

STRATEGI PEMASARAN MENANGKAT PRODUK LOKAL PENGRAJIN KERUPUK TAHU DAN ROTI DI DESA MERANTI

Susi Masniari Nasution¹, Hadiani Fitri², Eva Margaretha Saragih³, Tuti Herawati⁴

Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Asahan

susienasution1980@gmail.com, Hadiani.fitri10@gmail.com, agethaevasaragih@gmail.com

ABSTRAK

Pandemi COVID-19 melahirkan dampak sosial ekonomi yang sangat massif secara global. Pemerintah merespon fenomena ini dengan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang menyebabkan turunya daya beli masyarakat dan menyebabkan penurunan pendapatan sektor riil. Tujuan: Maksud dari pengabdian ini yaitu untuk menganalisis dan mendeskripsikan “Strategi Pemasaran Mengangkat Produk Lokal Pengrajin Kerupuk Tahu dan Roti di Desa Meranti”. Metode: Metode penelitian kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penulis menganalisis data menggunakan teknik reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil/Temuan: Dalam pengabdian ini, penulis menemukan kendala yang dihadapi oleh para pengusaha industri kecil kerupuk tahu dan roti menghadapi tantangan yang cukup berat baik dalam menghasilkan produk maupun dalam memasarkannya. Disamping itu, selain keadaan peralatan produksi yang sangat terbatas dan kurangnya kemampuan dibidang pengetahuan teknologi ditambah lagi dengan masa pandemik yang tak kunjung berakhir, hal inilah yang membuat usaha kecil tersebut menjadi terhambat. Mengingat kemampuan pengetahuan yang dimiliki oleh pengusaha sangat terbatas karena tidak mampu dalam menggunakan aplikasi online dalam memasarkan produk menyebabkan pemasaran hanya sebatas di lingkungan setempat saja. Selain itu penghasilan yang diperoleh tidak sebanding dengan biaya operasional yang telah dikeluarkan oleh pengusaha sehingga dengan terpaksa pengusaha harus mengurangi tenaga kerja. Oleh karena itu, dalam pengabdian ini penulis memberikan pelatihan dalam pembelajaran aplikasi online dan bagaimana produk usaha kecil tradisional mampu sampai ke pasar modern khususnya kepada para pengusaha industri kecil. Dengan demikian tingkat kesejahteraan para pengusaha home industri menjadi lebih meningkat dan mampu bersaing di pasar.

Kata Kunci: Aplikasi Online, Home Industri, Pasar Tradisional, Pasar Modern, Strategi

1. PENDAHULUAN

1.1 Analisis Situasi

Meranti adalah sebuah kecamatan yang berada di Kabupaten Asahan, provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Kecamatan Meranti berbatasan langsung dengan Kabupaten Asahan. Pada tahun 2021, jumlah penduduk kecamatan ini sebanyak 23.858 jiwa. Penduduk kecamatan Meranti termasuk majemuk yang terdiri dari beragam suku bangsa, agama, ras dan adat istiadat (SARA), dengan mayoritas suku Jawa dan Batak. Suku Batak di Asahan sebagian besar adalah Batak Angkola, Mandailing, kemudian Toba, Simalungun, sebagian Karo dan Pakpak. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kabupaten Asahan tahun 2010, banyaknya penduduk Kecamatan Meranti berdasarkan suku bangsa yakni suku Jawa sebanyak 18.496 jiwa (77,19%), kemudian Batak sebanyak 4.254 jiwa (17,75%), Melayu sebanyak 927 jiwa (3,87%). Selebihnya 1,19% atau 285 jiwa berasal dari suku bangsa lainnya termasuk suku Banjar, Minang, Aceh, Tionghoa, Nias, Sunda. Kabupaten Asahan tercatat memiliki penduduk berjumlah 706.283 jiwa pada sensus 2015. Secara administratif, Kabupaten Asahan memiliki 25 Kecamatan, 27 Kelurahan serta 177 Desa yang di dalamnya memiliki 1.538 Dusun (Badan Pusat Statistik, 2018). Desa Meranti merupakan salah satu desa yang ada di Kecamatan Meranti Kabupaten Asahan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia.

Pada Kabupaten Asahan ini terdapat desa yang menjadi lokasi pengabdian penulis yaitu Desa Meranti Kecamatan Meranti. Desa ini menjadi target peneliti karena di Desa ini terlihat sebagian besar mata pencaharian adalah bertani, tukang kayu, dan sebagian lagi adalah bekerja sebagai karyawan di sebuah home industry terutama bagi ibu-ibu rumah tangga dalam memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. Disamping itu selama masa pandemi sangat mempengaruhi sekali dengan kondisi financial ekonomi keluarga, oleh karena itu peneliti merasa terpanggil untuk melakukan pengabdian yang merupakan salah satu pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi Universitas Asahan melalui perwujudan membuat pelatihan-pelatihan di bidang Kewirausahaan.

