



Pendampingan Manajemen Pemasaran pada Industri Olahan Pertanian di Mojokerto

Dana Marsetiya Utama^{1(*)}, Teguh Baroto², Arnelia Dwi Yasa

^{1,2} University of Muhammadiyah Malang

³ Universitas PGRI Kanjuruhan Malang

Article Info	ABSTRACT
<p>Article history:</p> <p>Received : 4 Juli 2021 Revised : 18 Juli 2021 Accepted : 29 Juli 2021</p> <hr/> <p>Keywords:</p> <p>smes; marketing; packaging; management</p>	<p>The "Ria" home industry has experienced many problems in the production and management processes. In the production process, it has limitations in packaging. In addition, the business financial management aspect is still mixed with household finances. Marketing is done traditionally and has not been effective. This PKM program aims to provide assistance in packaging production tools, provide training related to marketing management and product packaging. The method of activities carried out is Focus Group Discussion (FGD) and Participatory Rural Appraisal (PRA) involving partners. The results of this PKM show that the production packaging process runs smoothly with the presence of a modern sealer, participants' knowledge of the Marketing Mix increases, product marketing is carried out offline and online.</p>
<p>(*) Corresponding Author:</p>	<p>dana@umm.ac.id</p>

How to Cite: Utama, D. M., Baroto, T., & Yasa, A. D. (2021). Pendampingan Manajemen Pemasaran pada Industri Olahan Pertanian di Mojokerto. *Pelita: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1 (3): 76-81.

PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UKM) adalah sektor usaha yang menyerap tenaga kerja terbesar di negara berkembang (Afriany, Suhartini, Ardiyanto, Basri, & Ningrum, 2019). Di Indonesia, pertumbuhan ekonomi di berbagai daerah bergantung pada UKM (Muslim, Pratama, & Hidayat, 2020). UKM perlu mendapat pengetahuan tentang aspek pemasaran, kualitas pelayanan (Dewi, Utama, & Nugraha, 2020), teknik dan produksi (Utama, Wardani, Halifah, & Pradikta, 2019), manajemen (Maulana et al., 2019) (Ibrahim, Mardhiyyah, Rusdiansyah, Boer, & Utama, 2020), dan keuangan usaha (Wahyudi, Riyanto, & Berlilana, 2019). Karena itu, diperlukan kegiatan yang dapat meningkatkan kemampuan UKM untuk meningkatkan pengelolaan usaha (Utama & Baroto, 2020).

Salah satu home industri di desa Selotapak adalah industri rumah tangga "Ria". Industri "Ria" memulai usaha sejak tahun 2000 yang beralamatkan di RT 02 RW 02 Desa Selotapak Kecamatan Trawas, Kabupaten Mojokerto. Usaha ini memiliki 4 jenis produk olahan. Produk tersebut adalah keripik tempe, keripik pisang, enting-enting jahe, dan carang mas. Produk keripik tempe telah memiliki P-IRT dengan nomor 2153516010404-23. Keripik pisang memiliki P-IRT dengan nomor 2143516020404-23. Produk Enting-Enting Jahe memiliki P-IRT dengan nomor 2093516040404-23. Produk carang mas memiliki nomor P-IRT 2153516040404-23.

Tim pengabdian melakukan analisis SWOT terhadap kondisi industri rumah tangga "Ria" dalam melakukan pengembangan usaha. *Strengths* yang dimiliki usaha adalah 1) Produk makanan ringan khususnya keripik tempe di buat dari bahan yang berkualitas; 2) Memiliki tenaga kerja yang terampil; 3) Memiliki Pelanggan tetap; 4) Mempunyai kemauan dan semangat untuk mengembangkan usaha; 5) Harga produk relatif lebih murah; dan 6) Lokasi usaha merupakan kawasan wisata sehingga memudahkan penjualan.

Weakness usaha ini diantaranya: 1) Pengemasan yang kurang menarik; 2) Manajemen keuangan usaha yang masih campur dengan keuangan rumah tangga; 3). Pemasaran yang dilakukan masih tradisional dan belum efektif; 5) Belum menggunakan kemasan yang sesuai



standart kemasan; 6) Pada masa pandemi Covid-19, penjualan di tempat wisata yang menurun drastis.

