

**PENDAMPINGAN PEMASARAN PRODUK MAKANAN MELALUI  
PERANCANGAN *BRAND IMAGE PRODUCT HOME INDUSTRY*  
DI DESA TATAH PEMANGKIH KABUPATEN BANJAR**

**Basuki<sup>1</sup>, Aida Vitria<sup>2</sup>, Rahmi Widyanti<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Magister Manajemen, Program Pascasarjana,  
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin

<sup>2</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi,  
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin

E-mail : msibasukidr@gmail.com

**ABSTRACT**

The snack industry business has become the primary of food/snacks in people from other villages and is even favored by almost all people in the city. This training activity aims to help craftsmen or processors of the snack industry in growing creative thoughts / ideas to produce other products in order to be able to compete with other products in the face of competition. It is hoped that this training can make the snack industry survive and compete with the increasing number of modern food products. The problem faced by the snack food industry maker is that the food industry is very much influenced by the proliferation of other food industries. Therefore, the growing demand for food products continues to demand high creativity and product innovation. The fact that there is a variety of products, so as not to cause saturation from consumers. In addition to the level of discipline of food industry makers, apart from demanding food industry processing skills to read market opportunities and develop marketing areas, skills are also needed to design a product brand image.

**Keywords** : mentoring, product brand image, home industry

**PENDAHULUAN**

Strategi pemasaran merupakan pola pikir pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran ([www.academia.edu](http://www.academia.edu)) (Diakses 23 Maret 2018). Strategi pemasaran yang tidak jelas membuat sasaran usaha belum memiliki arah pada pengembangan usaha yang lebih mapan, padahal jika usaha ini dikembangkan dengan baik dapat meningkatkan omzet penjualan, pendapatan bagi pemilik dan menciptakan lapangan kerja baru bagi

masyarakat sekitar karena industri rumah tangga makanan ringan ini bersifat padat karya maka secara tidak langsung dapat memberdayakan potensi masyarakat.

Peluang bisnis usaha kuliner makanan ringan sangat besar karena pengusaha yang memproduksi makanan ringan ini dapat memasarkan produknya tanpa harus bersaing dengan pengusaha lainnya sebab dapat membedakan varian produknya (Ibrahim Jacob, 2013).

Permasalahan yang dihadapi pengusaha makanan ringan ini adalah bagaimana menyusun suatu analisis usaha yang dapat dianggap layak dan menguntungkan di masa yang akan datang.

Analisis Kelayakan Bisnis adalah sesuatu kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk menilai kelayakan bisnis yang dijalankan untuk mewujudkan laba perusahaan. (Ibrahim Jacob, 2013). Studi kelayakan berperan sebagai langkah pertimbangan untuk menentukan apakah bisnis yang akan dijalankan layak atau tidak.

Menurut Freddy Rangkuti (2012) aspek pasar dalam studi kelayakan bisnis dan investasi membahas besarnya permintaan, penawaran dan harga. Permintaan dan penawaran dilakukan dengan menggunakan metode proyeksi selama beberapa tahun kedepan. Tujuannya adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat penyerapan pasar, sehingga tidak terjadi kelebihan produksi yang dapat menurunkan harga. Tingkat harga juga harus dibandingkan dengan komoditas sejenis, sehingga pelanggan tetap bertahan pada pembelian produknya. Suliyanto (2010) menjelaskan bahwa aspek pemasaran bertujuan untuk

mengetahui cara atau strategi agar produk yang dihasilkan dapat sampai ke konsumen dengan lebih efisien dibandingkan dengan pesaing. Aspek pemasaran menganalisis apakah produk yang dihasilkan dapat memberikan nilai lebih tinggi kepada pelanggan dibandingkan dengan produk pesaing.

Freddy Rangkuti (2012) menjelaskan Aspek teknis dalam Studi Kelayakan Bisnis membahas hal-hal yang langsung berhubungan dengan operasional usaha, seperti kapasitas produksi, teknologi yang digunakan, skala produksi, proses produksi, lokasi, tata letak, penjadwalan serta pengaturan tingkat persediaan.

