

INOVASI STRATEGI PEMASARAN JAHE MERAH BUBUK SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA

Sri Andyaningsih^{1*}, Idrawahyuni², Aulia¹, Wa Ode Rayyani²

¹Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah
Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259 Kota Makassar

²Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah
Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259 Kota Makassar

*e-mail: sri.andyaningsih@unismuh.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimaksudkan untuk memberikan beberapa alternatif solusi atas masalah pemasaran yang tengah dihadapi oleh mitra. Mitra Pengabdian adalah Isma food yang mengolah jahe merah menjadi bubuk jahe merah. Jahe merah di kenal sebagai tanaman obat tradisional sejak zaman dahulu. Saat ini pemanfaatan jahe merah tidak lagi hanya sebagai tanaman obat tradisional namun juga dapat di olah menjadi kuliner. Salah satunya dapat di olah menjadi bubuk jahe merah instan. Metode yang digunakan mengacu pada *problem solving resource* dengan mengidentifikasi masalah yang ada dan menganalisis berbagai strategi pemecahan masalahnya. Berdasarkan hasil pelaksanaan program ditemukan bahwa terdapat peningkatan daya saing usaha jahe merah bubuk instan yang dibuktikan dengan peningkatan jaringan usaha, dan peningkatan pendapatan yang cukup signifikan meski belum memenangkan persaingan.

Kata Kunci: Daya Saing; Inovasi; Pemasaran; Strategi.

Abstract

This community service activity is intended to provide several alternative solutions to marketing problems that are being faced by partners. Mitra Pengabdian is Isma food which processes red ginger into red ginger powder. Red ginger is known as a traditional medicinal plant since ancient times. Currently the use of red ginger is no longer only as a traditional medicinal plant but can also be processed into culinary. One of them can be processed into instant red ginger powder. The method used refers to problem solving resources by identifying existing problems and analyzing various problem solving strategies. Based on the results of the program implementation, it was found that there was an increase in the competitiveness of the instant red ginger powder business as evidenced by an increase in business networks, and a significant increase in income even though it had not won the competition.

Keywords: Competitiveness; Innovation; Marketing; Strategy.

A. Pendahuluan

Jahe merah merupakan salah satu hasil bumi yang cukup terkenal di Indonesia. Jahe merah adalah jenis rimpang yang banyak digunakan sebagai tanaman obat tradisional karena memberikan berbagai manfaat. Berbagai hasil penelitian menuliskan bahwa jahe merah memberikan manfaat bagi tubuh, sebagai karminatif (peluruh kentut), anti muntah, pereda kejang, anti radang, anti mikroba dan parasite, antipiretik, dan antirematik (Daulay, A. S., 2017). Di Sulawesi Selatan, khususnya di Kota Makassar, makassar banyak mengenal jahe putih yang kemudian dijadikan minuman/kuliner dengan sebutannya yang terkenal “*sarabba*”. Minuman *sarabba* ini diolah dengan cara memasak air santan yang dicampur dengan jahe putih. Cara penyajiannya bisa di beri tambahan susu putih dan telur. Masyarakat Kota Makassar sangat menggemari minuman tersebut. Namun begitu, masyarakat Kota Makassar umumnya hanya mengenal jahe putih (sebagai bahan *sarabba* tersebut), dan masih awam atau belum mengenal jenis jahe lainnya, yakni jahe merah, yang kandungan manfaatnya jauh lebih besar dibandingkan jahe putih (Koswara, S., & Diniari, A., 2016).. Celah ini di lihat sebagai peluang usaha yang coba dimanfaatkan oleh UMKM Isma Food untuk memperkenalkan jahe merah dalam bentuk bubuk kepada masyarakat Kota Makassar dan sekitarnya. Dalam proses pembuatannya, Isma Food tidak menggunakan santan, namun menggunakan perasan jahe merah murni, dicampur dengan serih, kayu putih dan daun jeruk tanpa menambahkan bahan pengawet. Bahan-bahan inilah yang menjadikan kekhasan produk jahe merah bubuk Isma Food sekaligus membedakannya dengan produk jahe bubuk lainnya.

