

Inovasi dan Strategi Pemasaran Produk Industri Kecil di Era New Normal

Mustamim^{1*}, Laila Fatikhatul Ula², Luky Widyastutik³

¹Ekonomi Syariah

Dosen Universitas Wahab Hasbullah

Email: Mustamim@unwaha.ac.id

²Ekonomi Syariah

Universitas Wahab Hasbullah

Email: lailafatikhatulula@gmail.com

³Informatika

Universitas Wahab Hasbullah

Email: lukywidya18@gmail.com

ABSTRACT

In marketing small industrial products in this new normal era, we invite people to innovate in the use of vegetables that can still be reprocessed into products that are worth selling, as well as carry out marketing strategies and product packaging innovations in sales, providing information about the process of making official business licenses from the government. The implementation of this research was conducted in Sidodadi Hamlet, Brangkal Village. Collaborating with 20 traders in the area to conduct socialization. The activity was carried out in October with 2 meetings regarding training and discussions. Using the method of approach, discussion, training, socialization and workshop. As a result, the community is able to make an innovative product and is able to add insight into product packaging innovation. As well as the community is able to know the official business licensing process.

Keywords: Innovation; Strategy; Marketing; Small Industry.

ABSTRAK

Pada pemasaran produk industri kecil di era new normal ini kami mengajak masyarakat untuk menginovasi dalam pemanfaatan sayuran yang masih bisa diolah kembali menjadi produk yang layak jual, serta melakukan strategi pemasaran dan inovasi pengemasan produk dalam penjualannya, memberikan informasi mengenai proses pembuatan izin usaha resmi dari pemerintah. Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di Dusun Sidodadi Desa Brangkal. Melakukan kerjasama dengan 20 pedagang didaerah tersebut untuk melakukan sosialisasi. Kegiatan dilakukan bulan Oktober dengan 2 kali pertemuan mengenai pelatihan dan diskusi. Menggunakan metode pendekatan, diskusi, pelatihan, sosialisasi dan sarasehan. Hasilnya masyarakat mampu membuat sebuah produk inovasi dan mampu menambah wawasan mengenai inovasi pengemasan produk. Serta masyarakat mampu mengetahui proses perizinan usaha secara resmi.

Kata Kunci: Inovasi; Strategi; Pemasaran; Industri Kecil.

PENDAHULUAN

Mata pencaharian masyarakat di Desa Brangkal ini sebagian besar adalah petani dan peternak. Tingkat pendidikannya tergolong baik mulai dari informal maupun nonformal yang terlihat dari kegiatan pendidikannya secara antusias diikuti oleh masyarakat sekitar. Kondisi masyarakat di Desa Brangkal relatif tentram dan damai. Hal ini terlihat dari banyaknya fasilitas dan prasarana yang menunjang kegiatan di masyarakat seperti balai desa, musholah, masjid, yayasan pendidikan, taman pendidikan Al-Qur'an, PAUD, dan lain sebagainya. kebijakan pemberdayaan UKM dalam secara umum diarahkan untuk mendukung upaya-upaya penanggulangan kemiskinan dan kesenjangan, penciptaan kesempatan

kerja dan peningkatan ekspor, yang menjadi prioritas pembangunan nasional. Dalam kerangka itu pengembangan usaha kecil menengah (UKM) di Desa Brangkal Kecamatan Bandarkedungmulyo diarahkan agar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penciptaan kesempatan kerja, peningkatan ekspor dan peningkatan daya saing yang baik, sementara itu pengembangan usaha skala mikro diarahkan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan masyarakat yang berpenghasilan rendah, khususnya di sektor pertanian dan perdesaan.

Dari segi pekerjaan sendiri mayoritas warga Desa Brangkal terjun pada aspek pertanian namun juga banyak warga yang memiliki usaha rumahan seperti toko kelontong, ternak lele, peternak sapi dan masih banyak lainnya. Dan rata-rata warga menjual barang dagangannya di pasar terutama petani kangkung yang nantinya dijual di pasar seluruh jombang seperti pasar legi jombang, pasar peterongan, pasar pon jombang, dan pasar perak.