Husein Umar (2013) menjelaskan studi aspek manajemen dilaksanakan dua macam. Pertama, manajemen saat pembangunan proyek bisnis. Kedua, manajemen saat bisnis dijalankan secara rutin. Sedangkan dalam aspek sumber daya manusia dibagi ke dalam dua bagian. Pertama, peran SDM dalam pembangunan proyek bisnis. Kedua, peran mereka dalam operasional rutin bisnis setelah dibangun.

Menurut Suliyanto (2010) aspek lingkungan menganalisis kesesuaian lingkungan sekitar (baik lingkungan operasional, lingkungan dekat dan

lingkungan jauh) dengan ide bisnis yang akan dijalankan. Dalam aspek ini dampak bisnis bagi lingkungan juga di analisis. Lingkungan mempunyai pengertian yang sangat luas sehingga analisis aspek lingkungan dalam studi kelayakan bisnis dapat dibagi menjadi beberapa ruang lingkup. Beberapa ruang lingkup yang terdapat dalam lingkungan bisnis adalah lingkungan operasional, lingkungan industri dan lingkungan jauh.

Aspek keuangan pada umumnya merupakan aspek yang paling akhir disusun dalam sebuah penyusunan studi kelayakan bisnis. Hal ini karena kajian dalam keuangan memerlukan informasi yang berkaitan dengan aspek-aspek sebelumnya. Suliyanto (2010) menyatakan bisnis yang berorientasi keuntungan maupun yang tidak berorientasi keuntungan harus tetap memperhatikan aspek keuangan sebelum menjalankan bisnis.

Freddy Rangkuti (2012) menyatakan metode yang biasa digunakan dalam analisis keuangan studi kelayakan bisnis dan investasi adalah *Payback Period (PP)*, *Net Present Value (NPV)*, dan *Internal Rate of Return (IRR)*.

Tujuan dari analisis kelayakan

usaha ini adalah untuk mengetahui apakah usaha kuliner makanan ringan ini layak dijalankan atau tidak. Analisis kelayakan usaha ini akan mempertimbangkan dua aspek yaitu aspek non finansial dan aspek finansial.

## **KHALAYAK SASARAN**

Dalam pelatihan ini mitra sasarannya adalah pengusaha kuliner makanan ringan baik sudah menjalankan usaha maupun yang baru akan memulainya di Desa Kelurahan Tatah Pamangkih Kabupaten Banjar.

## **METODE**

Pelatihan ini dilaksanakan sebagai bagian dari Pemberdayaan Pada Masyarakat dilakukan dengan memberikan ceramah dan dialog interaktif untuk meningkatkan pengetahuan serta pemberian keterampilan berupa menyusun analisis usaha.

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini melalui beberapa tahapan yaitu :

1. Tahap observasi kepada kelompok masyarakat yang akan dijadikan khalayak sasaran yaitu kelompok ibu-ibu petani yang sudah dan baru memulai usaha kuliner.

2. Tahap pelaksanaan kegiatan adalah melakukan kegiatan pelatihan dengan mengikutsertakan partisipasi aktif peserta, pemberian keterampilan membuat menganalisis usaha kuliner yang nantinya di pasarkan.
3. Tahap evaluasi pelaksanaan yaitu dengan melakukan pengukuran tingkat keberhasilan dari kegiatan pemberdayaan kepada masyarakat dengan melihat jumlah respon dan tingkat keterampilan khalayak dalam menyusun analisis usaha kuliner makanan ringan.

## PEMBAHASAN

Pada kegiatan pelatihan ini peserta menunjukkan minat yang besar yang terlihat dari semangat para peserta. Pertanyaan yang diajukan para peserta berkenaan dengan pengetahuan tentang analisis usaha, faktor-faktor apa saja yang harus dipertimbangkan. Sebagian besar peserta (75 %) memilih belum mengetahui tentang analisis usaha ini.

