

**PENYULUHAN PENENTUAN HARGA JUAL DAN PROMOSI PENJUALAN PRODUK
BAGI PELAKU USAHA KECIL MENENGAH (UKM) DI DESA RAYA BELANTI
KECAMATAN BINUANG KABUPATEN TAPIN**

Aris Setia Noor¹⁾, Berta Lestari²⁾

^{1,2}Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari Banjarmasin
e-mail: arissetianoor@gmail.com¹⁾, bertalestaribjm@gmail.com²⁾

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan kepada anggota masyarakat yang berlokasi di Binuang Kabupaten Tapin khususnya di desa Pantai Atas. Kelompok ini cukup potensial karena didukung oleh kondisi alam yang memadai dan sarana prasarana kelompok yang lengkap. Namun demikian, pengelolaan usaha dari kelompok ini masih dilakukan secara sederhana dan belum menerapkan manajemen secara profesional. Oleh karena itu perlu untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam hal teori tentang harga jual dan promosi penjualan produk secara mendalam lagi. Metode yang digunakan dalam kegiatan PPM ini adalah 1).Ceramah untuk menyampaikan teori dan konsep-konsep yang sangat prinsip dan penting untuk dimengerti serta dikuasai oleh peserta pelatihan. Materi yang diberikan meliputi: maksud dan tujuan kegiatan, strategi harga jual dan promosi penjualan produk serta metode – metode pemasaran melalui online secara dasar.Hasil kegiatan PPM menunjukkan bahwa semua peserta dapat mengikuti seluruh proses pelatihan dari awal sampai selesai, kegiatan yang dirancang 100% terlaksana, dan kehadiran narasumber 100%. Target penyampaian materi pelatihan juga tercapai karena materi dapat disampaikan secara keseluruhan. Penguasaan kompetensi peserta pelatihan dievaluasi melalui praktek mandiri yang dilakukan. Selain itu peserta juga telah berusaha memanfaatkan informasi dari berbagai sumber tersebut untuk lebih menambah wawasan lagi.

Kata kunci: Kelompok Masyarakat Desa Pantai Atas, yang punya Usaha Mikro Kecil Menengah

Abstract

The community service activities are aimed at community members located in Binuang, Tapin Regency, especially in the village of Pantai Atas. This group is quite potential because it is supported by adequate natural conditions and complete group infrastructure. However, business management from this group is still carried out simply and has not implemented management professionally. Therefore it is necessary to increase knowledge and skills in terms of theories about selling prices and product sales promotion in depth. The method used in this PPM activity is 1). Speak to convey theories and concepts that are very principle and important to be understood and mastered by the trainees. The material provided includes: the purpose and objectives of the activity, the selling price strategy and the promotion of product sales as well as basic online marketing methods. The results of PPM activities indicate that all participants can participate in the entire training process from start to finish, activities designed 100% implemented, and the presence of 100% speakers The target for delivering training material is also achieved because the material can be delivered in its entirety. Mastery of training participants' competencies is evaluated through independent practice. In addition, participants have also tried to use information from various sources to further add insight.

Keywords: Pantai Atas Village Community Group, which has a Micro, Small and Medium Enterprise

I. PENDAHULUAN

Zaman baru perdagangan bebas saat ini sudah tidak terelakkan lagi bagi dunia bisnis yang dapat menimbulkan berbagai permasalahan baru bagi pelaku usaha. Dunia usaha dituntut untuk memproduksi secara efisien, tenaga kerja manusia digantikan dengan mesin/komputerisasi yang mengakibatkan lapangan kerja menyempit (banyak

pengangguran) serta produksi melimpah dengan kualitas tinggi sehingga menimbulkan persaingan yang sangat ketat di bidang pemasaran bagi dunia usaha.

Saat ini semakin banyak sekali tumbuh usaha kecil-mikro (sektor informal) yang dilakukan oleh perseorangan karena semakin sempitnya lapangan pekerjaan serta semakin sempitnya lahan pertanian

karena banyak dibangun perumahan, pertokoan, swalayan dan pabrik di wilayah pedesaan.

Tidak jauh berbeda dengan kondisi wilayah yang ada di kecamatan binuang, desa ini merupakan desa yang tumbuh pesat karena ada peralihan beberapa antara masyarakat bertani menjadi masyarakat berbisnis.

Berdasarkan hasil perbincangan kami dengan masyarakat pelaku usaha bahwa permasalahan utama yang dihadapi adalah tentang pemasaran produknya. Masalah pemasaran ini dapat diidentifikasi karena beberapa hal, antara lain persaingan ketat, keterbatasan dana dan perluasan jaringan (pasar). Apabila permasalahan tersebut dapat ditangani diharapkan dapat menghasilkan pelaku usaha yang tangguh dan lebih maju yang menyerap tenaga kerja lebih banyak serta dapat melahirkan pelaku usaha baru.

