
JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT MEDIA GANESHA FHIS

Volume 1 Nomor 2, November 2020

P-ISSN: 2723 – 231X , E-ISSN: -

Open Access at : <https://ejournal2.undiksha.ac.id/index.php/p2mfhis/about>

Fakultas Hukum dan Ilmu Sosial

Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja

MARKETING MANAJEMEN DAN DIVERSIFIKASI PRODUK PADA UMKM INDUSTRI KREATIF *SOUVENIR*

Ketut Sari Adnyani¹, Komang Febrinayanti Dantes², Dewa Ayu Eka Agustini³

¹ Universitas Pendidikan Ganesha. E-mail : niktsariadnyani@gmail.com

² Universitas Pendidikan Ganesha, E-mail : febrinayanti.dantes@undiksha.ac.id

³ Universitas Pendidikan Ganesha, E-mail : eka.agustini@undiksha.ac.id

Info Artikel

Masuk: 1 September
2020

Diterima: 12 Oktober
2020

Terbit: 12 November
2020

Keywords:

*Diversification; Souvenor
Crafts; Management;
UMKM*

Abstract

This article aims to examine community service activities in helping SMEs Balinese Typical Souvenir Crafts in increasing sales through marketing management and product diversification. The benefit of the activity is to increase sales turnover so that it can expand marketing reach and increase income for souvenir craft business owners. The method of activity is carried out by means of discussion, focus group discussion (FGD) as a series of stages of coaching, empowerment and assistance through the provision of trainings, seminars, as well as assistance for the production and promotion of SMEs in the center of the creative souvenir industry. Product diversification is carried out by providing handicraft training with product design innovations. While the promotion strategy is carried out by helping respondents to actively use social media such as Instagram, Facebook, using the market place as a medium for online sales. The branding strategy is through brand design and placement on the packaging, which aims to introduce the respondent's brand. The result of this community service activity was an increase in production capacity up to 75%, an increase in the types and quality of souvenirs produced and an increase in sales turnover by 60%. This can be seen from the initial and final interview data that have been conducted by the community service implementation team. The conclusion of this

activity is an increase in the production of both the types and quality of souvenirs produced, an increase in sales media and an increase in sales turnover and strengthen the existence of MSMEs in welcoming the new era of normality.

Kata kunci:

Diversifikasi; Kerajinan Souvenir; Manajemen; UMKM

Corresponding Author:

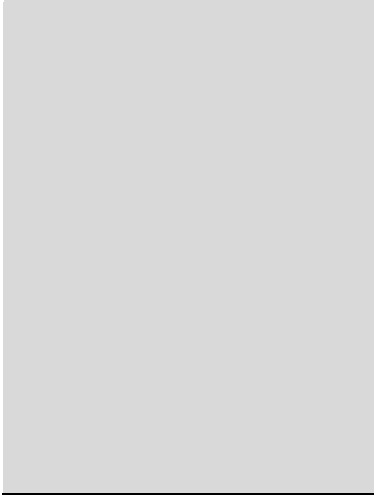
Ni Ketut Sari Adnyani, E-mail:
niktsariadnyani@gmail.com

DOI:

