

PENATAAN MANAJEMEN USAHA DAN STRATEGI PEMASARAN MELALUI PEMBUATAN SIRUP NANAS DENGAN BERBASIS HOME INDUSTRI DI KELOMPOK PKK RT.04 RW.07 LINGK. TELENGSARI JEMBER

**BUDI SANTOSO,SE,MM,M.Akum
NIDN 0709107301**

ABSTRAKSI

Penyuluhan penataan manajemen usaha dan strategi pemasaran melalui pembuatan sirup nanas dengan berbasis home industri di kelompok pkk rt.04 rw.07 lingk. telengsari jember

Tujuan program ini adalah Untuk Terwujudnya ketrampilan berwirausaha bagi masyarakat, sehingga masyarakat dapat memberikan kontribusi nyata untuk mengurangi pengangguran dengan menyerap tenaga kerja melalui usaha pembuatan bros aksesoris hijab, mengingat usaha ini menggunakan prinsip padat karya. Hasil dari pelatihan ini adalah untuk menerapkan salah satu unsur Tri Darma Perguruan tinggi yaitu pengabdian masyarakat dan untuk membantu ibu rumah tangga dalam mendalami manajemen usaha mitra yang tertata dengan baik terutama dari segi pengelolaan administrasi, manajemen dan keuangan Perbaikan sistim produksi, kemasan dan penetapan harga jual agar mampu menghasilkan bros aksesoris hijab yang berkualitas baik sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar atau konsumen.

Kata kunci : Penataan Manajemen Usaha, Pengabdian masyarakat

1. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu soko guru perekonomian Indonesia selain koperasi. Hal ini dapat terlihat dari bukti nyata bahwa sebagian besar UMKM di Indonesia tidak menghadapi krisis di tengah-tengah krisis global pada tahun 2008 lalu. Perkembangan jumlah UMKM dari tahun ke tahun semakin bertambah. Perkembangan UMKM baru terlihat dari sisi jumlahnya saja. Secara umum, khususnya dalam aspek finansial, hanya sedikit UMKM yang mengalami perkembangan dalam hal kinerja keuangannya. Hal ini tak lepas dari ketidaksadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya pengelolaan manajemen perusahaan.

Beberapa Usaha Kecil dan Menengah telah melakukan usaha home industry Telor Asin. Tapi realita yang ada, usaha ini ini belum mampu dijadikan sebagai produk unggulan di UKM yang ada di Di Kelompok PKK RT.04 RW.07 Lingk. Telengsari - Jember . Karena tidak adanya proses manajemen yang baik, maka masyarakat UKM tidak mengetahui dengan pasti berapa keuntungan yang mereka dapatkan dari hasil kegiatan produksi minyak kelapa tersebut.

Fenomena lainnya yang ditemukan adalah usaha ini hanya merupakan bentuk usaha sampingan warga, yang pengerjaannya tidak secara professional sehingga produk ini tidak memiliki daya tarik untuk dibeli konsumen. Masalah yang dihadapi oleh UKM adalah usaha ini belum menerapkan pola manajemen usaha secara baik,

khususnya bagaimana melakukan strategi pemasaran usaha agar mampu bersaing di jenis usaha tersebut. Usaha pembuatan sirup nanas adalah salah satu usaha yang bisa dikembangkan dalam usaha skala industri rumah tangga atau juga dengan skala perusahaan.

Alasan utama penggunaan buah nanas dalam pembuatan sirup nanas adalah bahwa ketersediaan buah nanas yang melimpah di masyarakat dan tidak semua masyarakat melakukan pengolahan lebih lanjut pada buah nanas sebelum di konsumsi.

Sirup adalah larutan oral yang mengandung sukrosa atau gula lain yang berkadar tinggi (sirup simpleks adalah sirup yang hampir jenuh dengan sukrosa). Kadar sukrosa dalam sirup adalah 64-66% , kecuali dinyatakan lain (Syamsuni, 2007). Sirup adalah larutan pekat gula atau gula lain yang cocok yang di dalamnya ditambahkan obat atau zat wewangi, merupakan larutan jerni berasa manis. Dapat ditambahkan gliserol, sorbitol, atau polialkohol yang lain dalam jumlah sedikit, dengan maksud selain untuk menghalangi pembentukan hablur sakarosa, juga dapat meningkatkan kelarutan obat (Anonim, 1978).

