

STRATEGI PEMASARAN UNTUK MEMULIHKAN PENJUALAN PASCA COVID 19 PADA USAHA GULA AREN DI MEDAS TAMAN SARI LOMBOK BARAT

Muhamad Ilhamudin^{1*}, Weni Retnowati¹, Mukmin Suryatni¹, Rusminah HS¹, Dwi Putra Buana Sakti¹

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram

Alamat korespondensi: wahyu@amiklps.ac.id

ABSTRAK

SMEs have developed a lot in West Lombok district with various types of products produced. One of them is the palm sugar product craft industry in the Medas area of Taman Sari Village, West Lombok. This production center has been developing for a long time and its expertise has been passed down from generation to generation, so that most people's livelihoods are in this industry. The constraints faced by palm sugar business actors are related to marketing management problems. Management capability is needed when the marketing environment continues to move dynamically and is different from the previous climate, so that adaptation must continue to be made by the company. This service is aimed at businesses in the palm sugar industry in Medas who are experiencing sluggish sales. This activity emphasizes knowledge sharing about marketing, with the hope that it will further strengthen their understanding in response to a chaotic environment and competitive setting. Submission of material in extension activities at this production center by providing material on the importance of marketing planning, as well as marketing knowledge and techniques. In addition, the presentation of the material will also be accompanied by discussion. The resource person is the Community Service Proposal Team (PPM) of the Faculty of Economics and Business, University of Mataram. Partner problems include: (1) changes in the marketing environment and competitive settings, and (2) business people are not used to responding quickly to changes/environmental dynamics. Thus the solutions offered are: (1) providing counseling about the importance of marketing planning, and (2) providing counseling about marketing knowledge and techniques. The activity was carried out in July 2022 with counseling, question and answer and discussion methods. The number of activity participants was 15 people consisting of palm sugar business actors, in Medas Taman Sari Village. The activity process ran smoothly and conductively, the extension materials were relevant to current problems and needs. Many questions or problems were raised by participants, which were sometimes answered by other participants, so that the process of this activity was very participatory. Activities like this need to be continued in the future with relevant topics to help increase community knowledge in managing their business.

Keywords: Counseling, Marketing, Palm Sugar

PENDAHULUAN

Sebagai salah satu pilar ekonomi nasional, maka Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang sangat besar. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM memiliki kontribusi besar terhadap PDB yaitu 61, 97% dari total PDB nasional atau setara dengan Rp.8.500 triliun pada tahun 2020. UMKM menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar yaitu 97% dari daya serap dunia usaha pada tahun 2020. Jumlah UMKM yang banyak berbanding lurus dengan banyaknya lapangan kerja di Indonesia sehingga UMKM memiliki andil besar dalam penyerapan tenaga kerja.

UMKM banyak tersebar di perkotaan maupun pedesaan bahkan hingga pelosok-pelosok. Lombok Barat sebagai salah satu kabupaten di NTB memiliki potensi UMKM yang sangat besar, satu

diantaranya adalah industri kerajinan gula aren di wilayah Medas, Desa Tamansari Lombok Barat. Sentra produksi aren ini telah berkembang lama dan keahliannya diwariskan secara turun-temurun, sehingga lahan pencaharian sebagian masyarakat ada pada industri ini.

Tanaman Aren merupakan salah satu komoditas perkebunan yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi sehingga sangat prospektif dalam pengembangannya dan memiliki peluang yang sangat besar dalam meningkatkan perekonomian suatu wilayah. Tanaman aren termasuk salah satu tanaman berpotensi cukup besar dikembangkan di Lombok Barat. Tanaman ini merupakan sumber daya alam yang dikenal di kawasan tropika, disebabkan oleh manfaatnya yang beraneka ragam, seperti sagu, ijuk, tangkai tandan bunga jantan, buah, daun, pelepah, akar dan kulit batang yang banyak dimanfaatkan orang (Sunanto, 1993).