XXXXXXX

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk mengkaji kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam membantu UMKM Kerajinan Souvenir Khas Bali dalam meningkatkan penjualan melalui marketing manajemen dan diversifikasi produk. Manfaat kegiatan ingin meningkatkan omset penjualan sehingga dapat memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan pendapatan bagi pemilik usaha kerajinan souvenir. Metode kegiatan dilakukan dengan cara diskusi, *focus group discussion* (FGD) sebagai rangkaian dari tahapan pembinaan, pemberdayaan dan pendampingan melalui pemberian pelatihan-pelatihan, seminar, serta bantuan alat produksi dan promosi UMKM sentra industry kreatif souvenir. Diversifikasi produk dilakukan dengan memberikan pelatihan kerajinan tangan dengan inovasi desain produk. Sedangkan strategi promosi dilakukan dengan membantu responden untuk aktif menggunakan media sosial seperti instagram, *facebook*, memanfaatkan *market place* sebagai media penjualan *online*. Strategi pemerekan (*branding*) melalui perancangan merek dan ditempatkan pada kemasan, yang bertujuan untuk memperkenalkan merek responden. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini terjadi peningkatan kapasitas produksi hingga mencapai 75%, peningkatan jenis dan kualitas souvenir yang dihasilkan serta meningkatnya omset penjualan sebesar 60%. Hal ini dapat dilihat dari data wawancara awal dan akhir yang telah dilakukan oleh tim pelaksana kegiatan pengabdian. Kesimpulan dari kegiatan ini adanya peningkatan produksi baik jenis dan kualitas souvenir yang dihasilkan, peningkatan media penjualan dan peningkatan omset penjualan serta menguatkan



eksistensi UMKM dalam menyongsong era kenormalan baru.

@Copyright 2021.

PENDAHULUAN

UMKM merupakan bagian dari industri kreatif, yang merupakan suatu kegiatan usaha yang fokus pada kreasi dan inovasi. Indonesia merupakan Negara yang kaya akan budaya serta tradisi yang bisa menjadi sumber kreativitas. Kerajinan souvenir yang dihasilkan oleh mitra UMKM ini berupa tas, dompet, gantungan kunci, kalung dan lain sebagainya.

Sentra UMKM kerajinan souvenir khas Bali yang tersebar di 8 Kabupaten dan 1 Kota Madya merupakan sentra kerajinan souvenir berbahan baku kayu arbesia. Sebagian besar UMKM kerajinan souvenir merupakan usaha rumahan dengan tenaga kerja yang berjumlah \pm 5 s/d 15 orang pekerja. Manajemen usaha masih bersifat sederhana karena belum adanya perencanaan dan pengelolaan keuangan yang baik. UMKM kerajinan souvenir yang menjadi pengamatan tim pelaksana pengabdian adalah usaha kerajinan *souvenir* yang bersifat usaha bersama kelompok (UBK) rintisan yang mulai mandiri dan berkembang.

Dari pengamatan dan analisis situasi, permasalahan yang dihadapi oleh UMKM kerajinan *souvenir* di Provinsi Bali teknik produksinya masih dilakukan secara manual atau konvensional sehingga kuantitas produksi terbatas, kualitas dan daya tahan pakai produk belum mencapai target. Desain serta diversifikasi produk yang belum beragam. Media promosi belum dipergunakan oleh mitra UMKM untuk memperkenalkan produknya dan hanya menunggu *reseller* yang datang. Sehingga fokus permasalahan yang dihadapi adalah masalah manajemen pemasaran produk seperti strategi promosi maupun diversifikasi produk belum optimal.

Berdasarkan analisis situasi di atas, rencana pemecahan masalah yang dilakukan adalah dengan memberikan pelatihan membuat strategi manajemen marketing dan diversifikasi produk kerajinan souvenir dengan melibatkan tim ahli pelaksana PKM, Untuk masalah diversifikasi produk, mitra difasilitasi pelatihan dan pendampingan desain produk. Memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran dan promosi produk yang baik untuk menunjang penjualan termasuk penggunaan kantong plastik kemasan bermerek.

Tujuan akhir dari pengabdian kepada masyarakat dirancang transfer iptek kepada mitra yang dapat meningkatkan strategi manajemen pemasaran dan diversifikasi produk yang lebih variatif dan beragam, *brand image* produk mitra UMKM dapat dikenal luas, memperluas jangkauan pemasaran yang pada akhirnya

dapat meningkatkan omset \pm 75% penjualan mitra dan peningkatan kapasitas produksi mencapai angka kisaran \pm 60%.

Metode

Sifat dari kegiatan ini adalah berbasis kebutuhan dan kemampuan mitra UMKM Kerajinan Souvenir di Provinsi Bali, maka metode yang digunakan dalam pelaksanaannya adalah dengan pendekatan partisipatif (*participative approach*) dimana mitra PKM terlibat langsung baik dalam FGD (*focus group discussion*), wawancara, berdiskusi, dan menentukan keputusan tindakan.

