarana yang sudah dimiliki untuk dikembangkan dalam pelaksanaan pendampingan.
5. Hasil diskusi awal diperoleh data bahwa dari anggota kelompok sebanyak tiga orang anggota yang sudah pernah melakukan transaksi jual-beli online untuk barang kebutuhan pribadi. Tetapi mengaku belum pernah berposisi sebagai penjual. Secara umum anggota kelompok sudah mengetahui keberadaan sistem pemasaran online, tetapi belum memahami cara menggunakannya

Pelaksanaan kegiatan pendampingan dilakukan melalui dua tahap, yaitu :

- 1) Pemaparan materi secara teoretis tentang cara-cara merancang pemasaran berbasis manajemen
- 2) Simulasi cara memilih alternatif pemasaran yang mungkin dapat dilakukan. Salah satunya adalah pendampingan simulasi pemasaran online, melalui:

Promosi dan cara penjualan via WhatsApp, membuat website pada WordPress dalam tujuh langkah, yaitu:

1. Pengaturan visibilitas di situs
2. Menggunakan struktur URL yang friendly di WordPress
3. menentukan pilihan apakah menggunakan www atau non-www di URL
4. Menginstal Aplikasi market place
5. Menambahkan situs ke Google Ads.

Materi atau bahan yang akan dibahas dengan anggota kelompok wanita-wanita petani di Desa Tanjung Raman adalah sebagai berikut:

- 1) pengantar ekonomi mikro, meliputi keterkaitan antara pasokan bahan baku, proses produksi, pengepakan (kemasan), penelitian pasar, penentuan harga, promosi, penjualan, pengelolaan keuangan.
- 2) teori kewirausahaan, meliputi pengertian, sifat ciri, ide dan inisiatif, motivasi, kreativitas dan inovasi.

Manajemen pemasaran mengacu pada Philip Kotler (2012), tentang :

1. bagaimana memuaskan kebutuhan pelanggan, dengan memahami konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran, dan konsep pemasaran berwawasan sosial beserta keterkaitannya

2. Langkahlangkah manajemen pemasaran, meliputi analisis internal dan eksternal melalui metode SWOT
3. Menentukan isu strategis, menetapkan jalur pemasaran yang akan dipilih
4. Perencanaan (planning) pemasaran, pengorganisasian (organizing) pemasaran, penggerakan (actuating) pemasaran, dan pengendalian (controlling) pemasaran

3. Hasil Dan Pembahasan

Hasil pendampingan penerapan manajemen pemasaran produk home industri pada kelompok wanita-wanita petani Desa Tanjung Raman, secara kuantitatif dari hasil evaluasi terhadap semua peserta pendampingan sebanyak 25 orang, diperoleh data tentang daya serap sebagaimana tertera pada tabel 3.1 di bawah ini.

Tabel 1. Hasil Pemahaman dan Pratek Dari Hasil Materi

No	Penilaian	Skor
1	Pengantar Ekonomi	80 %
2	Kewirausahaan	85%
3	Hakikat Pemasaran	85%
4	Tahapan Manajemen Pemasaran	75%
	Rata-rata	81.25%

Sumber. Hasil PKM 2023

Secara kualitatif, setelah peserta mengikuti proses pendampingan baik melalui penyajian materi secara teoretis maupun simulasi penerapan manajemen pemasaran sistem online, sebagian besar peserta memahami dan terlihat bersemangat karena mendapat tambahan pengetahuan dan wawasan tentang dunia pemasaran di masa kini.



Gambar 1. Kelompok Wanita Membuat Roti Harum Manis



Gambar 2. Proses Pembuatan Roti Harum Manis

4. Simpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilaksanakan melalui pendampingan penerapan manajemen pemasaran produk home industri bagi kelompok wanita-wanita petani Desa Tanjung Raman, dilihat dari segi proses pelaksanaan berjalan dengan baik tanpa kendala berkat dukungan semua pihak. Dari segi hasil, pelaksanaan PKM dapat memecahkan masalah yang dihadapi mitra dalam hal pemasaran. Di samping mendapat tambahan pengetahuan, wawasan, keterampilan, dan keberanian menggunakan teknologi komunikasi dan informasi, juga terbentuk semangat baru untuk terus maju walaupun harus berjuang menjalankan usaha.

