
Counseling on Marketing Strategies to Increase Sales of Eel Sme Products in Baki District

Penyuluhan Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan Produk Ukm Belut Di Kecamatan Baki

Irma Wardani¹⁾, Tria Rosana Dewi²⁾, Libria Widiastuti³⁾

^{1,2,3}Universitas Islam Batik Surakarta

Email : wardaniirma6@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this service is to increase the sales value of Small and Medium Enterprises (SMEs) products. In Baki Sukoharjo Sub-district, one of the SMEs targeted for service with superior products is Wahyu eel chips. The problems faced by partners are supply of raw materials, product development, competition with other SMEs. The implementation of service is carried out by providing marketing counseling about product development. The emergence of competition between SMEs, has a positive impact on Wahyu SMEs to innovate on eel chips products. So far, the marketed eel chips have an original taste and a slightly hard texture. Because with this counseling, UKM Wahyu tries to innovate eel chips products by giving a spicy taste to eel chips and processing eels to have a softer texture, but the results have not been marketed, this is because consumer interest is still in the original product. The result of this dedication is to increase the enthusiasm of Wahyu SMEs to continue to innovate eel chips products and increase the value of product sales.

Keywords: Marketing, Eel, UKM

ABSTRAK

Tujuan pengabdian ini untuk meningkatkan nilai penjualan produk Usaha Kecil Menengah (UKM). Di Kecamatan Baki Sukoharjo, salah satu UKM yang menjadi sasaran pengabdian dengan produk unggulan yaitu UKM Wahyu keripik belut. Permasalahan yang dihadapi mitra yaitu pasokan bahan baku, pengembangan produk, persaingan dengan UKM lain. Pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan cara memberikan penyuluhan pemasaran tentang pengembangan produk. Munculnya persaingan antar UKM, menimbulkan dampak positif bagi pelaku UKM Wahyu untuk melakukan inovasi pada produk keripik belut. Selama ini keripik belut yang dipasarkan memiliki rasa original dan tekstur sedikit keras. Oleh karena dengan adanya penyuluhan ini, UKM Wahyu mencoba menginovasi produk keripik belut dengan cara memberikan rasa pedas pada keripik belut dan mengolah belut agar memiliki tekstur yang lebih empuk, akan tetapi hasilnya belum dipasarkan, hal ini dikarenakan minat konsumen masih pada produk yang original. Hasil dari pengabdian ini adalah meningkatkan gairah pelaku UKM Wahyu untuk terus berinovasi produk keripik belut serta meningkatkan nilai penjualan produk.

Kata Kunci : Pemasaran, Belut, UKM

1. Pendahuluan

Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu sektor yang mempunyai peranan penting sebagai motor penggerak roda perekonomian. UMKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil pembangunan. UMKM juga telah terbukti tidak berpengaruh terhadap krisis. Ketika krisis menerpa pada periode 1997-1998 (Bank Indonesia, 2015).

UMKM memiliki peran karakteristik yaitu (1) jumlah sangat banyak, (2) padat karya dan (3) banyak kegiatan UMK yang berbasis pertanian, seperti industri-industri rumah tangga yang membuat makanan dan

minuman, dan meubel serta berbagai macam produk kerajinan berbasis bahan baku bambu, kayu dan rotan, dan di Indonesia, sebagian besar penduduk miskin tinggal di perdesaan dan bersumber pendapatan dari sektor pertanian. Pentingnya keberadaan atau pertumbuhan UMK terhadap ekonomi dan khususnya pengurangan kemiskinan di daerah sangat tergantung pada hubungan bisnis antara UMK dan ekonomi daerah. (Tambunan, 2012).

Kabupaten Sukoharjo merupakan salah satu daerah yang memiliki berbagai macam produk unggulan daerah, seperti sarung goyor, kerajinan rotan, makanan olahan, jamu, graffiti, gitar dan lain-lain. Kecamatan Baki salah satu sentra makanan olahan/cemilan ukm keripik belut.