Pelaksanaan kegiatan melalui 4 tahapan berikut :

- 1) Tahap Persiapan dan Perencanaan
Tim pelaksana PKM melakukan persiapan dan perencanaan dalam bentuk :(a) Koordinasi dengan mitra; (b) Bersepakat dengan mitra tentang permasalahan prioritas yang akan diselesaikan; (c) Sosialisasi implementasi PKM. Pada tahap ini tim pelaksana akan memaparkan maksud dan tujuan, metode dan teknis pelaksanaan kegiatan, serta melakukan diskusi dan FGD untuk menyepakati prioritas masalah yang dihadapi dan alternatif solusinya. (d) Penyusunan Program Kegiatan. Tim pelaksana melakukan FGD dengan kedua mitra untuk menentukan bentuk, waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan. Program kegiatan terdiri dari penyuluhan pentingnya strategi manajemen pemasaran, yang terdiri dari ; pelatihan pemasaran dan promosi usaha; serta diversifikasi produk yang meliputi kreativitas dan inovasi produk.
- 2) Tahap Implementasi
Kegiatan Tim pelaksana akan memulai kegiatan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan dan disepakati bersama dengan mitra UMKM. Kegiatan pelatihan menggunakan metode ceramah dan diskusi (tanya jawab) sedangkan penentuan keputusan lain berdasarkan hasil FGD dengan mitra.
- 3) Tahap Evaluasi dan Monitoring
Kegiatan dimonitoring oleh tim sendiri dan melihat apa saja kendala dan masalah yang muncul di lapangan. Kemudian dilakukan evaluasi apabila memang muncul kendala dan masalah untuk selanjutnya dicarikan solusi agar kegiatan tetap berlangsung dengan baik sesuai yang diharapkan. Metode yang digunakan adalah FGD dengan responden. Tahapan evaluasi adalah evaluasi awal, proses dan akhir.
- 4) Tahap Refleksi
Refleksi terhadap hasil pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh feedback terhadap manfaat maupun dampak yang dirasakan mitra UMKM Kerajinan *Souvenir* setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan. Hal ini diperlukan sebagai masukan bagi pelaksanaan kegiatan serupa di masa datang. Metode yang digunakan adalah FGD dengan mitra sasaran PKM.

Hasil dan Pembahasan Marketing Manajemen

Pemasaran merupakan salah satu bagian terpenting bagi sebuah usaha. Sebuah usaha yang berhasil adalah mampu merencanakan aktivitas pemasaran dan

membentuk program pemasaran yang terintegrasi. Aktivitas pemasaran yang dimaksud adalah bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari variabel produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*) dan promosi (*promotion*) (Kotler & Keller, 2009 : 24).

Berdasarkan hasil koordinasi dengan mitra, dan analisis situasi pada UMKM Kerajinan Souvenir , bahwa permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah sulit menjual produk, standarisasi dan diversifikasi produk belum ada karena sebagian besar kerajinan yang dihasilkan sama dengan pengerajin lain, serta tidak adanya strategi promosi. Untuk itu maka bagian selanjutnya akan diuraikan strategi untuk meningkatkan daya saing dan pengembangan usaha mitra UMKM yaitu strategi produk (*product*) dan promosi (*promotion*) sehingga dapat meningkatkan omset penjualan.