Tanaman Aren memiliki potensi ekonomi yang tinggi karena hampir semua bagiannya dapat memberikan keuntungan finansial. Buahnya dapat dibuat kolang kaling yang digemari oleh masyarakat Indonesia pada umumnya. Daunnya dapat digunakan sebagai bahan kerajinan tangan dan bisa juga sebagai atap, sedangkan akarnya dapat dijadikan bahan obat-obatan. Dari batangnya dapat diperoleh ijuk dan lidi yang memiliki nilai ekonomis. Selain itu, batang usia muda dapat diambil sagunya, sedangkan pada usia tua dapat dipakai sebagai bahan furnitur. Namun dari semua produk aren, nira aren yang berasal dari lengan bunga jantan sebagai bahan untuk produksi gula aren adalah yang paling besar nilai ekonomisnya (Bank Indonesia, 2008).

Menurut Baharuddin (2005), tanaman Aren sudah lama dikenal dan prospektif sebagai komoditas ekspor. Tanaman aren berpotensi menjadi salah satu komoditas substitusi gula pasir andalan dalam negeri selain dapat berperan untuk menekan ketergantungan terhadap impor gula. Tanaman Aren umumnya dimanfaatkan oleh masyarakat di wilayah yang tergolong miskin, sehingga secara tidak langsung berperan dalam mengurangi kemiskinan (*poverty alleviation*) melalui pemasaran produk tanaman aren dan ketahanan pangan di tingkat petani.

Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM termasuk usaha gula aren adalah permasalahan yang dihadapi oleh usaha kecil menengah pada umumnya yakni berkaitan dengan manajemen yang kurang profesional. Idealnya manajemen harus dinamis dan terus memberi respon terhadap perubahan lingkungan yang terjadi. Manajemen produk harus senantiasa beradaptasi dengan perubahan kebutuhan dan keinginan pasar yang semakin bergerak dinamis dan kompleks. Bila dirinci secara teknis, maka masalah masalah tersebut adalah meliputi belum adanya manajemen yang baik, masalah penyusunan rencana bisnis, sistem administrasi keuangan dan masalah akses ke teknologi, selera konsumen yang mudah berubah, masalah bahan baku, tingginya harga bahan baku, masalah inovasi, perbaikan kualitas barang dan efisiensi (Aziz, 2017).

Berdasarkan kondisi yang berkembang, maka kegiatan pengabdian menawarkan solusi pada perbaikan pendekatan bisnis dengan menguatkan peranan pada aspek pemasaran. Topik pengabdian selain berisi tentang relevansi dan pentingnya pemasaran, maka pengetahuan yang akan dibagi adalah tentang teknik dan pengetahuan penjualan sebagai bagian penting dalam pemasaran. Dengan demikian, pelaku industri dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya dalam mengelola bisnis, serta mampu menghasilkan penjualan yang maksimal.

METODE KEGIATAN

Penyampaian materi dalam kegiatan penyuluhan strategi pemasaran di kelompok usaha gula aren dusun Medas Lombok Barat dengan memberikan penyuluhan tentang strategi pemasaran online dan bagaimana mengimplementasi pengetahuan pemasaran tersebut. Penyampaian materi juga akan dilengkapi dengan diskusi.

Sebagai narasumber adalah Tim Pengusul Pengabdian pada Masyarakat (PPM) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram. Untuk menunjang kelancaran kegiatan ini, maka akan dikoordinasikan dengan lembaga terkait, yaitu: LPPM Universitas Mataram, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram, dan pelaku usaha di lokasi tersebut.

Evaluasi dari keberhasilan pelatihan ini dilihat dari kehadiran peserta dan keaktifan peserta dalam memberi respon terhadap materi yang diberikan selama penyuluhan berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini melanjutkan kegiatan pengabdian tahun sebelumnya dalam topik bahasan yang berbeda. Pada pengabdian ini lebih menekankan pada bagaimana membangun strategi yang relevan untuk memulihkan penjualan yang menurun drastis karena pandemi covid 19. Strategi pemasaran perlu diformulasi agar kondisi usaha segera pulih. Terjadi dinamika lingkungan baik lingkungan persaingan maupun tantangan perubahan gaya hidup konsumen. Pola hidup konsumen sejak pandemi telah berubah, mereka belajar dan bekerja dari rumah, belanja dari rumah, perilaku konsumen menjadi amat berbeda dengan saat sebelum covid-19.