Nanas pertama kali di temukan di brazil, bagian wilayah Amerika Selatan namun akhirnya menyebar keseluruh dunia yang beriklim tropis. Prospek agribisnis buah nanas sangat cerah baik di pasaran dalam negeri maupun luar negeri. Di Indonesia nanas sudah menyebar merata di daerah-daerah karena mempunyai sipat tumbuh yang mudah bahkan hampir seluruh wilayah Indonesia dapat di katakan sentral produk nanas.

Buah nanas dapat dimanfaatkan untuk kehidupan manusia, buahnya yang masak dapat di konsumsi sebai buah segar atau atau di olah jadi bahan minuman dan makanan. Produk olahan buah nanas antara lain, manisan, selai (jam) sari buah, juga sirup.

Buah nanas merupakan buah semu, berdaging tebal, mengandung air, zat gula, asam, beberapa jenis aroma dan enzim yang yang khas yaitu *Bromyelin*. Setiap varietas membentuk varietas yang berbeda-beda, begitu pula dengan bentuk warna dan dagingnya ada yang halus dan kasar (ismunandar , 1990).

Sari buah nanas adalah cairan jernih atau hampir jernih yang tidak di fermentasi dan di hasilkan dari buah nanas dengan cara pengepresan dengan cara pengolahan lebih lanjut menjadi sari buah tersebut. Nanas akan lebih awet dan dapat menjadi konsumsi yang praktis dan disenangi oleh konsumen (Anonim, 1983).

Berdasarkan kondisi tersebut maka akan dilakukan pemberdayaan masyarakat UKM dalam meningkatkan pengetahuan manajemen usaha. Selanjutnya, akan dilakukan pengembangan strategi pemasaran Sirup Nanas, sehingga diharapkan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat UKM di Di Kelompok PKK RT.04 RW.07 Lingk. Telengsari – Jember

2. Tujuan Program

Tujuan program ini adalah Untuk menyelesaikan permasalahan di atas, maka akan dilakukan beberapa kegiatan pemberdayaan masyarakat dan mahasiswa KKS. Beberapa kegiatan yang dapat dilakukan dengan memperhatikan potensi dan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat antara lain adalah:

1. Penataan manajemen usaha. Pendekatan yang digunakan adalah manajemen partisipatif dengan mengharapkan keterlibatan anggota kelompok mitra dalam memperbaiki sistem administrasi dan manajemen usaha. Sistem administrasi yang digunakan ditata kembali sehingga dapat teridentifikasi sumber dan penggunaan dana yang digunakan dalam kelompok mitra. Sedangkan aspek manajemen dilakukan dengan membuat perencanaan usaha yang baik, melaksanakan rencana yang telah disusun dan mengevaluasi pelaksanaan kegiatan mitra sehingga mendukung pencapaian tujuan kelompok yaitu meningkatnya pendapatan anggota kelompok mitra.
2. Mengembangkan strategi pemasaran sirup Nanas yang dihasilkan oleh masyarakat dengan cara memberikan pelatihan untuk menjaga kualitas produk minyak kelapa, memperbaiki dan mendesain kemasan, menghitung penetapan harga jual, memperbaiki dan memperluas saluran distribusinya yang dihasilkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.

3. Hasil Yang Diharapkan

Hasil yang diharapkan dalam pengabdian masyarakat ini adalah Kegiatan Pengabdian ini diharapkan dapat memberikan luaran, sebagai berikut:

1. Terciptanya manajemen usaha mitra yang tertata dengan baik terutama dari segi pengelolaan administrasi, manajemen dan keuangan Perbaikan sistim produksi, kemasan dan penetapan harga jual agar mampu menghasilkan sirup yang berkualitas baik sehingga mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar atau konsumen.
2. Terbukanya saluran distribusi pemasaran sirup melalui pengembangan strategi pemasaran yang tepat, sehingga dapat meningkatkan permintaan sirup Hal ini tentunya akan berpengaruh terhadap meningkatkan pendapatan masyarakat Teleng sari jember

Metode Pelaksanaan Program

Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode pengarahan, survei, quatum entreprenuring dan tanya jawab/dialog interaktif kepada ibu PKK terkait produk

SIRUP NANAS Dalam Upaya Menambah Pendapatan Keluarga Di Kelompok PKK
RT.04 RW.07 Lingk. Telengsari – Jember