Isma *Food* beralamat di Jl. Borong Raya Kelurahan Batua Kecamatan Manggala Kota Makassar. Ibu Indah selaku pemilik Isma *Food* telah memulai usahanya sejak beberapa tahun lalu dan diawali dengan membuat dan menjual donat dan berbagai kue basah lainnya. Ibu Indah mulai tertarik untuk memproduksi jahe merah bubuk dan melakukan produksi dan penjualan pertamanya di tahun 2018, dan masih berlanjut hingga sekarang.

Setiap bulannya Ibu Indah dapat melakukan produksi bubuk jahe merah sebanyak 3 hingga 4 kali dengan berat kotor jahe merah sekali produksi adalah 10 kilogram. Ini berarti bahwa dalam satu bulan, ibu indah dapat memproduksi sebanyak 30 hingga 40 kilogram (berat kotor) Jahe merah. Dalam satu kali produksi yang dilakukan (sebanyak 10 kilogram) dapat menghasilkan 12 (dua belas) bungkus jahe merah bubuk ukuran 500 gram. Jika ditotal dalam satu bulan, Ibu Indah dapat memproduksi 36 hingga 48 bungkus jahe merah bubuk ukuran 500 gram. Ada dua kemasan yang di buat, yakni kemasan 500 gram yang dijual

dengan harga 60.000 rupiah dan kemasan 250 gram dengan harga 30.000 rupiah. Progres penjualan jahe merah bubuk melonjak tinggi di masa pandemi awal di Indonesia awal maret Tahun 2020, namun saat ini kembali mengalami penurunan. hal ini karena adanya keyakinan bahwa jahe merah dipercaya dapat meningkatkan daya tahan tubuh di tengah pandemi (Koswara, S., & Diniari, A., 2016).

B. Masalah

Adapun masalah yang dihadapi mitra adalah kemasan yang kurang menarik, dan juga kurangnya strategi pemasaran produk yang dilakukan oleh mitra. Mitra kesulitan dalam melakukan promosi/memperkenalkan produk jahe merah bubuk kepada masyarakat yang mengakibatkan penjualan tidak optimal sehingga mengakibatkan lambatnya perputaran produk. Kondisi ini tentunya menjadi salah satu penyebab lemahnya daya saing usaha mitra diantara produk-produk lainnya yang sejenis.

C. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam pengabdian ini adalah perbaikan kemasan dan strategi bauran pemasaran yang tepat.

- a) Metode pelaksanaan perbaikan kemasan
- b) Metode pelaksanaan strategi bauran pemasaran yang tepat.

Implementasi kegiatan Pengabdian Masyarakat merupakan solusi dalam mereduksi permasalahan mitra, dalam hal ini Isma *Food*. Metode yang digunakan mengacu pada *problem solving resource* dengan mengidentifikasi masalah yang ada dan menganalisis berbagai strategi pemecahan masalahnya (Hardin dan Indah Kusuma Dewi, 2018). Pelaksanaan dari metode tersebut yaitu melakukan sosialisasi yang bertujuan untuk memberitahukan pada mitra tentang kegiatan yang akan dilaksanakan serta perubahan yang mungkin terjadi akibat masih adanya pandemi Covid-19. Langkah selanjutnya adalah mensurvey data penjualan Isma *Food* serta mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Berdasarkan hasil survey dan identifikasi masalah tersebut, tim pengabdian menemukan bahwa progres penjualan jahe merah bubuk melonjak tinggi di masa pandemi awal di Indonesia awal Maret Tahun 2020, namun saat ini kembali mengalami penurunan. Hal ini karena adanya keyakinan bahwa jahe merah dipercaya dapat meningkatkan daya tahan tubuh di tengah pandemi. Maka dari itu, tim pengabdian masyarakat menetapkan

pendekatan solusi bagi mitra dengan metode pendampingan tentang strategi pemasaran dan pelatihan pengembangan produk dengan mengajarkan inovasi serta pengemasan produk yang ada.

D. Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pendampingan dilakukan dengan presentasi teoritis dari dokumen desain pemasaran. Simulasikan bagaimana pemilihan alternatif pemasaran dapat membuahkan hasil. Salah satunya adalah simulasi promosi dan metode penjualan via sosial media dengan menyebarkan iklan produk. Tidak hanya itu untuk menarik minat pelanggan maka dibutuhkan inovasi dalam pengemasan produk yang lebih menarik dengan penggunaan kemasan yang lebih rapi dan menambahkan informasi gizi pada kemasan.