Pergeseran perilaku konsumen ini harus direspons oleh pelaku usaha, termasuk pelaku usaha gula aren. Pelaku usaha harus memahami perubahan yang tengah berkembang dan harus senantiasa meningkatkan pengetahuan dan keterampilan agar bisa beradaptasi dengan perubahan-perubahan. Disiplin ilmu pemasaran menawarkan pengetahuan yang dibutuhkan untuk mengantisipasi dan beradaptasi dengan dinamika lingkungan yang kompleks. Materi pemasaran yang disampaikan disesuaikan dengan kemampuan audiens, karena pelaku usaha gula aren lebih mengandalkan pengalaman teknis dari pada teori pemasaran.

Tahap Pendahuluan

Kegiatan pendahuluan dilakukan untuk mengamati perkembangan kebutuhan dan persoalan pelaku usaha gula aren. Kegiatan ini dibutuhkan untuk melihat mana di antara kebutuhan dan persoalan itu yang menjadi prioritas. Tentu saja kebutuhan dan persoalan dalam usaha ini tidaklah sederhana karena keberadaannya sangat dipengaruhi oleh sumber daya internal usaha, juga intensitas persaingan, serta perubahan lingkungan makro, dan juga perilaku konsumen sendiri. Interaksi seluruh aspek bisnis diatas memberi dampak terhadap eksistensi usaha ini dimasa datang, terutama pada konteks penjualan yang terus semakin menurun semenjak covid 19 mewabah beberapa tahun lalu. Solusi bidang pemasaran masih sangat penting, maka penekanannya adalah pada penyampaian materi strategi pemasaran menjadi topik utama dalam kegiatan pengabdian kepada pelaku usaha gula aren ini.

Kegiatan pendahuluan dilakukan dalam bentuk survey. Survey menunjukkan bahwa usaha yang dilakukan secara turun-temurun ini tidak terlalu berkembang sebagaimana diharapkan. Banyaknya produk sejenis yang diperdagangkan di pasar menjadi cerminan kuatnya intensitas persaingan dalam industri ini. Pengelolaan usaha yang masih tradisional sekedar untuk mempertahankan hidup pemilik usaha juga menjadi warna dari kondisi pengelolaan usaha saat ini. Perubahan lingkungan yang tidak dapat diprediksi juga menjadi sebab usaha ini tidak tumbuh baik.

Dari hasil survey pendahuluan tersebut dirancang materi pemasaran yang relevan, sederhana, dan mudah dimengerti. Materi pokok berkisar pada lanjutan konsep pemasaran, dan teknik/strategi pemasaran online. Materi-materi tersebut merupakan materi lanjutan setelah tahun lalu kegiatan pengabdian menyampaikan materi tentang perencanaan pemasaran. Penyampaian materi strategi pemasaran online kali ini ditujukan untuk memberi pemahaman pelaku usaha bagaimana seharusnya memasarkan sekaligus menjual produknya dengan lebih baik.

Tahap Penyuluhan

Sebelum dilakukan penyuluhan, berbagai hal menyangkut teknis pelaksanaan dipersiapkan seperti penentuan jumlah peserta, tempat, dan waktu penyuluhan. Kegiatan penyuluhan dilakukan pada Sabtu, 11 Maret 2023.