Tujuan dari pelatihan ini diharapkan industri kecil di Indonesia diharapkan mampu menjadi pencipta pasar di dalam maupun di luar negara. Untuk menghadapi persaingan global maka industri kecil harus meningkatkan keunggulan kompetitifnya, yaitu antaranya dalam hal efisiensi dan produktifitas, penguasaan teknologi, kepengusahaan yang tinggi yang semuanya itu bertumpu pada kualitas sumber daya manusia (Tambunan, 2003; Porter dan Rudden, 1982; Porter, 1985,1986; Grossman dan Helpman, 1993). Pengembangan industri kecil perlu dipacu lebih cepat antaranya melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia. Sedangkan berbagai masalah yang dihadapi industri kecil nampak terdapat banyak masalah yang berakar pada sumber daya manusia. Clarke (1998) menyebutkan kemampuan dan skill sumber daya manusia di industri kecil dan menengah akan menentukan peningkatan prestasi. Sedangkan upaya untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia adalah melalui pelatihan. Smith (1999) dalam kajiannya menemukan bahwa pelatihan memiliki arti penting dalam pengembangan ekonomi. Memberikan pelatihan langsung kepada industri kecil dianggap merupakan satu-satunya cara yang paling efektif.

Diketahui berdasarkan informasi yang di dapat dari penduduk desa Meranti, sebagai alasan mengapa perempuan di desa tersebut bekerja paruh waktu adalah untuk menambah penghasilan keluarga agar dapat memenuhi kebutuhan rumah tangga. Mereka sangat senang dengan lapangan pekerjaan di rumah-rumah karena tidak harus meninggalkan keluarga dalam waktu yang cukup lama. Penghasilan yang mereka dapatkan tidak begitu besar namun jumlahnya cukup untuk menambah penghasilan keluarga. Ternyata dampak pandemi ini sangat mempengaruhi kehidupan ekonomi mereka. Pengurangan tenaga kerja pernah terjadi sebagai akibat pengusaha tidak mampu menggaji karyawan karena permintaan pasar menjadi berkurang. Kemudian pengusaha pabrik tersebut juga tidak sanggup mengeluarkan biaya operasional yang cukup besar namun barang yang diproduksi sampai ke pasar tidak ada pembelinya. Ini adalah pengkuan yang disampaikan oleh kedua pengusaha tersebut saat penulis berkunjung ke pabrik tersebut.

Home industri, industri rumahan atau industri rumah tangga adalah suatu unit usaha yang tidak berbentuk badan hukum dan dilaksanakan oleh seseorang atau beberapa orang anggota rumah tangga yang mempunyai tenaga kerja sebanyak empat orang atau kurang, dengan kegiatan mengubah bahan dasar menjadi barang jadi atau setengah jadi atau dari yang kurang nilainya menjadi yang lebih tinggi nilainya dengan tujuan untuk dijual atau ditukar dengan barang lain dan ada satu orang anggota keluarga yang menanggung resiko (Suratijah, 1991). Home industri adalah perusahaan dalam skala kecil, biasanya perusahaan ini hanya menggunakan satu atau dua rumah sebagai pusat produksi, administrasi dan pemasaran sekaligus secara bersamaan. Bila dilihat dari modal usaha dan jumlah tenaga kerja yang diserap tentu lebih sedikit daripada perusahaan-perusahaan besar pada umumnya (Muliawan, 2008). Home industri pada umumnya adalah unit-unit usaha yang sifatnya lebih tradisional, dalam arti menerapkan sistem organisasi dan manajemen yang baik seperti lazimnya dalam perusahaan modern, namun tidak ada pembagian kerja dan sistem pembukuan yang jelas (Tambunan, 2002). Menurut Undang-Undang No.9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, home industri atau industri kecil adalah industri yang memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 200 juta, tidak

termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Hasil penjualan tahunan kurang lebih Rp 4 Milyar dalam 1 tahun. Merupakan usaha sendiri, bukan anak perusahaan dari bentuk usaha perseorangan.

1. Memperkokoh perekonomian nasional melalui berbagai keterkaitan usaha, seperti fungsi pemasok, produksi, penyalur, dan pemasaran bagi hasil produk-produk industri besar. Usaha kecil berfungsi sebagai transformator antar sektor yang mempunyai kaitan ke depan maupun ke belakang.
2. Meningkatkan efisiensi ekonomi, khususnya dalam menyerap sumber daya yang ada. Usaha kecil sangat fleksibel karena dapat menyerap tenaga kerja dan sumber daya lokal serta meningkatkan sumber daya manusia agar dapat menjadi wirausaha yang tangguh.
3. Sebagai sarana pendistribusian pendapatan nasional, alat pemerataan berusaha dan pendapatan, karena jumlahnya tersebar di perkotaan maupun pedesaan