Opportunities yang dimiliki usaha adalah 1) Daerah Trawas, Pacet, Pandaan, Malang dan Batu merupakan kawasan wisata. Jumlah kunjungan wisata di tempat tersebut selalu meningkat tiap tahun; 2) Semakin berkembangnya teknologi informasi untuk pemasaran produk; 3) Tenaga kerja yang mudah didapat. *Threats* usaha ini diantaranya: 1) Pesaing yang semakin banyak; 2) Toko dan swalayan yang mulai menerapkan standart kemasan yang baik; 3). Produk pesaing yang memiliki kemasan menarik; dan 4) Kebijakan pemerintah yang mewajibkan usaha mendapatkan sertifikasi halal.

Beberapa pengabdian terdahulu yang relevan dengan pengabdian ini adalah pengabdian yang berkaitan dengan upaya untuk meningkatkan kemampuan UKM seperti penguatan aspek manajemen pemasaran dan keuangan (Utama, 2019), manajemen produksi (Utama & Baroto, 2018b) (Utama & Baroto, 2018a), persediaan (Widodo & Utama, 2019) (Utama, Widodo, Ibrahim, Hidayat, & Dewi, 2020), dan penjadwalan (Utama, Garside, & Wicaksono, 2019) (Widodo & Utama, 2020). Berdasarkan pengabdian yang telah dilakukan, belum ada pengabdian terkait manajemen dan produksi di industri rumah tangga “Ria”. Tujuan program PKM ini adalah memberikan bantuan alat produksi kemasan, memberikan pelatihan dan pendampingan manajemen pemasaran dan kemasan produk.

METODE

Berdasarkan permasalahan mitra, solusi yang di tawarkan pada program PKM ini adalah: (1). Bantuan alat produksi kemasan produk. Solusi ini dipilih untuk meningkatkan minat konsumen dan pelanggan terhadap produk. Beberapa pengabdian mengenai bantuan alat cetak kemasan dilakukan oleh Cahyadi, Nurabdiansyah, and Farid (2017), Cahyadi and Lanta (2019) dan Asrofi, Ramadhan, and Sujito (2020). Hasil pengabdian tersebut menunjukkan bahwa bantuan alat produksi kemasan produk mampu meningkatkan kinerja UKM.

Program ke dua adalah memberikan pelatihan dan bantuan kemasan produk yang sesuai Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 69 tahun 1999 tentang label dan iklan pangan serta pelatihan dan pendampingan manajemen pemasaran usaha. Solusi ini dipilih agar mitra mengetahui dan memiliki standart label dan iklan produk pangan. Penelitian pengaruh desain kemasan produk terhadap minat pembelian telah dilakukan oleh Nuryanti and Rahman (2008) dan Njoto (2016). Hasil penelitian menunjukkan desain kemasan produk berpengaruh terhadap minat pembelian. Dalam pelatihan dan pendampingan manajemen pemasaran, tim pengabdian akan menggunakan acuan beberapa literatur buku yang membahas mengenai manajemen pemasaran diantaranya Kotler (2018) dan Assauri (2004). Beberapa kegiatan pengabdian pelatihan manajemen pemasaran telah sukses meningkatkan penjualan (Munfaqiroh, Andiani, & Syadeli, 2020) (Rapini, Kristiyana, Santoso, & Setyawan, 2020). Oleh karena itu, melalui pelatihan dan bantuan kemasan keripik diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk.

Metode kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dilakukan dengan FGD dan PRA. FGD digunakan untuk mengidentifikasi masalah mitra, menentukan prioritas masalah, dan memberikan solusi yang tepat bagi mitra. Sedangkan metode *Participatory Rural Appraisal* (PRA) yaitu melibatkan mitra dalam kegiatan. Pelaksanaan kegiatan ini melalui penyuluhan, pelatihan dan pendampingan serta evaluasi untuk melihat efektifitas program sehingga program tersebut akan berjalan dengan efektif.

Rencana kegiatan yang akan dilakukan untuk menyelesaikan masalah mitra yakni dengan pemberian bantuan alat produksi kemasan, manajemen usaha dan pemasaran. Kegiatan ini diawali dengan diskusi kebutuhan alat mitra. Kegiatan tersebut dilakukan satu kali. Lebih lanjut, tim pengabdian melakukan pengadaan alat produksi kemasan. Sebelum alat diserahkan, dilakukan pelatihan dan pendampingan penggunaan alat. Pelatihan mengenai standart kemasan produk dilakukan untuk pemberian nama produk, merek, logo usaha, keterangan tentang bahan yang digunakan (komposisi), keterangan tentang berat bersih atau isi bersih, keterangan tanggal



kadaluarsa, keterangan tentang nama dan alamat pihak yang memproduksi, dan keterangan tentang kandungan gizi.