Setiap kegiatan usaha yang dijalankan selayaknya dikelola secara sungguh-sungguh dan profesional. Dalam arti menerapkan pengelolaan usaha dengan baik termasuk dalam pengelolaan pemasaran agar memuaskan pelanggan. Kotler (2012) menyatakan bahwa manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan.

Kendala yang sering ditemui oleh pelaku usaha adalah tentang bagaimana cara memasarkan produk yang telah dihasilkan, menjaga kesetiaan pelanggan serta mengantisipasi daya saing produk. Para pelaku usaha biasanya menggunakan tiga saluran dalam berbisnis yaitu saluran komunikasi (mengirim dan menerima pesan), saluran distribusi dan saluran layanan dalam memasarkan produknya. Beberapa fungsi dari saluran distribusi adalah:

1. Pusat informasi tentang faktor dan kekuatan lingkungan pemasaran.
2. Promosi (penawaran)
3. Kontak calon konsumen
4. Menyesuaikan penawaran dengan kebutuhan pembeli (memilah, merakit, dan mengemas)
5. Negosiasi, mulai dari penawaran sampai kepemilikan dapat dipindahkan

Ada beberapa jenis saluran distribusi/penjualan barang yaitu:

1. Produsen - Konsumen

2. Produsen - Pengecer - Konsumen
3. Produsen - Pedagang Besar (perkulakan) – Pengecer- Konsumen
4. Produsen - Pedagang Besar (perkulakan) – Tengkulak - Pengecer - Konsumen

Memasarkan produk tidak akan berhasil jika yang dipasarkan ternyata memang produk-produk yang tidak berkualitas dan mengecewakan konsumen. Dalam memasarkan produk perlu dikombinasikan antar beberapa hal 5 P yaitu meliputi:

1. *Product* (produk/barang), yang dihasilkan berbeda, memiliki ciri khas.
2. *Price* (harga), terjangkau bahkan relative lebih murah
3. *Person* (penjual), rapi, ramah, sopan dan menghargai pelanggan.
4. *Promotion* (promosi), mengenalkan produk kepada pelanggan
5. *Place* (tempat), hal ini tergantung pada jenis produk yang dipasarkan.

Sebagai langkah awal dalam memasarkan produk perlu diketahui beberapa risiko dalam pemasaran yang dapat mengakibatkan turunnya penjualan serta rusaknya citra perusahaan disebabkan oleh gagalnya pemasaran, ditandai dengan turunnya pendapatan, kurangnya distribusi barang. Ada 10 macam hal yang dapat menimbulkan masalah pemasaran:

- a. Kebijakan pemerintah
- b. Perubahan permintaan pasar
- c. Perang harga
- d. Pemalsuan.
- e. Kinerja produk yang lemah (kualitas turun)
- f. Promosi yang kurang baik.(tidak terencana & tidak kontinyu)
- g. Kesalahan dalam merek.
- h. Kegagalan dalam mengembangkan produk baru.
- i. Ketergantungan pada salah satu pelanggan utama.
- j. Kegagalan distribusi.

Bahan Dan Metode/Methodologi

Metode pelaksanaan pada program pengabdian masyarakat ini yaitu dengan metode transfer ilmu kepada Para Pemuda Desa yang ingin berwirausaha atau yang sudah punya usaha.

Kegiatan pengabdian akan dilaksanakan setelah semua perijinan dan persiapan peralatan selesai dilakukan. Kegiatan akan dilaksanakan Kabupaten Barito Kuala Kecamatan Mandastana di Desa Tebing Rimbah. Kegiatan pengenalan dan pelatihan berbeda dengan kegiatan belajar mengajar pada umumnya. Kegiatan pelatihan akan dibuat lebih mudah dipahami oleh masyarakat, *interaktif learning*, dan selain belajar peserta juga akan diberi berita-berita ekonomi pada saat ini.

II. BAHAN DAN METODE/METODOLOGI

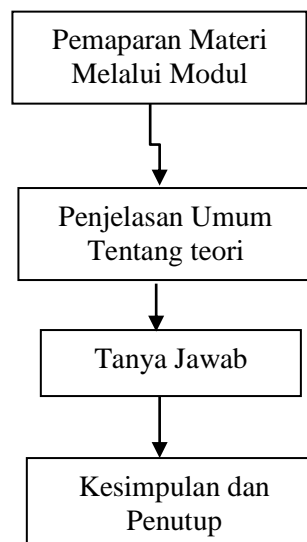
Materi Dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini meliputi Penentuan harga jual dan promosi penjualan produk. Waktu dan tempat pelaksanaan berkomunikasi langsung dan Tanya jawab sekitar 3 bulanan. Pelaksanaan dibantu 2 orang mahasiswa ikut secara langsung turun ke lapangan membantu menjelaskan teori berdasarkan modul yang diserahkan ke masing – masing peserta yang ada di desa raya belanti kecamatan binuang kabupaten tapin.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Penyuluhan Penentuan Harga Jual dan Promosi Penjualan Produk bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UKM) di Desa Raya Belanti Kecamatan Binuang Kabupaten Tapin dilaksanakan Tiga kali yaitu bulan Nopember, Desember dan Januari. Pelaksanaan kegiatan tersebut bertempat di Aula Kantor Kelurahan Raya Belanti Kecamatan Binuang. Para peserta adalah masyarakat desa pantai kecamatan binuang yang memiliki Usaha Mikro Kecil Menengah. Kegiatan dibuka oleh Lurah Raya Belanti dibantu dengan para peserta dan mahasiswa.

