

Program PPM	KOMPETITIF
Sumber Dana	DIPA Universitas Andalas
Besar Anggaran	Rp 4.500.000,-
Tim Pelaksana	Hendra Lukito dan Irsyal Ali
Fakultas	Ekonomi
Lokasi	Kab. Tanah Datar, Sumatera Barat

UPAYA MENINGKATKAN PANGSA PASAR MAKANAN TRADISIONAL "KERUPUK BAWANG IRIS" MELALUI PENERAPAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN (MARKETING MIX)

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Usaha yang menonjol di kabupaten Tanah Datar adalah usaha makanan tradisional seperti dakak-dakak, kue dingkek, paniaram, kerupuk kulit, **kerupuk bawang iris**, kerupuk ubi jalar, kipang kacang, dan lain-lain. Selama ini Pemerintah Daerah sudah melakukan berbagai usaha pelatihan manajemen dan usaha promosi melalui pameran di berbagai arena pekan raya untuk meningkatkan pendapatan pengusaha tersebut.

Salah satu usaha rumah tangga yang cukup potensial perkembangannya adalah usaha kerupuk bawang merek "Usaha Murni" yang beralamat di Batu Balang No.12 Pagaruyung Batu Sangkar, yang dimiliki oleh Bapak Zainiar dengan mengantongi ijin dari Depkes P-IRT No. 206130508032. Usaha kecil berskala rumah tangga ini didirikan pada awal tahun 2000. Kue bawang ini dinilai unik karena proses pencetakannya menggunakan pisau yaitu di iris tipis-tipis, tidak menggunakan cetakan kue bawang 'ampia' seperti kue bawang pada umumnya. Menurut observasi dan wawancara pendahuluan dengan Bapak Zainiar, beliau mengutarakan bila menggunakan cetakan mesin (ampia) maka kekhasan dari makanan ini akan hilang dan rasanya pun kurang enak. Kue bawang iris terbuat dari bahan tradisional yang terdiri dari campuran tepung terigu, tepung tapioka, telur, bawang putih, daun seledri dan daun bawang serta garam. Sebelum merintis usaha ini, pemilik bekerja di bank BRI dan setelah pensiun pemilik mempunyai keinginan untuk membuka usaha sendiri untuk meningkatkan ekonomi keluarga yaitu usaha tanaman hias, namun usaha itu tidak berlangsung lama.

Dan sayangnya usaha ini dikelola dengan manajemen tradisional, belum dikelola dengan manajemen modern, padahal usaha ini menjanjikan prospek yang sangat bagus. Pengelolaan usaha dengan manajemen tradisional memberikan jaminan yang kecil, terhadap kesinambungan usaha. Hal ini terbukti dari kajian Tambunan (2001) bahwa beberapa usaha mengalami kebangkrutan karena manajemen yang tidak baik.

Dan pengusaha kerupuk bawang iris belum menyadari perlunya manajemen pemasaran yang baik untuk keberlangsungan usaha maupun untuk meningkatkan efisiensi serta untuk kepentingan pengembangan. Dalam operasionalnya menurut Tambunan (2001) industri kecil menghadapi kendala pokok manajemen pemasaran yang meliputi; 1) menganalisis peluang-peluang pemasaran, dan 2) menentukan program pemasaran dengan menggunakan strategi bauran pemasaran yaitu produk, promosi, harga, dan distribusi.

Dengan melihat permasalahan-pemmasalahan di atas, maka diperlukan peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengusaha kerupuk bawang iris melalui pelatihan dan konsultasi manajemen pemasaran. Dengan adanya pelatihan tersebut diharapkan dapat mengembangkan pemasarannya dengan profesional dan mampu meningkatkan pangsa pasar (*market share*) yang akan mereka raih

Pengertian Manajemen Pemasaran dan Konsep Pemasaran

Menurut Kotler (2003:97) manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dan organisasi.

Lamb et.al (2001) menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep, harga, promosi, dan distribusi sejumlah ide, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi. Lebih lanjut Kotler

(2003:102) menyatakan bahwa penanganan proses pertukaran ini supaya berhasil menuntut sejumlah besar kerja dan keterampilan. Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran serta mendapatkan, menjaga dan menambah jumlah pelanggan melalui penciptaan, penyerahan dan pengkomunikasian nilai pelanggan yang unggul.