Diversifikasi Produk

Mitra UMKM kerajinan souvenir khas Bali yang saat ini diproduksi terdiri dari tas, dompet, gantungan kunci dan kalung yang semuanya menggunakan bahan baku arbesia dengan jenis dan corak desain yang sama antar pengerajin. Usaha kerajinan seperti ini sangat banyak dan secara umum sama, maka strategi diversifikasi bidang desain penting difasilitasi bagi mitra UMKM. Diversifikasi adalah usaha penganeekaragaman produk. Penganeekaragaman produk akan menghasilkan perbedaan produk yang lebih bersifat inovatif produk yang dihasilkan. Melalui diversifikasi produk diharapkan dapat memaksimalkan omset penjualan mitra. Diversifikasi yang tepat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk, Sarwoko & Hadiwidjojo (2013 : 31). Kualitas produk dapat ditingkatkan dengan mengikuti pelatihan membuat kerajinan tangan oleh tenaga ahli yang berkompeten dibidangnya. Difasilitasi oleh Tim Pelaksana PKM Undiksha di bawah koordinasi LPPM Undiksha.

Peningkatan tersebut dapat meningkatkan omset penjualan rata-rata sebesar 75%, yang mana sebelumnya omset penjualan hanya sebesar ±Rp 350.000,- per minggu sekarang bisa mencapai ±Rp 700.000,- sampai dengan ±Rp1.000.000,- per minggu. Penjualan dari toko *online*(instagram dan *face book*) sekitar 25% dan sisanya ±50% dari penjualan *offline*. Strategi pemerekan (*branding*) dapat disinergikan dengan strategi produk dapat meningkatnya omset penjualan sebesar ±60%.

Simpulan dan Saran

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian ini antara lain adanya strategi marketing manajemen dan diversifikasi produk terhadap mitra UMKM kerajinan *souvenir* berbahan kayu arbesia khas Provinsi Bali, peningkatan omset penjualan ±60%, pengembangan marketing manajemen seperti penambahan alat penunjang produksi berupa dan promosi serta peningkatan promosi yang cukup efisien melalui media-media sosial antara lain instagram, *face book* dan *market place* ±75%. Strategi produk dan promosi yang diimplementasikan pada mitra UMKM dapat menjadi alternatif solusi untuk mengangkat mitra UMKM agar dapat melakukan tata kelola manajemen pemasaran, bersaing serta memperluas jangkauan pemasaran produk. Pemerintah Daerah Provinsi Bali diharapkan dapat menjadi fasilitator dalam upaya mengembangkan UMKM dengan berbagai bentuk pembinaan bekerjasama dengan