Jumlah peserta kegiatan 20 orang dari unsur pelaku usaha kerajinan gula aren di Medas, desa Taman Sari Lombok Barat. Adapun materi penyuluhan adalah sebagai berikut:

1. Pentingnya perencanaan pemasaran,
2. Tehnik/strategi pemasaran, dan
3. Strategi pemasaran online.

Setelah materi disampaikan maka dilakukan tanya jawab tentang hal-hal yang berhubungan dengan materi maupun pengalaman usaha peserta. Kegiatan tersebut sangat partisipatif dan kondusif kalau melihat respons dan antusias dari peserta penyuluhan. Mereka memberikan pertanyaan sekaligus berbagi pengalaman di antara mereka dan memberi solusi atas persoalan yang dihadapi peserta lainnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penyuluhan dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat FEB Unram dengan memfokuskan pada peningkatan pengetahuan dan kemampuan pelaku usaha gula aren di Medas, Desa Taman Sari, Kabupaten Lombok Barat pada aspek strategi pemasaran. Materi ini relevan dengan persoalan mendasar yang dihadapi pelaku usaha yakni mereka mengalami turunnya penjualan semenjak pandemi covid-19 yang efeknya dirasakan sejak awal tahun 2020 lalu. Pandemi ini juga telah merubah pola belanja dan perilaku konsumen, yang lebih menyukai bekerja dan berbelanja dari rumah (online).

Dalam kegiatan penyuluhan tersebut peserta menyampaikan pertanyaan, berbagi pengalaman, dan mengajukan solusi sendiri atas masalah yang dihadapi, atau bahkan ikut memberi solusi atas persoalan peserta lain. Pengetahuan ini membantu mereka membangun kembali harapannya untuk terus menghidupkan usahanya.

Saran

Kegiatan pengabdian berikutnya disarankan selain melanjutkan aspek strategi pemasaran, materi yang disampaikan juga supaya diperluas ke aspek produksi. Aspek produksi menyangkut bagaimana sebuah usaha dikelola secara efektif, efisien, dan juga menyampaikan produk yang berkualitas. Aspek produksi juga konsep yang menjawab konteks fleksibilitas, yakni bahwa suatu usaha harus senantiasa memproduksi dan menawarkan beragam jenis varian untuk menghindari risiko kejenuhan atas produk tunggal.

Namun demikian diperlukan suatu survey yang lebih mendalam tentang seluruh aspek manajemen usaha gula aren agar kegiatan pengabdian ini hasilnya benar-benar dapat dimanfaatkan untuk kesinambungan usaha dimasa datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziz N. 2007. *Penerapan Sistem Informasi Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Malang*. Malang: Universitas Muhammadiyah.
- Baharuddin dan Ira, T. 2009. *Hasil Hutan Bukan Kayu*. Makasar: Fakultas Kehutanan, Universitas Hasanuddin.
- Bank Indonesia. 2008. "Pola Pembiayaan Usaha Kecil (PPUK) Gula Aren (Gula Semut dan Cetak)". <http://arenindonesia.wordpress.com/panduantentang-aren/bankindonesia>, Diakses tanggal 20 Januari 2022.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, 2008. *UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. www.bi.go.id
- Martowardoyo, Agus. "Bank Indonesia Klaim Peduli Nasib UMKM di Indonesia". <http://www.merdeka.com>, Diakses tanggal 20 Januari 2022.
- Republika.co.id. 2013. *UMKM Serap 97 Persen Tenaga Kerja di Indonesia*. <https://www.republika.co.id>, Diakses tanggal 20 Januari 2022.
- Santia, Masayu Praba. 2014. *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Tahu pada UD. Putra Abian Tubuh*, Mataram: Universitas Mataram.
- Sunanto, H. 1993. *Aren, Budidaya dan Multigunanya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Tambunan, TH Tulus. 2003. *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Aziz N. 2007. *Penerapan Sistem Informasi Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah (UKM) di Kota Malang*. Malang: Universitas Muhammadiyah.
- Ikatan Akuntan Indonesia. 2009. *Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, 2008. *UU No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. www.bi.go.id

- Martowardoyo, Agus. “Bank Indonesia Klaim Peduli Nasib UMKM di Indonesia”.
<http://www.merdeka.com>.
- Santia, Masayu Praba. 2014. *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Tahu pada UD. Putra Abian Tubuh*, Mataram: Universitas Mataram.
- Tambunan, TH Tulus. 2003. *Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.