Bauran Pemasaran

Dalam bukunya Philip Kotler mendefinisikan bahwa *marketing mix* adalah kelompok kiat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya dalam pasar sasaran. Ada 4 faktor dalam bauran pemasaran (Kotler, 2003) yaitu:

1) *Product*

Product merupakan sesuatu yang ditawarkan ke dalam pasar untuk dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan, termasuk di dalamnya adalah objek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi dan gagasan.

2) *Price*

Price merupakan jumlah uang yang harus dibayar pelanggan dan konsumen untuk suatu produk.

3) *Promotion*

Promotion merupakan kegiatan mengkomunikasikan informasi dari penjual ke pembeli atau pihak lain dalam saluran penjualan untuk mempengaruhi sikap dan perilaku

4) *Distribution*

Distribution berhubungan dengan proses menyampaikan produk ke konsumen. Produk tidak akan mempunyai arti apa-apa bagi konsumen apabila tidak disampaikan atau tidak tersedia pada saat dan tempat yang diinginkan konsumen.

Perumusan Masalah

Dalam melakukan kegiatan pemasaran ditemui beberapa kelemahan-kelemahan. Kelemahan dalam manajemen ini dapat dilihat dari beberapa aspek yaitu:

1. Pengusaha kerupuk bawang iris ini dalam memasarkan produknya belum memiliki sistem pengepakan produk yang baik, walaupun sudah memiliki kemasan plastik bermerek tetapi berpotensi hancur saat pengiriman pesanan ke konsumen karena tertimpa produk lain oleh jasa ekspedisi,
2. Pengusaha kerupuk bawang iris dalam memasarkan produknya dengan harga penjualan (*price*) yang belum mendatangkan tingkat laba yang wajar sesuai dengan proses produksi yang dilalui
3. Pengusaha kecil kue bawang iris di Batu Balang Pagaruyung dalam memasarkan produknya belum menggunakan saluran distribusi/perantara (*distribution*) sehingga belum mampu menyalurkan (mendistribusikan) produk dalam skala besar ke daerah pemasaran potensial
4. Pengusaha kecil kue bawang iris di Batu Balang Pagaruyung dalam memasarkan kue bawang iris belum melakukan kegiatan promosi (*promotion*) seperti pencetakan kartu nama, brosur, pemasangan spanduk di jalan utama di kota Batu Sangkar, tetapi masih sebatas informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*)

Tujuan Kegiatan

Tujuan kegiatan pelatihan ini adalah :

1. Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan pengusaha dalam memasarkan kue bawang iris yang memiliki kemasan yang lebih menarik dan sistem pengepakan produk yang lebih baik sehingga pada saat produk sampai ke tangan konsumen dalam keadaan baik dan tidak hancur
2. Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan pengusaha kue bawang iris dalam memasarkan kue bawang iris dengan harga penjualan (*price*) yang bersaing dengan produksi kue bawang iris dari kota Padang (Indarung) yang dikelola oleh keponakan beliau sebagai kompetitor
3. Meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan pengusaha dalam memasarkan kue bawang iris dengan menggunakan saluran distribusi/perantara (*distribution*) yang mampu menyalurkan (mendistribusikan) produk dalam skala besar ke daerah pemasaran terutama ke Riau Daratan dan Riau Kepulauan
4. Pelatihan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan pengusaha dalam memasarkan kue bawang iris dengan melakukan kegiatan promosi (*promotion*) yang

sederhana dan mudah di ingat seperti mengikuti pameran-pameran, pekan budaya, membuat kartu nama dan dibagikan pada saat mengikuti pameran, memasang spanduk di jalan utama kota Batu Sangkar pada saat menjelang hari Raya Idul Fitri, dan hari libur panjang sehingga mudah di ingat oleh konsumen.