Lokasi Pelaksanaan Pengabdian

Pengabdian pada masyarakat ini dilakukan pada Home Industri “SIRUP NANAS”
Dalam Upaya Menambah Pendapatan Keluarga Di Kelompok PKK RT.04 RW.07
Lingk. Telengsari - Jember

Hasil Kegiatan

Kegiatan Pengabdian yang dilakukan dimulai dengan koordinasi dengan kelompok UKM dan ibu PKK Telengsari Jember Kita mengadakan penyuluhan penataan manajemen dengan pembekalan yang menyangkut materi manajemen usaha dan strategi pemasaran pada UKM dan Ibu PKK. Pembekalan dilakukan dua tahap yaitu pembekalan umum dengan materi menyangkut teknik sosialisasi dan adaptasi dengan masyarakat sekitar, selanjutnya diikuti dengan pembekalan khusus oleh tim Pengabdian yang menyangkut materi manajemen usaha dan strategi pemasaran, dan praktek selanjutnya dilakukan dilokasi ditempat UKM dengan didampingi oleh dosen pendamping.

Pembahasan Kegiatan

Ide Produk menyangkut materi manajemen usaha dan strategi pemasaran

Saat ini ekosistem mangrove belum begitu diperhatikan, banyak terjadi pengrusakan mangrove di berbagai tempat di Indonesia. Kegiatan perusakan ini terjadi karena masyarakat belum memahami tentang pentingnya nilai mangrove baik secara ekologis maupun ekonomis. Ide pembuatan usaha ini berasal dari adanya keinginan untuk meningkatkan nilai ekonomis usahatani nanas dengan tetap memperhatikan kelestarian ekosistem mangrove. Buah *nanas* dipilih sebagai bahan baku karena buah tersebut memiliki rasa, aroma, dan tekstur yang khas sehingga berpotensi untuk dijadikan sirup. Keamanan, kelayakan konsumsi serta keunggulan dari sirup dapat diketahui dari hasil penelitian pada tahun 2006 oleh Raindly dkk. Penelitian memberikan hasil yang menunjukkan bahwa sirup *Nanas* telah layak dan aman untuk dikonsumsi sesuai SNI 01-3544-1994. Selain itu sirup *Nanas* ini memiliki keunggulan yang belum ditemui pada produk sirup di pasaran secara umum yaitu memiliki kandungan yodium dan kaya vitamin C.

Deskripsi Usaha Sirup Nanas

Hasil penelitian Raindly dkk (2006) mempunyai peluang besar untuk dijadikan suatu inovasi wirausaha baru berskala home industri. Wirausaha baru di bidang sirup ini sangat potensial menjadi unit usaha baru karena produk tersebut merupakan suatu inovasi baru di

bidang industri sirup, selain itu keunggulan yang dimiliki produk tersebut belum dijumpai pada produk sirup yang ada dipasaran. Nilai lebih dari produk tersebut adalah pemanfaatan sumberdaya alam yang melimpah namun belum dapat dimanfaatkan secara langsung oleh masyarakat. Oleh karena itu pasokan bahan baku produk ini sangat melimpah di Indonesia. Keunggulan dari produk ini antara lain manfaatnya bagi tubuh kita yaitu sangat baik untuk pertumbuhan, perkembangan, kecerdasan, meningkatkan daya tahan tubuh dan perlindungan terhadap radikal bebas penyebab sel kanker.

Nilai positif usaha ini adalah belum adanya usaha sejenis di pasaran, sehingga produk ini belum memiliki kompetitor yang memiliki kesamaan produk dengan produk kami. Pembuatan sirup ini secara massal dilakukan minimal dua kali selama setahun yaitu pada masa panen buah tersebut. Terkait dengan kontinuitas produk sirup ini memiliki waktu produksi yang lebih baik dibandingkan dengan sirup markisa. Sirup nanas diproduksi secara massal hanya sekali dalam setahun pada masa panen. Rencana untuk membuat usaha sirup ini berawal dari animo masyarakat yang sangat antusias menyambut hadirnya produk ini pada waktu awal uji coba penjualan sirup yang telah dilakukan di pasar lokal. Dari hasil uji coba diperoleh tanggapan sangat positif dari masyarakat dengan hadirnya produk ini. Menurut mereka produk ini aneh, unik, enak dan belum ada produk lain yang menyamai. Tanggapan positif dari masyarakat ini membuat mereka penasaran dengan produk sirup kami dan banyak yang memesan untuk dijadikan sebagai minuman konsumsi sehari-hari. Penyediaan produksi sirup yang sudah kami lakukan, memiliki kendala dalam hal pemodal awal usaha. Oleh sebab itu kami berinisiatif untuk menjadikan usaha kami tentang sirup ini menjad usaha unggulan.