Hasil kegiatan PPM dapat disajikan sebagai berikut: Presentasi, diskusi dan hasil dialog antara tim dan praktisi dirumuskan tentang beberapa syarat pebisnis adalah: Ulet (pantang menyerah), Kreatif (pandai melihat peluang), Membuat produk yang berbeda dan belum banyak di pasaran, Konsisten terhadap kualitas, Konsumen adalah "raja", maka berikan yang terbaik untuknya, Produksi barang kerajinan yang unik dan Berikan pelayanan penuh. Hasil dialog tentang harga jual dan promosi penjualan produk hendaknya lebih dikembangkan pada strategi pemasaran global melalui internet, hal ini dapat dilakukan pada kegiatan PPM di masa datang.

a. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan



Wilayah Desa Raya Belanti yang semakin bertambah jumlah penduduk dan semakin menyempit lahan pertanian, maka termasuk daerah yang potensial untuk dikembangkan kegiatan bisnisnya. Di wilayah ini sudah banyak yang melakukan kegiatan usaha tetapi masih kurang memenuhi kualitas, pelakunya kurang semangat (yang penting asal jalan) sehingga tidak pernah menghitung tentang biaya/pengorbanan yang dilakukan dengan manfaat yang diperolehnya (*cost and benefit*).

Melalui kegiatan PPM ini pelaku usaha mulai mengetahui tentang manfaat pengelolaan harga jual dan promosi penjualan dengan hasil dialog serta konsultasi tentang produk yang dihasilkan ternyata masih harus ada perbaikan agar produk diterima masyarakat dan dapat memuaskan pelanggan.

Faktor pendukung dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah :

- Tim pelaksana harus menjelaskan secara detail atau secara terperinci teori teori yang belum dipahami oleh peserta.
- Para peserta pelaksana sulit menentukan harga jual dan mempromosikan produk yang akan mereka jual.
- Adanya keterbatasan dana kegiatan.

b. Foto Rangkaian Kegiatan Kegiatan



Gambar 1. Pembukaan



Gambar 2. Pengarahan Dari Lurah



Gambar 3. Tanya Jawab



Gambar 4. Pembacaan Doa



Gambar 5. Penutup

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Pelaku usaha sangat bersemangat untuk meningkatkan pengetahuan dalam pengelolaan harga jual dan promosi penjualan demi pengembangan dan kelangsungan hidup usahanya. Dengan kiat: ulet, kreatif (pandai melihat peluang), inovatif, membuat produk yang berbeda dan belum banyak di pasaran, konsisten terhadap kualitas, konsumen adalah "raja", maka berikan yang terbaik untuknya, produksi barang kerajinan yang unik, dan berikan pelayanan penuh.

Demi terbukanya pasar yang lebih luas maka usahakan diupayakan untuk melakukan harga jual dan promosi penjualan melalui internet.

b. Saran

Bagi Pelaku Usaha

Kelangsungan hidup suatu usaha sangat tergantung pada semangat dan etos kerja pelaku usaha (pemilik) oleh karena perlu semangat yang tinggi untuk menggali potensi agar produk bervariasi dan berkualitas sehingga memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Bagi Tim Pengabdian

Dalam menjalankan usahanya para pelaku usaha, sebagian besar belum memperhitungkan tentang biaya produksi, distribusi dan pemasarannya secara benar. Hal ini dilihat dari filosofi bisnisnya yang penting jalan dan dapat uang untuk memenuhi kebutuhan. Oleh karena itu untuk kegiatan berikutnya perlu diberikan tentang pengelolaan keuangan serta penentuan laba-rugi usahanya agar tidak merugi (melalui analisis BEP) dan tercipta kelangsungan hidup usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung, Alfabeta.
- Hisrich R. D, Michel, P.P, Dean A. S. 2010. *Kewirausahaan*. Edisi Tujuh. Salemba Empat. Jakarta.
- Philip Kotler, Kevin lane Keller. 2012. *Marketing Management* 13 New Jersey ; Pearson Prentice Hall Inc.
- Phillips Kotler, Garry Amstron. 2012. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Terjemahan Alexander Sindoro. Prehallindo: Jakarta.

Rahardjo, B., 2003, "E-Commerce di Indonesia: Peluang dan Tantangan",
(<http://budi.insan.co.id>)

Sumarwan, Ujang, 2011. Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor

Suryana. 2009. *Kewirausahaan*. Edisi Tiga. Salemba Empat. Bandung.