Hasil pendampingan penerapan sistem pemasaran produk pada Isma *Food* mengikuti proses pendampingan baik melalui penyajian materi secara teoretis maupun simulasi penerapan sistem pemasaran sistem online. Secara keseluruhan, mitra memahami bahwa pemasaran pada dasarnya adalah cara untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Satu hal lagi yang juga mereka pahami setelah bergabung dengan konsultan, arti pemasaran tidak hanya menjual tetapi juga memiliki arti yang lebih luas meliputi riset pasar, segmentasi pasar sasaran, kegiatan promosi dan periklanan, distribusi dan pembelian.

Dari hasil simulasi, secara umum mitra sepakat untuk mencoba menerapkan sistem pemasaran online. Berdasarkan diskusi dengan mempertimbangkan kemampuan SDM dan ketersediaan sarana yang ada, dari alternatif pemasaran online, prioritas akan menggunakan pemasaran via WhatsApp, Instagram, dan sosial media lainnya dengan merancang desain iklan yang menarik.

Tabel 1. Evaluasi Kegiatan Pengabdian Masyarakat di Isma *Food*

No	Keterangan	Sebelum	Sesudah
1	Perbaikan kemasan	Kemasan plastik tipis dan tidak menarik	Disain menarik, penggunaan label dan informasi gizi
2	Sistem pemasaran	Pengetahuan masih terbatas tentang pemasaran produk	Bertambah pengetahuan tentang sistem pemasaran produk terutama terkait sistem pemasaran digital/online

Sumber: Data Primer yang di Olah Tahun 2022

E. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian yang dilaksanakan sudah dapat memberikan peningkatan pengetahuan terhadap Isma Food sebagai mitra dalam meningkatkan daya saing dalam usaha bisnis dengan menggunakan kemasan yang lebih menarik. Isma Food juga sudah menggunakan label kemasan yang lebih menarik, dengan tambahan informasi gizi yang disajikan secara lengkap. Isma Food memanfaatkan pula berbagai sosial media dalam menunjang pemasaran produknya. Berdasarkan kondisi tersebut, Isma Food bisa memiliki daya saing yang baik dan dapat berkembang sesuai dengan keinginan.

F. Ucapan Terima Kasih

Akhir dari tulisan ini, kami ingin menyampaikan terimakasih kepada beberapa pihak, diantaranya:

1. LP3M Universitas Muhammadiyah Makassar atas dukungan finansial melalui Hibah Internal Unismuh Makassar Tahun Anggaran 2021.
2. Ibu Indah, Owner Isma Food sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Amal, C. A., Amalia, A. A., & Andayaningsih, S. (2020). Potometrium (Pot Tanaman Geometris Dan Terarium) Serta Pemasaran Digital Bagi Kelompok Penjual Tanaman Hias Di Kelurahan Maccini Sombala Kota Makassar. *Panrita Abdi - Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 4(1), 110. <https://doi.org/10.20956/pa.v4i1.7698>.
- Daulay, A. S. (2017). Usaha Produk Minuman Kesehatan Jahe Merah Instan Di Kelurahan Binjai Kecamatan Medan Denai. *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.32696/ajpkm.v1i1>.
- Hardin dan Indah Kusuma Dewi. (2018). Pengorganisasian Petani Untuk Menanam Bawang Merah di Kelurahan Kaisabu Baru Kecamatan Sorawolio. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat MEMBANGUN NEGERI*, 2(1), 33–41.
- Koswara, S., & Diniari, A. (2016). Peningkatan Mutu dan Cara Produksi pada Industri Minuman Jahe Merah Instan di Desa Benteng, Ciampea, Bogor. *Agrokreatif Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 149. <https://doi.org/10.29244/agrokreatif.1.2.149-161>
- Rayyani, W. O., Abdi, M. N., & Winarsi, E. (t.t.). *Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui*

Optimalisasi Penyusunan Laporan Keuangan.