Tahap Pemasaran Sirup Nanas

Meskipun banyak manfaat yang dapat diperoleh dari ekosistem mangrove namun sayangnya sebagian besar dari pemanfaatan ekosistem mangrove yang telah dilakukan oleh masyarakat umum cenderung bersifat merusak. Hal ini disebabkan karena masyarakat belum banyak yang tahu tentang pemanfaatan bagian generatif dari ekosistem mangrove yang dapat bernilai ekonomis. Belum banyaknya ragam makanan dan minuman olahan yang diolah dari mangrove di pasaran merupakan factor utama yang memberi peluang produk sirup kami lebih mudah bersaing dengan produk lain dan dapat diterima di pasaran. Selama ini yang memanfaatkan produk olahan dari mangrove hanya ada di luar pulau jawa yaitu di balikpapan, penjualan yang mereka lakukan pun dalam jumlah yang terbatas. Di luar negeri yang sudah mulai memanfaatkan mangrove sebagai produk olahan dan ekowisata adalah singapura.

Kondisi diatas kami anggap sebagai peluang untuk mengembangkan sebuah inovasi wirausaha baru di bidang sirup mangrove yang akan dipasarkan dengan merk dagang "sirup

nanas". Kelebihan produk ini adalah bervitamin C dan beryodium. Selama ini di Negara kita belum dijumpai adanya produk sirup yang mengandung yodium. Yodium sangat bermanfaat bagi tubuh untuk perkembangan, pertumbuhan dan kecerdasan. Dibandingkan produk sejenis sari buah yang ada di pasaran harga sirup mangrove apple cenderung lebih murah yaitu 20 ribu untuk botol berukuran 750ml dan 10 ribu untuk botol berukuran 350ml.

Pemasaran berorientasi kepada produk dan pasar. Pemasaran yang berorientasi pada pasar berarti memahami bahwa konsumen membeli manfaat, bukan sekedar rasa produk yang enak dan unik, sehingga pengusaha harus bersikap aktif dan kreatif dalam mencari dan menemukan kegunaan tambahan zat lain pada bahan baku sirup yang belum diteliti lebih lanjut yang dapat ditawarkan pada konsumen. Didalam memasarkan kami menggunakan beberapa strategi yaitu strategi produk, harga, promosi dan distribusi .

1. Strategi Produk

Strategi produk dilakukan dengan upaya diversifikasi terhadap produk yang dihasilkan. Diversifikasi merupakan hasil inovasi yang patut ditelaah lebih jauh. Dalam hal ini dimungkinkan adanya penambahan zat-zat lain yang tidak berbahaya untuk menjaga dan meningkatkan kualitas produk.

2. Strategi Harga

Strategi harga kami lakukan berdasarkan harga pasar, harga produk yang ditetapkan adalah dibawah harga pasar, atau dengan kata lain harga produk kami lebih rendah bila dibandingkan dengan pesaing sirup yang berasal dari sari buah asli lainnya. Dalam memperluas pemasarannya maka diperlukan kerjasama dengan penyalur untuk menyampaikan produknya ke konsumen .

3. Strategi Distribusi dan Promosi

Dalam rangka memperluas daerah pemasaran, maka akan digunakan beberapa distributor dan agen untuk memasarkan produk khususnya di kampus, sekolah dan instansi pemerintahan yang dekat dengan daerah pesisir. Tujuan dilakukannya distribusi khususnya di daerah pesisir adalah agar mereka peduli terhadap kelestarian ekosistem mangrove dan mulai berfikir untuk memanfaatkan mangrove secara lestari dengan nilai ekonomis tinggi. Selain itu diharapkan distribusi tersebut dapat memperluas daerah pemasok bahan baku sirup mangrove apple. Sementara pemasaran masih di lakukan di jember lokal. Selain itu akan ada sistem layan antar bagi konsumen yang berada di daerah lain. Dengan adanya sistem layan antar ini diharapkan akan memberikan kemudahan dan kepuasan bagi konsumen. Sistem pembayaran yang sudah kami lakukan sebagai berikut:

- Pembayaran dimuka yaitu pembayaran kontan untuk pemesanan produk yang tidak diambil langsung
- Pembayaran kontan yakni pembayaran lunas terhadap produk yang diambil pada sat itu.