Hal ini memerlukan pendampingan secara terus menerus dalam upaya mengukur seberapa jauh peserta memahami faktor-faktor yang harus dianalisis.

Dalam materi pelatihan sudah dijelaskan kepada peserta tentang Aspek yang dinilai dari segi aspek non finansial adalah aspek pasar, aspek pemasaran, aspek teknis dan teknologi, aspek manajemen dan SDM dan aspek lingkungan. Sementara dari aspek finansial dilihat dari *payback period*, *net present value*, *profitability index* dan *internal rate of return*.

Mitra sasaran sebagian besar yaitu 65% dapat memahami faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam menyusun analisis usaha.

Evaluasi berikutnya dilaksanakan setelah kegiatan pemberian keterampilan kepada khalayak berupa pelatihan menyusun analisis usaha kuliner makanan ringan.

Berdasarkan hasil pelatihan dalam menganalisis usaha pada aspek pasar dapat disimpulkan peluang usaha melakukan produksi kue kering masih terbuka lebar. Alasannya karena sedikitnya jumlah pengusaha kue kering di wilayah tersebut, menyebabkan rendahnya tingkat persaingan sehingga harga jual relatif stabil. Meningkatnya penghasilan masyarakat menyebabkan kemungkinan peningkatan permintaan terhadap kue

kering sehingga usaha ini layak untuk dilaksanakan.



## KESIMPULAN

Kegiatan penyuluhan dan pendampingan ini cukup berpengaruh positif terhadap strategi pemasaran industri kuliner makanan ringan kue kering. Pelaksana bersama mahasiswa menilai bahwa 90% pemilik industri rumah tangga ini cukup memahami dan mendapatkan pencerahan masalah strategi pemasaran dari segi produk, harga, tempat penjualan maupun promosi.

Kendala yang dihadapi dalam

menjalankan usaha produksi kuliner makanan ringan kue kering ini adalah kendala dalam hal penempatan promosi produk. Kondisi ini berdampak pada terhambatnya proses pemasaran produksi. Akibatnya supply produk menumpuk di rumah produksi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung Raharjo Wibowo Kusumo. 2006. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing dan Kinerja Pemasaran (Studi Industri Batik Skala Besar dan Sedang di Kota dan Kabupaten Pekalongan). Tesis. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Amani. 2014. Analisa Pengaruh Pelatihan Ketrampilan Menjual Terhadap Kinerja Tenaga Penjualan. Tesis. Program Pendidikan Magister Profesi Psikologi. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Basuki, Aida Vitria dan Susiladewi, 2020, Memberdayakan Masyarakat Desa Melalui Pemberian Keterampilan Dan Pendampingan Perubahan Sikap, *Jurnal Al Ikhlas, Volume 5 No.2, halaman 182-187.*
- Fontana, Avanti.2011. *Innovate We Can!*. Bekasi : Cipta Inovasi Sejahtera.
- Robbins, SP. 1996. *Perilaku Organisasi, Konsep Kontroversi, Aplikasi*, dialih bahasakan oleh Hadayana Pujaatmaka, Jakarta : PT Prenhallindo

Sugito, S.P. 2001. Pengembangan Model Pendaftaran Merek Secara Massal sebagai Sarana Pemberdayaan Kalangan Pengusaha Industri Kecil di Bidang Haki Menghadapi Era Pelaksanaan Trip's di Indonesia, *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial Universitas Brawijaya Malang* Vol 13 No. 2

Tjiptono, Fandy, 2008, Strategi

Pemasaran, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.

[www.academia.edu](http://www.academia.edu) (Tanggal akses : 23 Maret 2018)

Widyanti, Rahmi; Susiladewi dan Alfisah, Erni, 2020, Analisis Usaha Industri Rumah Tangga Melalui Pengolahan Kue Kering, *Jurnal Al Ikhlas, Volume 5, No.2, halaman 176-181*