Di antara berbagai faktor penyebabnya, rendahnya tingkat penguasaan teknologi dan kemampuan wirausaha di kalangan UMKM menjadi issue yang menggebu saat ini. Pengembangan UMKM secara parsial selama ini tidak banyak memberikan hasil yang maksimal terhadap peningkatan kinerja UMKM, perkembangan ekonomi secara lebih luas mengakibatkan tingkat daya saing Desa Brangkal tertinggal dibandingkan dengan desa dan kota-kota lain yang ada di Indonesia. Karena itu kebijakan bagi UMKM bukan karena ukurannya yang kecil akan tetapi karena produktivitasnya yang sangat rendah. Dalam peningkatan produktivitas UMKM akan berdampak luas pada perbaikan kesejahteraan rakyat karena UMKM yaitu tempat dimana banyak orang menggantungkan sumber kehidupannya. Salah satu alternatif dalam meningkatkan produktivitas UMKM adalah dengan melakukan modernisasi sistem usaha dan perangkat kebijakannya yang sistemik sehingga akan memberikan dampak yang lebih luas lagi dalam meningkatkan daya saing daerah. Berdasarkan sosialisasi sesarehan yang telah diadakan di balaidesa bahwa Masyarakat didesa Brangkal Bandar Kedungmulyo kabupaten jombang yang mayoritas ibu-ibu mengalami banyak kendala atau hambatan dalam mengembangkan inovasi dan strategi pemasaran dalam Usaha Kecil Menengah (UKM) atau pelatihan secara intensif dalam inovasi dan strategi pemasaran produk di era new normal. Kegiatan ini mendukung kualitas produk, inovasi produk, strategi pemasaran dan mendukung program pemerintah khususnya wilayah Desa Brangkal Kecamatan Bandarkedungmulyo Kabupaten Jombang. Kendala yang sedang dihadapi oleh masyarakat sekitar yaitu kurang tahu banyaknya inovasi pengolahan bahan sayur-sayuran yang melimpah ruah yaitu seperti sawi, terong, jagung, bayem dan kangkung. Memanfaatkan Sayur-sayuran yang ada di desa brangkal menjadi suatu produk menjadikan salah satu inovasi yang nantinya kedepan bisa meningkatkan suatu perekonomian dan suatu usaha kecil menengah (UKM) dikalangan ibu rumah tangga.

METODE

Sasaran pada kegiatan ini yaitu pedagang yang memiliki usaha dan yang memiliki potensi untuk dipasarkan di media sosial. Kegiatan ini dilaksanakan di Desa Brangkal Bandarkedungmulyo Jombang dengan kisaran peserta 20 orang. Kegiatan ini melibatkan masyarakat brangkal yang memiliki keinginan untuk memulai usaha atau meneruskan usaha yang pernah didirikan lalu menjual atau memasarkan produknya pada media sosial dan cara mendapatkan no P-IRT usaha di dinas kesehatan atau mengikuti pelatihan.

Metode pendekatan yang digunakan pada kegiatan ini yaitu dengan diskusi langsung yang dilakukan dengan melakukan pelatihan. Pada metode diskusi ini dilakukan serasehan dalam berinovasi dan strategi prodak. Yaitu dengan menggunakan metode pelatihan melalui bentuk sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan secara intensif dengan melakukan pembuatan produk inovasi. Metode diskusi, workshop dan pelatihan yang digunakan akan dilaksanakan selama 2 hari.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat ini telah dilakukan pada bulan Oktober 2020 yaitu pada awal program kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilaksanakan dengan melakukan koordinasi awal melalui ijin pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dengan pelaku usaha mikro antara lain keripik singkong, keripik pare. Rata-rata warga menjual barang dagangannya di depan rumah. Hasil observasi menunjukkan bahwa para pelaku usaha/industri kecil di desa Brangkal, kurangnya inovasi produk dan strategi pemasaran dan pengemasan yang menarik para konsumen. Selain itu, kurangnya pengetahuan akan pembuatan surat perizinan usaha perdagangan.