dinas yang terkait sehingga dapat mendukung keberlanjutan UMKM sebagai UBK secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Brata, D. P., Yuliantini, N. P. R., & Mangku, D. G. S. (2020). TINJAUAN YURIDIS ASAS SIDANG TERBUKA UNTUK UMUM DALAM PENYIARAN PROSES PERSIDANGAN PIDANA. *Jurnal Komunitas Yustisia*, 3(1), 79-89.
- CDM, I. G. A. D. L., Yuliantini, N. P. R., & Mangku, D. G. S. (2020). PENJATUHAN SANKSI TERHADAP PELAKU TINDAK PIDANA PEMBUNUHAN (STUDI KASUS DI PENGADILAN NEGERI SINGARAJA DALAM PERKARA NO. 124/PID. B/2019/PN. SGR). *Jurnal Komunitas Yustisia*, 3(1), 48-58.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran, Edisi 13. *Jakarta: Erlangga*, 14.
- Lindasari, L. E., Mangku, D. G. S., & Yuliantini, N. P. R. (2020). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP GEDUNG PERWAKILAN DIPLOMATIK DITINJAU DARI PERSPEKTIF KONVENSII WINA 1961 (Studi Kasus: Bom Bunuh Diri Di Kabul Afghanistan Dekat Kedutaan Besar Amerika Serikat). *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 8(3), 29-41.
- Pratiwi, L. P. P. I., Mangku, D. G. S., & Yuliantini, N. P. R. (2020). PENGATURAN TERHADAP KEDUDUKAN ANAK DI LUAR KAWIN PASCA PUTUSAN MAHKAMAH KONSTITUSI NOMOR 46/PUU-VIII/2010. *Jurnal Komunitas Yustisia*, 3(1), 13-24.
- Prawiradana, I. B. A., Yuliantini, N. P. R., & Windari, R. A. (2020). PERAN KEPOLISIAN DALAM PENEGAKAN HUKUM TERHADAP TINDAK PIDANA NARKOTIKA DI KABUPATEN BULELENG. *Jurnal Komunitas Yustisia*, 1(3), 250-259.
- Putra, I. P. S. W., Yuliantini, N. P. R., & Mangku, D. G. S. (2020). KEBIJAKAN HUKUM TENTANG PENGATURAN SANTET DALAM HUKUM PIDANA INDONESIA. *Jurnal Komunitas Yustisia*, 3(1), 69-78.
- Sanjaya, P. A. H., Mangku, D. G. S., & Yuliantini, N. P. R. (2020). PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP GEDUNG PERWAKILAN DIPLOMATIK DALAM PERSPEKTIF KONVENSII WINA 1961 (STUDI KASUS LEDAKAN BOM PADA KEDUTAAN BESAR REPUBLIK INDONESIA (KBRI) YANG DILAKUKAN OLEH ARAB SAUDI DI YAMAN). *Jurnal Komunitas Yustisia*, 2(1), 22-33.
- Santosa, I. K. D., Yuliantini, N. P. R., & Mangku, D. G. S. (2021). PENGATURAN ASAS OPORTUNITAS DALAM SISTEM PERADILAN PIDANA DI INDONESIA. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 9(1), 70-80.
- Sarwoko, E., Surachman, A., & Hadiwidjojo, D. (2013). Entrepreneurial characteristics and competency as determinants of business performance in SMEs. *IOSR Journal of Business and Management*, 7(3), 31-38.
- Sugiadnyana, P. R., Mangku, D. G. S., & Yuliantini, N. P. R. (2020). PENYELESAIAN SENGKETA PULAU BATU PUTEH DI SELAT JOHOR ANTARA SINGAPURA DENGAN MALAYSIA DALAM PERSPEKTIF HUKUM INTERNASIONAL. *Jurnal Komunikasi Hukum (JKH)*, 6(2), 542-559.
- Wijayanthi, I. G. A. A. T., Yuliantini, N. P. R., & Mangku, D. G. S. (2020). PENEGAKAN HUKUM TERHADAP PUNGUTAN LIAR YANG DILAKUKAN OLEH OKNUM

- ORGANISASI MASYARAKAT DI WILAYAH HUKUM POLRES BULELENG. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 8(3), 155-163.
- Yulia, N. P. R. Kajian Kriminologis Kenakalan Anak dalam Fenomena Balapan Liar di Wilayah Hukum Polres Buleleng. *Jurnal Magister Hukum Udayana (Udayana Master Law Journal)*, 3(3).
- Yuliantini, N. P. R. (2016). EKSISTENSI PIDANA PENGGANTI DENDA UNTUK KORPORASI DALAM PEMBAHARUAN HUKUM PIDANA INDONESIA. *Jurnal IKA*, 14(1).
- Yuliantini, N. P. R. (2019). Legal Protection For Victims Of Criminal Violations (Case Study Of Violence Against Children In Buleleng District). *Veteran Law Review*, 2(2), 30-41.
- Yuliantini, N. P. R., & Mangku, D. G. S. (2020). PENYIDIKAN TERHADAP ANAK SEBAGAI PELAKU TINDAK PIDANA PENGANIAYAAN YANG MENGAKIBATKAN KEMATIAN (STUDI KASUS DI WILAYAH HUKUM KEPOLISIAN RESOR BULELENG). *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 8(3), 145-154.
- Yuliantini, N. P. R., & Mangku, D. G. S. (2020). PERAN DINAS TENAGA KERJA TRANSMIGRASI KABUPATEN BULELENG DALAM PENEMPATAN DAN PEMBERIAN PERLINDUNGAN HUKUM TENAGA KERJA INDONESIA DI LUAR NEGERI. *Jurnal Pendidikan Kewarganegaraan Undiksha*, 8(2), 22-40.