Fungsi Home Industri

Home industri mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, dapat berperan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat serta pendapatan keluarga mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut Suryana (2006), fungsi home industri adalah sebagai berikut:

Manfaat Home Industri

Home industri sangat bermanfaat bagi masyarakat, khususnya golongan ekonomi lemah karena sebagian besar pelaku industri kecil adalah penduduk golongan tersebut. Adapun beberapa manfaat adanya home industri adalah:

1. Memberikan lapangan kerja pada penduduk yang umumnya tidak bekerja secara utuh.
2. Memberikan tambahan pendapatan tidak saja bagi pekerja atau kepentingan keluarga, tetapi juga anggota anggota keluarga lain.
3. Mampu memproduksi barang-barang keperluan penduduk setempat dan daerah sekitarnya secara lebih efisien dan lebih murah dibanding industri besar.

Terkait dengan strategi pemasaran mengangkat produk lokal berupa home industri, dalam hal ini peneliti mencoba untuk melakukan pelatihan dalam pembelajaran bagaimana memasarkan produk dengan cara penjualan online dan bagaimana produk sampai ke pasar modern khususnya di desa Meranti, tepatnya di Kecamatan Meranti Kabupaten Asahan yang tujuannya adalah upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat di desa tersebut. Pelatihan tersebut diwujudkan dalam pengabdian masyarakat yaitu dengan memberikan langkah-langkah strategi pemasaran kepada peserta masyarakat desa setempat dengan memberikan materi-materi pembelajaran yang bermanfaat bagi perkembangan dunia usaha khususnya bidang usaha home industry.

Berdasarkan permasalahan di atas menjadi tolak ukur pelaksana untuk melaksanakan kegiatan pengabdian yang bertema Strategi Pemasaran Mengangkat Produk Lokal Pengrajin Kerupuk Tahu dan Roti di Desa Meranti. Dengan pelatihan ini kiranya dapat memberikan kemajuan pada kedua pengusaha kecil tersebut dan mendapatkan keuntungan jauh lebih baik dari sebelumnya. Hal ini penting untuk meningkatkan nilai jual produk yang dihasilkan pengusaha kecil dalam mengembangkan dunia usahanya ke masyarakat luas. Secara otomatis taraf kehidupan kesejahteraan masyarakat Desa Meranti menjadi lebih baik.

2. SOLUSI PERMASALAHAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Meranti Kecamatan Meranti kabupaten Asahan yaitu Strategi Pemasaran Mengangkat Produk Lokal Pengrajin Kerupuk Tahu dan Roti di Desa Meranti diantaranya:

I. Pemasaran Lokal, Produk Lokal & Global, Strategi Pemasaran

1. Pemasaran Lokal adalah strategi pemasaran yang menargetkan calon-calon Pelanggan di lokasi-lokasi spesifik tertentu dengan tujuan meningkatkan kesadaran warga sekitar mengenai adanya sebuah bisnis dalam daerah mereka. Pendeknya, pemasaran lokal merupakan pemasaran yang ditujukan pada pasar lokal.
2. Produk Lokal diartikan sebagai jenis produk yang pasar potensialnya hanya pada suatu wilayah atau negara dan disebut sebagai produk domestik.
3. Produk Global, adalah jenis produk yang dipersiapkan untuk memenuhi kebutuhan global.
4. Strategi Pemasaran adalah cara pengaturan pemasaran untuk mencapai keuntungan yang terus meningkat dalam penjualan. Strategi pemasaran adalah program yang menyeluruh dari sebuah usaha, atau perusahaan dalam menentukan target pemasaran untuk memuaskan konsumen.

Caranya:

- 1) Melengkapi produk dengan kemasan yang menarik (untuk meningkatkan nilai jual).
- 2) Mengembangkan jaringan pemasaran produk ke pasar modern.
- 3) Mempromosikan produk melalui event
- 4) Pameran (exhibition).
- 5) Membuka gerai pemasaran produk UKM.

II. Cara Meningkatkan Komsumsi Pangan Lokal

1. Manfaatkan teknologi

Pandemi membuat orang enggan ke pasar-pasar tradisional untuk memperoleh bahan pangan. Padahal, pasar tradisional jadi tempat penjualan bahan pangan lokal yang diperoleh dari pemasok maupun petani. Namun, kondisi pandemi membuat aktivitas belanja di pasar jadi cukup mengkhawatirkan. Siapa bilang tinggal di kota lalu tidak bisa bercocok tanam? Di lahan yang terbatas, Anda bisa melakukan pertanian urban (urban farming). Jenisnya pun beragam seperti vertikultur, hidroponik, kebun komunitas bersama warga satu RT atau RW, atau skala besar dengan rumah kaca (green house).