Keripik belut merupakan salah satu pangan fungsional dimana selain memiliki kadar protein yang tinggi, juga memiliki rasa yang khas sehingga banyak digemari. Peningkatan konsumsi belut diharap dapat membantu upaya peningkatan konsumsi protein. Untuk memenuhi kebutuhan keripik belut tidak juga pemasarannya. Mekanisme pemasaran keripik belut melibatkan beberapa pihak meliputi produsen, distributor dan konsumen.

Sukoharjo khususnya di Kecamatan Baki merupakan salah satu daerah yang telah mengembangkan ukm keripik belut. Pengolahan yang paling sering dilakukan adalah digoreng, jenis olahan yang monoton ini dikhawatirkan dapat menyebabkan kebosanan pada masyarakat dalam mengkonsumsi ikan belut maka perlu strategi pemasaran untuk keripik belut (Hapsari, 2018). Strategi yang dapat dilakukan yaitu inovasi produk dan pemasaran via online.

Pentingnya strategi pemasaran untuk meningkatkan nilai penjualan produk. Pemasaran adalah sebuah proses dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia. Proses dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia inilah yang menjadi konsep pemasaran.

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan di atas maka tujuan dari kegiatan ini adalah:

1. Memberikan sosialisasi tentang inovasi produk sebagai strategi pemasaran UKM
2. Meningkatkan ketrampilan SDM dalam pengolahan produk UKM

2. Metode Pengabdian

a. Pelaksanaan Kegiatan

Metode pelaksanaan pada kegiatan UKM Wahyu Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo adalah memberikan penyuluhan tentang pengembangan produk keripik belut. Pelaksanaan pengabdian dilakukan tanggal 28 September 2019. Tahap pelaksanaannya yaitu : 1) survey lokasi kegiatan, 2) mentransfer informasi melalui penyuluhan pemasaran dan pengembangan produk UKM. Tujuan kegiatan ini adalah mitra UKM akan menginovasi produk keripik belut

Sasaran kegiatan pengabdian ini adalah mitra UKM Wahyu. Dari hasil survai awal, pelaku UKM memproduksi makanan ringan dengan fokus produk keripik belut, diolah dan memiliki rasa yang original, kemudian untuk memenuhi permintaan konsumen dan mengikuti tren yang saat ini maka pelaku UKM harus menginovasi produk dan sistem pemasaran yang dilakukan secara online.

b. Kendala dan Permasalahan Mitra

Kendala yang dihadapi UKM Wahyu adalah tersediaan belut masih bergantung pada supplier belut dari luar kota dari supplier pun terkadang juga mengalami kesulitan ketika belum tiba waktu panen belut dan keterbatasan sumber daya manusia serta UKM Wahyu belum memiliki keunikan sehingga diperlukan inovasi dari produk keripik belut.

c. Metode Penyuluhan Kegiatan

Metode pelaksanaan penyuluhan yang dilakukan pertama adalah metode survey, metode ini dilakukan untuk menemukan mitra yang membutuhkan bantuan terkait dengan program ini. Setelah metode survey dilakukan dan telah menemukan mitra, kemudian dilakukan analisa, menyusun kegiatan yang akan dilakukan.

Cara penyuluhan dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu :

- 1) Kegiatan pertama yang dilakukan adalah memberikan penyuluhan mengenai konsep sistem pemasaran, penanganan dan pengembangan produk untuk UKM Wahyu.
- 2) Tahap selanjutnya setelah penyampaian materi adalah sesi diskusi yang dilakukan dengan cara tanya jawab, tentang inovasi produk UKM Wahyu dengan bahan baku belut, meliputi cara pengolahan, pengemasan dan label
- 3) Tahap terakhir yaitu memperhatikan antusiasme dan ketertarikan masyarakat terhadap produk baru dari UKM Belut

d. Target dan Luaran dari Pengabdian

Di era globalisasi saat ini berakibat pada perkembangan industri daerah dengan persaingan yang makin tajam. Kondisi yang seperti ini menuntut setiap daeah untuk terus meningkatnya daya saing Salah satu strategi yang dapat digunakan dalam menghadapi daya saing yaitu dengan strategi pemasaran. Strategi pemasaran berhubungan marketing mix (4p), yaitu produk, pesaing, promosi dan tempat. Pengembangan produk pada UKM sangat diperlukan karena untuk menghadapi persaingan antar UKM dengan produk yang sama.