Penyusunan materi pada kegiatan ini disusun oleh tim pelaksana kegiatan dengan melakukan kajian pustaka dari berbagai referensi terkait dengan inovasi produk, strategi pemasaran dan mengenai pembuatan surat izin usaha perdagangan. Tahap penyusunan materi ini dimulai pada awal pelaksanaan dan digunakan untuk kegiatan sosialisasi, dan teori. Selain itu, dilaksanakan pelatihan usaha dengan menyusun tema-tema pelatihan ekonomi kreatif oleh tim pelaksana kegiatan. Kegiatan perancangan UMKM menyusun sosialisasi (teori), pengumpulan alat dan bahan inovasi produk, dan pelatihan ekonomi kreatif.

Pada pelaksanaan kegiatan sosialisasi pembelajaran inovasi dan strategi pemasaran produk mendukung pelaku usaha mengetahui inovasi dan strategi pemasaran yang bisa menarik konsumen melalui kegiatan sarasehan. Sosialisasi ini dilaksanakan untuk memberikan wawasan/pengetahuan dan informasi tambahan kepada pelaku-pelaku usaha/industri kecil. Kegiatan ini diikuti oleh para pelaku usaha sebanyak 20 orang yang bertempat di Balai Desa Brangkal Kecamatan Bandarkedungmulyo Jombang.

Kegiatan selanjutnya adalah tanya jawab antara narasumber dengan para pelaku usaha. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa banyak dari pelaku usaha kebingungan ketika memanfaatkan sumber daya alam yang ada dan sesuai permintaan konsumen. Salah satu contoh pemanfaatan sayuran (kangkung) dan rempah-rempah.

Kegiatan ini bertujuan untuk melihat keaktifan, keterampilan dan kemampuan pelaku usaha/industri dalam merancang dan membuat inovasi produk dari sumber daya alam yang ada di desa Brangkal. Kegiatan ini dilakukan dengan mendampingi pelaku usaha dalam merancang dan membuat produk inovasi produk dan pelabelan produk yang akan di pasarkan kekonsumen.

Tabel 1. Hasil Penilaian Keterampilan Pelaku Usaha

No	Uraian	Skor Rata-rata
1	Kemampuan memahami langkah-langkah pembuatan produk	3.4
2	Kemampuan pembuatan produk	3.2
3	Kemampuan mendemonstrasikan produk	3.7
4	Kemampuan pemahaman pelabelan produk	3.6

Keterangan:
70% Peserta pelatihan memiliki keterampilan yang Baik
30% Peserta pelatihan memiliki keterampilan yang Cukup Baik

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat dapat disimpulkan hal-hal sebagai berikut yaitu: (1) memberikan wawasan, pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan inovasi produk dalam pemanfaatan SDA yang ada di desa Brangkal, (2) membantu mitra dalam pengemasan olahan makanan dan pebelan yang menarik disertai dengan brand masing-masing produk agar dapat menarik konsumen; dan (3) membantu mitra usaha dalam pembuatan surat izin usaha perdagangan agar bisa dikenal semua kalangan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memang sudah dilaksanakan sampai dengan tahap pelatihan ekonomi kreatif. Perlu diperhatikan bahwa kegiatan ini tidak berhenti hanya pada saat kegiatan dilaksanakan. Namun, kegiatan ini diharapkan dapat terus dilaksanakan pelaku usaha mikro di Desa Brangkal. Hal yang perlu dilakukan adalah meningkatkan konten promosi di media sosial, memberikan inovasi dan kekreatifan dalam pelaku usaha dalam mengelola SDA secara inovasi di Era New Normal.

DAFTAR RUJUKAN

LLPM. (2019). Buku Panduan Kuliah Kerja Nyata (KKN) Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (PPM). Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.

Kompasiana.com. (2020). Strategi Pemasaran Diera New Normal.

<https://www.kompasiana.com/konsultanniaga/5eda0adcd541df5bca6b0224/strategi-pemasaran-di-era-new-normal>. Diakses pada 8 November 2020.