2. Pertanian urban

Siapa bilang tinggal di kota lalu tidak bisa bercocok tanam? Di lahan yang terbatas, Anda bisa melakukan pertanian urban (urban farming). Jenisnya pun beragam seperti vertikultur, hidroponik, kebun komunitas bersama warga satu RT atau RW, atau skala besar dengan rumah kaca (green house).

3. Sistem kurir pasar

Pandemi membuat pasar tradisional jadi kurang diminati. Namun, pasar-pasar ini kadang membuat pasar-pasar kecil atau turunan dari pasar tradisional yang besar. "Saya menemukan sayur keliling jadi tukang sayur sudah mendapatkan pembagian nomor rumah. Jadi tiap rumah tangga bisa menitipkan kebutuhannya misal, mau masak sop, ya, tinggal titip sama kurir pasarnya," katanya.

4. Menambah ragam olahan

Sumber karbohidrat tidak melulu berasal dari beras. Baiknya Anda mencoba bahan pangan lain untuk menambah ragam olahan. Beras bisa diganti dengan ubi-ubian, jagung, sagu, bahkan sorgum. Sorgum kini mulai dilupakan, padahal punya potensi baik dari segi nutrisi maupun ekonomi.

III. Bagaimana cara memasarkan produk kerajinan untuk pasar lokal?

1. Menentukan target market
2. Membuat produk kerajinan yang unik.
3. Melakukan promosi sesuai target market.
4. Manfaat pemasaran Online.
5. Mengikuti Event dan Bazaar.

Dengan diadakannya pengabdian di Desa Meranti mampu meningkatkan kualitas perekonomian melalui sumberdaya manusia dengan penghasilan harian maupun bulanan yang mampu menambah perekonomian keluarga, bekerja membantu suami dan bekerja paruh waktu dalam setiap harinya. Pelatihan ini juga sangat dirasakan manfaat besarnya oleh para pengusaha industri kecil disamping membantu menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat desa Meranti khususnya para ibu-ibu rumah tangga yang tidak memiliki keahlian dalam lapangan pekerjaan, hal ini sangat membantu bagi para ibu rumah tangga. Dengan menggunakan alat yang masih sederhana dan tidak membutuhkan tenaga ekstra untuk mengerjakannya. Pekerjaan ini tidak begitu berat dirasakan oleh mereka namun dapat memberikan penghidupan bagi keluarga.

3. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Pertama tim pengusul melakukan survey ke lokasi mitra dan melihat kondisi dan permasalahan yang dihadapi mitra.
2. Berkoordinir dan berdiskusi kepada pihak sekolah maupun masyarakat tentang permasalahan apa yang selama ini dihadapi.
3. Tahap pengkajian
 - a. Tahap ini sangat penting yang mencakup identifikasi masalah yang terjadi dengan mitra. Kegiatan *assessment* meliputi pengumpulan data analisis informasi, serta memadukan berbagai fakta yang ada sehingga memberikan suatu pemahaman, dalam tahap ini mitra aktif dalam mengemukakan permasalahan dan kendala yang dihadapi.
4. Tahap pengevaluasian terhadap program/ pengabdian yang dijalankan.

Program ini mendapat respon yang baik dari pihak kepala Desa Meranti, Perangkat desa, sekolah, kelompok guru, orang tua, dan masyarakat. Kepala desa, guru dan orang tua dan masyarakat juga harus bekerjasama dalam berperan sebagai pelaku aktif dalam perancangan, pelaksanaan dan evaluasi bagaimana tentang keadaan perekonomian, pendidikan, kesejahteraan suatu desa, agar dapat diambil langkah-langkah sebagai solusi upaya peningkatan kesejahteraan khususnya masyarakat Desa Meranti yang saat ini dikatakan sebagai desa yang cukup maju, masyarakatnya yang ramah, santun, dan beribawa. Penulis berharap dengan memberikan pelatihan pada pengabdian masyarakat kiranya dapat memberikan nilai manfaat besar khususnya masyarakat Meranti.

JADWAL

No.	Nama Kegiatan	Bln Okt '22											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Perencanaan												
2	Pengumpulan Data												
3	Analisis Data												
4	Verifikasi Data												
5	Penyusunan Laporan												
6	Pengiriman Laporan												
7	Publikasi Hasil Penelitian												

DAFTAR PUSTAKA

- Anandita ZP, Ningrum P, Lulu AN, dan Deden P. 2021. 'Modernisasi Strategi UMKM Resistensi Usaha di Masa Pandemi Covid-19'. Al Khidmat Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/al-khidmat/index>
- Sarwoko.E. Dampak Keberadaan Pasar Modern Terhadap Kinerja Pedagang Pasar Tradisional di Wilayah Kabupaten Malang.
- Riadi M. (2019) Home Industri (Fungsi, Manfaat, Jenis Usaha, Keunggulan dan Kelemahan)