Tim pengabdian juga memberikan bantuan kemasan produk yang sesuai standart. Kegiatan penyuluhan dan pelatihan ini dilakukan 1 kali pertemuan. Kegiatan Pendampingan dalam manajemen pemasaran dan kemasan mitra dilakukan selama 2 bulan dengan memberikan konsultasi jika mereka membutuhkan masukan dan mengalami masalah serta melakukan kunjungan secara periodik.

Metode dan partisipasi mitra terkait dengan solusi yang ditawarkan dapat dilihat pada Tabel 1. Dalam kegiatan pendampingan, pengabdian memonitoring dan mengamati kendala-kendala yang dihadapi oleh mitra serta melakukan evaluasi terhadap kegiatan. Lebih lanjut, Evaluasi pelaksanaan program dilakukan dengan mengukur peningkatan pemahaman manajemen pemasaran sebelum dan sesudah pelaksanaan pelatihan.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan dan Partisipasi Mitra

Program	Metode Pelaksanaan	Partisipasi Mitra
Bantuan Alat produksi kemasan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tim melakukan diskusi kebutuhan alat produksi kemasan 2. Tim melakukan survey ke beberapa vendor alat produksi kemasan. 3. Tim melakukan pembelian alat produksi kemasan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mitra memberikan informasi lengkap kebutuhan alat produksi kemasan. 2. Mitra menyediakan tempat pelatihan dan pendampingan penggunaan alat produksi kemasan 3. Mitra terlibat aktif dan mengajukan pertanyaan-pertanyaan alat produksi kemasan
Memberikan pelatihan dan bantuan kemasan yang sesuai Peraturan tentang Label dan Iklan Pangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembuatan modul label dan Iklan Pangan 2. Presentasi dan diskusi mengenai materi-materi pelatihan 3. Wawancara mendalam dengan mitra setelah mengikuti pelatihan untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman materi yang diberikan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mitra terlibat aktif dalam penyusunan jadwal kegiatan, menyediakan tempat kegiatan dan melakukan koordinasi dengan anggota lain 2. Mitra terlibat aktif dan mengajukan pertanyaan-pertanyaan 3. Mitra menyiapkan dokumen yang dibutuhkan Label dan Iklan Pangan.
Pelatihan manajemen pemasaran usaha	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembuatan modul manajemen pemasaran usaha 2. Presentasi dan diskusi mengenai materi-materi pelatihan 3. Wawancara mendalam dengan mitra setelah mengikuti pelatihan untuk mengetahui seberapa jauh pemahaman materi yang diberikan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mitra terlibat aktif dalam penyusunan jadwal kegiatan, menyediakan tempat kegiatan dan melakukan koordinasi dengan anggota lain 2. Mitra terlibat aktif dan mengajukan pertanyaan-pertanyaan
Pendampingan dalam manajemen pemasaran usaha	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kunjungan secara berkala untuk memberikan masukan terhadap penyelesaian masalah manajemen pemasaran 2. Wawancara dengan mitra untuk mengetahui apakah dampak manajemen pemasaran profesional mampu meningkatkan omzet penjualan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mitra menerapkan materi-materi yang telah diperoleh dari pelatihan manajemen keuangan dan harga jual produk 2. Mitra terbuka dengan permasalahan yang dihadapi dan mau menceritakan tindakan apa yang sudah dilakukan 3. Mitra memberikan data-data yang valid

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hari sabtu tanggal 22 Agustus 2020, tim pengabdian dan mitra melakukan diskusi kebutuhan alat produksi. Salah satu kebutuhan alat produksi kemasan yakni plastik, kertas, dan kardus. Dokumentasi kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diskusi dengan Mitra Tentang Kebutuhan Alat Produksi Kemasan

Bantuan alat sablon kemasan dan pelatihan sablon kemasan dipilih sebagai program karena mitra mulai mengembangkan pasar untuk pelanggan hajatan seperti pernikahan dan khitan. PKM ini dilakukan karena pelanggan di Kawasan wisata yang menurun drastis akibat pandemi corona. Mitra memanfaatkan acara pernikahan dan khitan sebagai pasar baru di industri makanan ringan. Kegiatan bantuan alat sablon kemasan serta pelatihan dan pendampingan ini dilakukan pada Sabtu, 26 September 2020. Dokumentasi kegiatan ini dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Kegiatan Bantuan Alat Sablon Kemasan serta Pelatihan dan Pendampingan