- 1) Terhadap mitra

Dari pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, akan meningkatkan pemahaman ilmu sistem pemasaran yang baik, sehingga pelaku UKM dapat memperbaiki sistem pemasaran. Dengan sistem pemasaran yang efektif dapat meningkatkan hasil pendapatan pada UKM Wahyu sehingga penghasilan atau pendapatan UKM akan meningkat dan produk yang dihasilkan akan lebih variatif

2) Terhadap Tim Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat menjadi upaya transfer ilmu dan teknologi informasi terhadap masyarakat. Wawasan teknologi dan informasi yang diberikan masyarakat diupayakan untuk dapat digunakan masyarakat. Tim memberikan informasi tentang peluang-peluang bisnis secara online atau *digital marketing*. Penyuluhan terhadap karakteristik produk pertanian, strategi pemasaran dan bauran pemasaran (*product, price, place, dan promotion*) akan memberikan wawasan kepada masyarakat pondok untuk memanfaatkan lahan sekitar pondok dan meningkatkan kebutuhan ekonomi

3) Terhadap masyarakat

Target luaran pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat terhadap masyarakat luas yaitu konsumen mendapat produk olahan belut yang lebih variatif.

3. Hasil dan Pembahasan

Di era globalisasi sekarang, berakibat pada perkembangan industri daerah dengan persaingan yang makin tajam. Kondisi yang seperti ini menuntut setiap daerah untuk terus meningkatnya daya saing. Hal ini ditumpukan pada daya saing daerah sehingga daerah perlu mengembangkan keunggulan kompetitifnya melalui pengembangan produk unggulan daerah.

Usaha Kecil Menengah di Indonesia terus berkembang dikarenakan pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat. Perkembangan ini menuntut pelaku UKM untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif. Sebuah UKM akan sulit berkembang jika pelaku usahanya tidak mengetahui bagaimana cara memasarkan suatu produk dengan efektif.

Pemilihan produk unggulan daerah berdampak pada wilayah tersebut sehingga menjadi terspesialisasi, lebih fokus dan efektif sesuai dengan potensi daerah untuk meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan suatu daerah sehingga nantinya akan meningkatkan perekonomian daerah.

Usaha Kecil Menengah (UKM) mempunyai peranan penting dalam laju perekonomian suatu daerah. Kinerja yang dihadapi UKM seperti produktivitas, nilai tambah, kualitas produk. Hal ini

dikarenakan UKM yang khususnya bergerak di sektor pertanian mempunyai tingkat produktivitas rendah. Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya saing UKM diperlukan langkah untuk mengangkat kemampuan teknologi dan daya inovasinya. Seperti halnya yang terjadi di pada UKM di Kecamatan Baki Kabupaten Sukoharjo, rata-rata UKM yang bergerak di bidang pengolahan makanan ini masih menggunakan teknologi yang sederhana. Salah satu produk yang di unggulkan oleh UKM di daerah Kecamatan baki yaitu keripik belut. Salah satu UKM yang memproduksi keripik belut yaitu UKM Wahyu, UKM ini tidak hanya memproduksi keripik belut saja, tetapi juga makanan ringan lain sebagai oleh-oleh khas daerah, yang menjadi produk utama adalah keripik belut.

Pada kegiatan pengabdian masyarakat melibatkan mahasiswa, dan rangkaian kegiatan pelaksanaan pengabdian yaitu 1) survey lokasi awal, 2) menyiapkan kegiatan pengabdian, 3) melaksanakan penyuluhan/transfer informasi, 4) evaluasi kegiatan.