Dari segi materi pendampingan, untuk menjangkau tujuan jangka panjang mitra memperoleh pengetahuan tentang bagaimana cara menerapkan manajemen pemasaran. Dalam jangka pendek, mitra merasa memperoleh pencerahan dengan adanya sistem pemasaran online sebagai alternatif pemasaran yang cocok dengan kondisi dan kemajuan teknologi saat ini. Walaupun pemahaman tentang website dalam market place belum maksimal, tetapi pemasaran via WhatsApp dapat diterapkan dalam waktu singkat karena relatif mudah dan murah, hanya saja jangkauannya terbatas. Sedangkan dengan menggunakan website WordPress memiliki expectasi tinggi apalagi informasi yang disampaikan.

5. Ucapan Terimakasih

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilaksanakan melalui pendampingan penerapan manajemen pemasaran produk home industri bagi kelompok wanita-wanita petani Desa Tanjung Raman, dilihat dari segi proses pelaksanaan berjalan dengan baik tanpa kendala berkat dukungan semua pihak. Dari segi hasil, pelaksanaan PKM dapat memecahkan masalah yang dihadapi mitra dalam hal pemasaran. Di samping mendapat tambahan pengetahuan, wawasan, keterampilan, dan keberanian menggunakan teknologi komunikasi dan informasi, juga terbentuk semangat baru untuk terus maju walaupun harus berjuang menjalankan usaha.

Dari segi materi pendampingan, untuk menjangkau tujuan jangka panjang mitra memperoleh pengetahuan tentang bagaimana cara menerapkan manajemen pemasaran. Dalam jangka pendek, mitra merasa memperoleh pencerahan dengan adanya sistem pemasaran online sebagai alternatif pemasaran yang cocok dengan kondisi dan kemajuan teknologi saat ini. Walaupun pemahaman tentang website dalam market place belum maksimal, tetapi pemasaran via WhatsApp dapat diterapkan dalam waktu singkat karena relatif mudah dan murah, hanya saja jangkauannya terbatas. Sedangkan dengan menggunakan website WordPress memiliki expectasi tinggi apalagi informasi yang disampaikan

6. Daftar Pustaka

- Adi, Rukmiyanto Isbandi. (2019). *Intervensi Komunitas dan Pembangunan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Direktorat Bantuan Sosial. (2017). *Pedoman Pendamping Pada Rumah Perlindungan dan Trauma Center*, Jakarta: Departemen Sosial.
- Diana, D., & Laila, N. (2021, February). Strategi Pengembangan Usaha Home Industri Makanan Sebagai Peluang Pendapatan di masa Pandemi Covid 19. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ* (Vol. 1, No. 1).

- Fauzi, F., Irviani, R., & Mukodimah, S. (2020). Pendampingan Pemasaran Produk Hasil Home Industry Berbasis Media Sosial Dalam Upaya Memberdayakan Ibu Rumah Tangga Di Kabupaten Pringsewu. *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat*, 1(2), 55-68.
- Rachmiyati, ETTY DKK. (2011). *Pedoman Umum Penanggulangan Kemiskinan Perkotaan*, Jakarta : Kemensos dan Penanggulangan Kemiskinan.
- Sudrajat. (2015). *Kiat Mengentaskan Pengangguran dan Kemiskinan Melalui Wirausaha*, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Suharto, Edi. (2015). *Membangun Masyarakat Pemberdayaan Rakyat, Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerja Sosial*, Bandung: PT Refika Aditama.
- Sukirno, Sadono. (2012), *Teori Mikro Ekonomi. Cetakan Keempat Belas*, Jakarta: Rajawali Press
- Vahlia, I., & Lelawati, N. (2019). Pelatihan e-commerce dan manajemen keuangan sebagai langkah meningkatkan pendapatan pada keripik pisang arjuna. *Jurnal Hilirisasi IPTEKS*, 2(4. b), 509-518.
- Yulia, Y., Putri, A. K., & Purwasih, R. (2019). Pelatihan Pendampingan Usaha Produksi Ukm “Raja Abon Makmur Lestari” Berbasis Marketing Strategy. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Bangka Belitung*, 6(2), 6-11.