Pelatihan manajemen pemasaran dan kemasan produk dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 24 Juli 2020 jam 08.00 – 12.00 bertempat di rumah Ibu Nanik Riasih yang dihadiri oleh 8 peserta. Peserta ini terdiri dari 2 orang yang berasal dari tim pengabdian dan 6 peserta berasal dari industri tempe. Pelatihan dimulai dengan penyampaian materi dan selanjutnya tanya jawab. Pada kesempatan tersebut ada 3 materi yang disampaikan yaitu: 1) Marketing Mix, 2) Strategi penjualan, 3) Pasal tentang Kemasan produk pangan. Setiap peserta diberikan handout “manajemen pemasaran usaha dan kemasan produk” dengan harapan peserta dapat memahami dan menerapkan materi yang telah disampaikan. Dokumentasi kegiatan ini disajikan pada gambar 3.



Gambar 3. Pelatihan Manajemen Pemasaran Usaha

Evaluasi keberhasilan pelatihan dilakukan dengan uji pengetahuan dan uji keterampilan. Uji dilakukan untuk menganalisis signifikansi perubahan pengetahuan sebelum dan sesudah



pelatihan. PKM berkaitan dengan 1) *Marketing Mix*, 2) Strategi penjualan, dan 3) Pasal tentang Kemasan produk pangan. Ceklis keterampilan digunakan sebagai pedoman penilaian. Setelah pelatihan usai kemudian dilakukan uji keterampilan melakukan pemahaman 1) *Marketing Mix*, 2) Strategi penjualan, dan 3) Pasal tentang Kemasan produk pangan. Pengetahuan peserta pelatihan meningkat secara signifikan ($p=0,000$). Hal itu dapat dilihat dari perubahan nilai rata-rata ketika menjawab soal 1) *Marketing Mix*, 2) Strategi penjualan, dan 3) Pasal tentang Kemasan produk pangan. Hasil Uji Wilcoxon Pengetahuan manajemen pemasaran dan kemasan produk peserta pelatihan disajikan pada table 2.

Tabel 2 Hasil Uji Wilcoxon Pengetahuan manajemen pemasaran dan kemasan produk peserta pelatihan

Pengetahuan	N	Mean	Std. Deviation	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
Sebelum	6	15,4250	1,342	-7,624 ^b	0,000
Sesudah	6	24,4250	1,211		

PENUTUP

Tujuan PKM ini adalah sebagai berikut: (1) Memberikan bantuan alat produksi kemasan; dan (2) Pelatihan dan pendampingan Manajemen pemasaran dan kemasan produk. Hasil PKM ini menunjukkan bahwa pengetahuan peserta meningkat terkait *Marketing Mix* dan strategi penjualan. Penjualan dapat dilakukan secara online dan offline.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriany, A. N., Suhartini, Y., Ardiyanto, F., Basri, A. I., & Ningrum, N. R. (2019). Pelatihan dan Pembinaan Penerapan Ilmu Manajemen Keuangan, Manajemen Sumber Daya Manusia dan Manajemen Pemasaran dalam Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kecamatan Klaten Selatan. *ABDIMAS NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-8.
- Asrofi, M., Ramadhan, M. E., & Sujito, S. (2020). Alat Sablon Untuk Menunjang Tampilan Kemasan Krupuk Cumi Pada Kelompok Usaha Poklhasar Mandiri Banyuwangi. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(1), 542-545.
- Assauri, S. (2004). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press.
- Cahyadi, D., & Lanta, L. (2019). Pengembangan cetak kemasan melalui keterampilan cetak sablon dan vacuum forming. *DEDIKASI*, 21(2).
- Cahyadi, D., Nurabdiansyah, N., & Farid, M. (2017). Studi Perancangan Alat Cetak Pembuat Kemasan Thermoplastic Bagi IKM Dengan Metode Vacuum Forming. *TANRA: Jurnal Desain Komunikasi Visual Fakultas Seni dan Desain Universitas Negeri Makassar*, 4(2), 45-61.
- Dewi, S. K., Utama, D. M., & Nugraha, A. (2020). *Analisis Layanan Jasa Pengiriman berdasarkan Persepsi Pelanggan dengan Metode Servqual dan Zone of Tolerance*.
- Ibrahim, M. F., Mardhiyyah, Y. S., Rusdiansyah, A., Boer, M. K., & Utama, D. M. (2020). A Three-Phased Perishable Inventory Simulation Model with Quality Decrease Consideration. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 19(2), 198-211.
- Kotler, P. (2018). *Manajemen pemasaran jilid 1*. Surabaya: Erlangga.
- Maulana, S. K. D. B., Utama, D. M., Asrofi, M. S., Ningrum, I. S., Alba, N., Ahfa, H. A., & Zein, T. A. (2019). The Capacitated Sustainable EOQ Models: Models Considering Tax Emissions. *Jurnal Teknik Industri*, 21(1), 12-21.
- Munfaqiroh, S., Andiani, L., & Syadeli, M. (2020). Peningkatan Kualitas Usaha Melalui Pelatihan Manajemen dan Strategi Pemasaran. *Jurnal ABM Mengabdi*, 7(1), 70-76.