Publikasi produk untuk promosi yang sudah dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan outlet, dimana lembaga ini merupakan semacam inkubator bisnis bagi karya UMKM di jember

Analisa Pemasaran Produk Sirup Nanas

Strategi pemasaran yang kami gunakan adalah :

- **Strategi Produk**

Strategi produk dilakukan dengan melakukan diversifikasi terhadap produk yang dihasilkan. Diversifikasi merupakan hasil inovasi yang patut ditelaah lebih jauh. Pada awal masa produksi akan diterapkan sistem *Job Shop* dimana produk akan mulai diproduksi ketika ada pesanan, namun sistem ini akan berganti dengan sistem *flow shop* ketika permintaan meningkat.

- **Strategi Distribusi**

Dalam rangka memperluas daerah pemasaran, maka akan digunakan beberapa distributor dan agen untuk memasarkan produk. Daerah pemasaran masih dalam lingkup Pulau Jawa, meliputi wilayah pemasaran Surabaya, Malang, Yogyakarta, Semarang, Bogor, dan Jakarta. Selain itu akan ada sistem layanan antar bagi konsumen yang berada di daerah. Dengan adanya sistem layanan antar ini diharapkan akan memberikan kemudahan dan kepuasan bagi konsumen.

- **Strategi Harga**

Strategi harga dilakukan berdasarkan harga pasar, harga produk yang ditetapkan adalah dibawah harga pasar dengan tetap menjaga kualitas produksi, dengan kata lain harga produk diusahakan lebih rendah bila dibandingkan dengan pesaing.

- **Strategi Promosi**

Publikasi produk untuk promosi dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan Promosi penjualan yang telah dilakukan adalah penyebaran brosur produk, promosi dari mulut ke mulut, penekanan pada pendekatan perorangan, dan mengikuti pameran serta melakukan penjualan dalam outlet di pasar jember.

Kesimpulan

Dari analisis dan penjelasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, menurut pribadi saya bahwa secara keseluruhan usaha ini masuk dalam kategori layak untuk dijalankan karena beberapa alasan berikut :

1. Masih terbukanya peluang untuk berkembang lebih besar
2. Keuntungan dapat dicapai dalam waktu yang relatif singkat
3. Secara umum, jumlah anak-anak, remaja putri, mahasiswa maupun ibu-ibu yang mengenakan jilbab dan berpotensi menjadi konsumen cenderung meningkat.
4. Dapat memberikan penghasilan tambahan jika dikelola dengan baik.

B. Saran

Untuk memulai suatu usaha, tidak hanya modal yang dibutuhkan oleh calon pengusaha, tetapi juga pengetahuan dan keberanian untuk memulainya. Untuk itu, saya dapat memberikan beberapa saran yang diharapkan dapat berguna bagi pembaca, yaitu :

1. Ide tidak selalu datang dengan sendirinya, sehingga kita dituntut untuk giat mencari dan menemukan ide baru sebelum memulai usaha yang akan kita jalankan. Pencarian ide bisa melalui *browsing* , rajin membaca majalah ataupun media lain.
2. Berani memulai usaha dan mencari tahu mengenai seluk beluk jenis usaha yang kita lakukan sehingga kita memiliki persiapan sebelumnya. Jangan sampai ide kita hanya berakhir dikepala saja.
3. Khusus untuk jenis usaha seperti yang saya lakukan, sering-seringlah mencoba/berkreasi membuat bentuk yang baru dan berlatih mengkombinasikan warna agar produk yang dihasilkan lebih menarik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2010. Sejarah PKK dan Program Pokok PKK, Situs Resmi PKK Kota Malang, dikunjungi tanggal 28 Nopember 2010.
- Anoraga, P. dan Soegiastuti J. 1996. Pengantar Bisnis Modern, Kajian Dasar Manajemen Perusahaan. Pustaka Jaya, Jakarta.
- Baird, L.S., Post, J.E. dan Mahon, J.F. 1990. Management, Functions and Responsibilities, Harper & Row. Publishers New York.
- Bygrave, William D. 1997. The Portable MBA in Entrepreneurship, John Willey & Sons, Inc. @nd, New York.
- Ed. Drucker, P.F. 1985. Innovation and Entrepreneurship, Practice and Principles, New York.
- Ellenso, 1973. Ann, Human Relations, Prentice hall, New Jersey.