Pelaksanaan kegiatan ini, diawali dengan survey lokasi yaitu peninjauan lokasi pengabdian ke UKM Wahyu, dan menganalisis situasi mitra. Hasil analisis situasi yaitu menginovasi produk belut dan bahan baku yang tidak stabil. Hal ini karena konsumen masih berminat pada produk keripik belut.

Sosialisasi pemasaran dengan metode penyuluhan memberikan materi tentang strategi pemasaran produk. Selama ini UKM Wahyu memasarkan produk keripik belut di Wilayah Sukoharjo dan Jawa Tengah serta pengiriman ke luar daerah. Belum dipasarkan secara online. Oleh karena itu, pada pengabdian ini kami, memberikan arahan dan sosialisasi pemasaran dengan tujuan UKM bisa lebih kreatif dalam memasarkan produknya.

Kendala yang dihadapi UKM Wahyu yaitu kurangnya ketersediaan bahan baku. Untuk mendapatkan bahan baku UKM Wahyu harus mendatangkan bahan baku dari berbagai daerah seperti kediri. Keripik belut memiliki potensi untuk dikembangkan, oleh karena itu diperlukan pengembangan produk keripik belut. Inovasi yang telah dilakukan UKM Wahyu saat ini adalah memberikan tambahan rasa pada keripik belut. Rasa flavour yang diberikan yaitu balado. Inovasi ini telah dicoba untuk kalangan sendiri, dan pelaku usaha UKM Wahyu masih merasa perlu mempelajari inovasi keripik belut dan keterbatasan tenaga kerja juga salah satu faktor kendala dalam produksi . Karena untuk kalangan sendiri dan masih dalam tahap uji coba, karena beberapa hal mempengaruhi dalam pengolahan atau pembuatan produk belut dengan aneka rasa.

Variasi hasil olahan belut merupakan salah satu cara penganeekaragaman produk olahan hasil perikanan dari bahan baku yang belum atau sudah dimanfaatkan dengan tetap memperhatikan faktor mutu dan gizi sebagai usaha peningkatan nilai jual (Palupi, 2014).

Dari berbagai macam permasalahan yang dihadapi oleh UKM Wahyu dapat melakukan jejaring pemasaran melalui pemasaran online (*digital marketing*). Pemasaran sebagai suatu aktivitas di bidang pemasaran untuk memperluas informasi, mempengaruhi atau mempersuasif produk yang dihasilkan suatu perusahaan supaya dapat diterima oleh masyarakat sebagai calon konsumen. *Digital marketing* merupakan suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah brand atau produk menggunakan media digital atau internet. Tujuan digital marketing adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat (Novita, 2020).



Gambar 1. Pembersihan Belut



Gambar 2. Penggorengan Belut



Gambar 3. Penyotiran



Gambar 4. Diskusi



Belut Rasa Balado

4. Kesimpulan

Hasil yang dicapai dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah

1. UKM Wahyu dapat meningkatkan variasi olahan produk dari belut
2. UKM Belut memiliki pengetahuan dan pemahaman tentang pengembangan produk
3. Pentingnya pemasaran yang baik dapat meningkatkan penghasilan UKM Wahyu

Daftar Pustaka

- Hapsari Dian Indriana dan Endang Widyastuti. 2018. Inovasi Produk Makanan Olahan Melalui Pembudidayaan Belut dan Ikan Lele Serta Pemanfaatan Limbah Tulang Ikan. *Jurnal Abdimas Unwahas* Vol 3 (1) : 40-45
- Novita Diana. 2020. Implementasi Digital Marketing Dalam Membangun Brand Awareness (Studi Kasus Pada UMKM Kopi Bencoolan). *Forum Ilmiah* Vol 17 (1) : 87-96
- Palupi Sri, Siti Hamidah dan Yuriani. 2014. Upaya Peningkatan Pendapatan Kelompok Usaha Belut Melalui Variasi Hasil Olahan dan Kemasan di Godean. *Jurnal Inotek* Vol 18 (1) : 109-119