Manfaat Kegiatan

Manfaat kegiatan pelatihan manajemen pemasaran ini adalah :

- a. Pelatihan diharapkan berguna untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan manajemen pemasaran pengusaha kue bawang iris dalam memasarkan kue bawang iris ke daerah pemasaran potensial, sehingga produk yang dihasilkan memiliki kemasan yang menarik sehingga dapat meningkatkan citra produk sehingga produk dapat diterima oleh segmen pasar yang lebih *premium* misalnya supermarket atau pasar modern di berbagai daerah penjualan yang potensial dan kerupuk bawang iris tidak akan hancur sampai ke tangan konsumen
- b. Pelatihan diharapkan berguna untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan manajemen pemasaran pengusaha kue bawang iris dalam memasarkan kue bawang iris ke daerah pemasaran potensial dengan harga (*price*) yang kompetitif
- c. Pelatihan diharapkan berguna untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan manajemen pemasaran pengusaha kerupuk bawang iris dalam memasarkannya daerah pemasaran potensial dengan menggunakan jasa perantara (*distribution*) yang efektif dan efisien
- d. Pelatihan diharapkan berguna untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan manajemen pemasaran pengusaha kue bawang iris dalam memasarkannya ke daerah pemasaran potensial dengan kegiatan promosi (*promotion*) terencana dengan baik dan sistematis serta dengan biaya yang murah

Pemecahan Masalah

Pemecahan permasalahan dapat kita dapat membagi kondisi yaitu 1) kondisi sebelum pelatihan dan 2) kondisi setelah pelatihan

1. Kondisi sebelum pelatihan manajemen pemasaran, dapat ditemui hal-hal berikut
 - a. Pengusaha kerupuk bawang iris dalam memasarkan produknya masih menghadapi masalah kemasan yang belum mencerminkan ciri khas daerah Kab Tanah Datar dan menghadapi kompetitor yang memiliki kemasan yang lebih menarik yang terbuat dari kertas karton yang *full colors*
 - b. Pengusaha kerupuk bawang iris dalam memasarkan produknya masih menghadapi masalah harga yang belum memberikan tingkat keuntungan yang wajar
 - c. Pengusaha kerupuk bawang iris dalam memasarkan kerupuk bawang iris masih menghadapi masalah pendistribusian produk yang belum optimal di daerah propinsi Riau Daratan dan Riau Kepulauan, dimana banyak permintaan dari daerah tersebut yang belum dapat didistribusikan dengan optimal karena kekurangan armada dan tenaga pemasaran.
 - d. Pengusaha kerupuk bawang iris dalam memasarkan produknya masih menghadapi masalah dimana belum melakukan kegiatan promosi secara sederhana baik berupa brosur maupun spanduk , tetapi hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut (*word of mounth*)

2. Kondisi setelah pelatihan manajemen pemasaran

Kegiatan pelatihan manajemen pemasaran ini mendatangkan manfaat dimana pengusaha kerupuk bawang iris semakin meningkat pengetahuan dan ketampilannya dalam mengelola usaha kerupuk bawang iris dan mampu menyelesaikan permasalahan yang timbul di bidang pemasaran. Hasil evaluasi yang dilaksanakan setelah pelatihan menunjukkan bahwa adanya peningkatan pengetahuan dan ketrampilan pengusaha dalam mengelola usahanya.

METODE PENGABDIAN

Pelaksanaan Kegiatan

Realisasi pemecahan masalah manajemen pemasaran yang dihadapi oleh pengusaha kerupuk bawang iris ini, dilaksanakan melalui kegiatan pelatihan pemasaran berupa konsultasi bisnis pada hari Sabtu tanggal 16 Mai 2009 bertempat di kediaman pemilik usaha kerupuk bawang iris

yang sekaligus merangkap tempat usaha kerupuk bawang iris. Pada pelatihan diberi uraian tentang bagaimana mengelola usaha dan kegiatan ini dilakukan secara informal dan bersifat kekeluargaan karena tim Pengabdian menilai Bapak pemilik usaha pada dasarnya sudah memiliki pengetahuan dasar tentang manajemen yang cukup baik, sehingga lebih memfokuskan kepada konsultasi bisnis bagaimana meningkatkan penjualan. Kemudian dilanjutkan dengan kegiatan konsultasi bisnis pada hari Jumat tanggal 18 September 2009 sekaligus melakukan kegiatan *monitoring* terhadap kegiatan pengelolaan pemasan yang sudah diterapkan oleh usaha kerupuk bawang iris ini pasca dilakukan kegiatan konsultasi bisnis pada tanggal 16 Mei 2009 yang lalu. Setelah itu diberikan saran-saran terhadap kegiatan pemasaran yang telah dilakukan.