- Muslim, R., Pratama, A. R. i., & Hidayat, T. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan UKM di Kabupaten Sleman berdasarkan Formal Concept Analysis. *J-SAKTI (Jurnal Sains Komputer dan Informatika)*, 4(2), 300-318.
- Njoto, T. K. (2016). Pengaruh desain kemasan, cita rasa, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen Bumi Anugerah. *PERFORMA*, 1(4), 455-463.
- Nuryanti, B. L., & Rahman, A. Y. (2008). Pengaruh variasi dan kemasan produk terhadap keputusan pembelian teh kotak ultrajaya (Survei pada Mahasiswa FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia). *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 8(2), 31-43.
- Rapini, T., Kristiyana, N., Santoso, A., & Setyawan, F. (2020). Strategi pengembangan produk jipang berbasis pelatihan manajemen usaha dan pemasaran yang kreatif. *Masyarakat Berdaya dan Inovasi*, 1(1), 12-18.
- Utama, D. M. (2019). Penguatan Aspek Manajemen Produksi dan Kualitas Tempe Pada UKM Tempe. *JPPM (Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1), 133-140.
- Utama, D. M., & Baroto, T. (2018a). Penggunaan SAW untuk analisis proses perebusan kedelai dalam produksi tempe. *AGROINTEK*, 12(2), 90-98.
- Utama, D. M., & Baroto, T. (2018b). PKM Industri Tempe Kelurahan Bakalankrajan Kecamatan Sukun Kota Malang. *Pengabdian Masyarakat*, 1(1).
- Utama, D. M., & Baroto, T. (2020). Program Kemitraan Masyarakat Industri Keripik Tempe Desa Bakalan Krajan Kecamatan Sukun. *ETHOS: Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(2), 171-178.
- Utama, D. M., Garside, A. K., & Wicaksono, W. (2019). Pengembangan Algoritma Hybrid Flowshop Three-Stage Dengan Mempertimbangkan Waktu Setup. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 18(1), 72-78.
- Utama, D. M., Wardani, D. P., Halifah, S. T., & Pradikta, D. C. (2019). Model Economic Production Quantity dengan Rework Process dan Batasan Gudang. *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri*, 3(1), 43-49.
- Utama, D. M., Widodo, D. S., Ibrahim, M. F., Hidayat, K., & Dewi, S. K. (2020). *The Sustainable Economic Order Quantity Model: A Model Consider Transportation, Warehouse, Emission Carbon Costs, and Capacity Limits*. Paper presented at the Journal of Physics: Conference Series.
- Wahyudi, R., Riyanto, A. D., & Berlilana, B. (2019). Pelatihan Aplikasi Teknis Pengembangan Marketing Online Bagi Ukm Se-Balingmascakeb. *JPMM (Jurnal Pengabdian Mitra Masyarakat)*, 1(1), 21-30.
- Widodo, D. S., & Utama, D. M. (2019). Analisis Model Sustainable Economic Order Quantity Dengan Mempertimbangkan Emisi Karbon Dan Batasan Kapasitas Gudang Untuk Menekan Total Biaya Persediaan. *TEKNIK*, 40(3), 169-175.
- Widodo, D. S., & Utama, D. M. (2020). *The Hybrid Ant Lion Optimization Flow Shop Scheduling Problem for Minimizing Completion Time*. Paper presented at the Journal of Physics: Conference Series.