Khalayak Sasaran

Untuk materi konsultasi bisnis cukup dihadiri oleh 4 peserta yaitu Bapak dan Ibu Zainir sebagai pemilik terdahulu dan ditambah 2 orang putra putrinya yaitu Bapak M.Rafiza,A.Md sebagai pimpinan perusahaan dan Murni,SP sebagai tenaga *marketing*.

Keterkaitan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini hanya melibatkan Tim pelaksana dari Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Andalas yaitu Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Andalas serta tidak melibatkan instansi lain.

Metode Kegiatan

Metode yang digunakan dalam kegiatan yang akan dilaksanakan adalah;

1. Metode konsultasi bisnis
Pengusaha dapat mengkonsultasikan masalah kemasan, label, merek, harga, distribusi dan promosi kerupuk bawang iris kepada pelatih/staf pengajar. Dan mencari solusi dari permasalahan yang berhubungan dengan kemasan, label, merek, harga, distribusi dan promosi kerupuk bawang iris yang sedang dihadapi oleh pengusaha
2. Metode Studi Kasus
Metode Studi Kasus memberikan kesempatan untuk bertanya kepada pemilik usaha dan mencari jalan pemecahan dari pertanyaan atau permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan usahanya. Pada metode studi kasus ini akan disediakan empat kasus manajemen pemasaran yaitu (1) kasus produk, kemasan, label dan merek (2)kasus harga (3) kasus distribusi (4)kasus promosi.

Rancangan Evaluasi

Dampak pelatihan terhadap perkembangan usaha dapat diukur secara kuantitatif dengan cara sebagai berikut:

1. Peningkatan omzet penjualan.
2. Peningkatan laba usaha.
3. Peningkatan kekayaan perusahaan
4. Cepatnya perputaran usaha.

Sedangkan secara kualitatif hasil kegiatan dapat dievaluasi dengan adanya perubahan persepsi dan sikap pengusaha terhadap aspek pengelolaan usaha menuju ke jenjang yang lebih profesional

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kegiatan Umum

Kegiatan pelatihan manajemen pemasaran bagi pengusaha kerupuk bawang iris di Batu Balang dan telah mendatangkan manfaat secara umum yaitu adanya peningkatan pengetahuan dan ketrampilan pengusaha kerupuk bawang iris ini dibidang manajemen pemasaran sehingga diharapkan dapat memecahkan permasalahan yang kelak terjadi Hasil evaluasi pelatihan menunjukkan bahwa nilai pengetahuan dan ketrampilan pengusaha kerupuk bawang iris setelah pelatihan semakin meningkat secara *significant*.

Hasil Kegiatan Khusus

Manfaat khusus kegiatan ini adalah:

- a. Pengusaha kerupuk bawang iris di Batu Balang telah memiliki pengetahuan dan ketrampilan dalam mengemas kerupuk bawang iris agar tidak mudah hancur ke dalam kemasan plastik yang lebih tebal
- b. Pengusaha kerupuk bawang iris and telah memiliki pengetahuan dan ketrampilan dalam memasarkan kerupuk bawang dengan harga penjualan yang lebih kompetitif dan mendapatkan laba yang wajar
- c. Pengusaha kerupuk bawang iris di Batu Balang telah memiliki pengetahuan dan ketrampilan dalam memasarkan produk dengan dengan memanfaatkan pelanggan yang loyal sebagai perantara yang akan menyebarkan produk dengan menggunakan angkutan travel dan dengan biaya distribusi yang lebih murah, efektif dan efisien
- d. Pengusaha kerupuk bawang iris di Batu Balang telah memiliki pengetahuan dan ketrampilan dalam memasarkan kerupuk bawang dengan menggunakan kegiatan promosi yang makin maksimum dengan cara tetap mengoptimalkan promosi dari mulut ke mulut dengan juga tetap meningkatkan pelayanan ke pada pelanggan dan mempertahankan rasa kerupuk bawang iris tersebut dari waktu ke waktu.

Faktor Penghambat Dan Pendorong

1. Faktor pendorong:
 - a. Adanya minat yang besar dari pengusaha kerupuk bawng iris untuk mempelajari ilmu manajemen pemasaran
 - b. Pelatihan manajemen pemasaran yang dilakukan pendapat dukungan penuh dari pemilik usaha kerupuk bawang iris
 - c. Tersedianya tempat pelatihan yang cukup memadai
 - d. Pengusaha kerupuk bawang iris berpendidikan sehingga materi lebih mudah diserap
2. Faktor penghambat
 - a. Karena keterbatasan waktu pelatihan, sehingga tidak semua materi bisa disampaikan secara lengkap
 - b. Jarak tempat usaha kerupuk bawang iris yang cukup jauh dari kota Padang membuat konsultasi kadang dilakukan via telpon sehingga hasil konsultasi kurang optimum, karena pelatih tidak dapat setiap saat melakukan *monitoring* terhadap kegiatan usaha perusahaan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pada dasarnya permasalahan manajemen pemasaran yang dihadapi oleh pengusaha kerupuk bawang iris di Batu Balang adalah kurangnya pengetahuan dan ketrampilan pengusaha dalam bidang manajemen pemasaran, sehingga menyebabkan kurang maksimalnya pengetahuan dan ketrampilan mereka dalam menyelesaikan permasalahan pemasaran yang mereka temui pada saat kegiatan produksi sampai pada saat produk dipasarkan. Pelatihan manajemen pemasaran bagi pengusaha kerupuk bawang iris telah dilaksanakan 2 tahap yaitu tahap pertama pada hari Sabtu tanggal 16 Mei 2009 bertempat di kediaman pengusaha kerupuk bawang iris sekaligus merangkap tempat usaha kerupuk tersebut, yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pengetahuan dan ketrampilan pengusaha kerupuk bawang iris sehingga pelatihan yang diberikan akan dapat meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan manajemen pemasaran pengusaha kerupuk bawang iris tersebut sehingga permasalahan yang terjadi akan dapat diselesaikan dengan lebih baik. Tahap kedua di laksanakan pada hari Jumat tanggal 18 September 2009 dengan materi konsultasi bisnis sekaligus melakukan kegiatan *monitoring* terhadap materi yang diberikan pada tahap pertama.

Kegiatan pelatihan manajemen pemasaran bagi pengusaha kerupuk bawang iris di Batu Balang telah membawa manfaat secara umum yaitu meningkatkan kualitas pengetahuan dan ketrampilan yang dimiliki oleh pengusahakerupuk bawang iris, sehingga dapat memecahkan permasalahan manajemen pemasaran yang terjadi pada saat produksi sampai produk tersebut dapat dipasarkan

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat kami sarankan sebagai berikut:

- a. Agar pelatihan yang telah dilaksanakan dilanjutkan dengan pelatihan khusus yang bersifat komprehensif dan bersifat multidisiplin
- b. Waktu pelaksanaan pelatihan yang lebih lama, sehingga materi yang diberikan lebih lengkap

DAFTAR PUSTAKA

- Bahri & Zain . 2002. *Strategi Belajar Mengajar*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Buchari Alma. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta,
- Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta, 1998
- Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*. Engelwood Cliffs: Prentice Hall International Inc. A Division of Simoon and Scuster.
- Lamb, Hair and McDaniel.2001. *Marketing*. Singapore: South-Western College Publishing
- Tambunan, Tulus, Peranan UKM bagi Perekonomian Indonesia dan Prospeknya, Usahawan No. 07 tahun XXX, Juli 2002
- Sucherly, 1998. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Pelatihan: Capability Development Program Skill Development Project-Jawa Barat. Fakultas Ekonomi. Bandung: Universitas Padjadjaran
- Stanton & Futrell.1997. *Fundamental of Marketing*. Singapore: McGraw Hill.
- Sugiyono.2004.*Metode Penelitian Bisnis*.PT.Alfa Beta, Bandung
- Schiffman and Kanuk. 2004. *Consumer Behavior*. New York: Prentice Hall International, Inc.
- Zeithaml, Valarie A and Mary Jo Bitner. 2000. *Service Marketing*. Singapore: Mc Graw-Hill Companies Inc.