

# **SOSIALISASI STRATEGI PEMASARAN USAHA KERUPUK BERAS BAGI IBU-IBU RUMAH TANGGA DI DESA LESUNG BATU KECAMATAN PAGAR GUNUNG KABUPATEN LAHAT**

**Armalinda**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sereho Lahat

Email :armalinda.stie@gmail.com

## **ABSTRAK**

*Pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan kepada masyarakat Desa Lesung Batu, mengingat desa ini mayoritas mata pencaharian penduduk sebagai petani, dengan ini akan memberikan gambaran agar dari diri masyarakat timbul usaha home industri bagi ibu-ibu rumah tangga serta strategi pemasaran dari usaha pembuatan kerupuk beras. Tujuan dari kegiatan ini untuk pemahaman strategi pemasaran usaha kerupuk beras bagi ibu – ibu rumah tangga di Desa Lesung Batu Kecamatan Pagar Gunung dan mampu mengaplikasikan proses strategi pemasaran pada usaha – usaha yang dijalankan, berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat adalah dengan melakukan sosialisasi serta pengarahan secara teoritis dan teknis mengenai analisis pasar dan membuka peluang baru dipasaran dan mengoptimalkan tingkat penjualan kerupuk beras.*

**Kata kunci:** Strategi Pemasaran, Kewirausahaan, Usaha Produktif

## **I. PENDAHULUAN**

Daerah penghasil home industri di kecamatan Pagar Gunung terletak di Desa Lesung Batu. Hal ini menunjukkan bahwa home industri didesa Lesung Batu merupakan salah satu Usaha Kredit Menengah yang mempunyai potensi yang dapat dikembangkan. Industri kecil ini menjadi penting karena banyak menampung masyarakat yang tidak mendapatkan pekerjaan di sektor formal sehingga dapat membantu menekan tingkat pengangguran dan pemerataan pendapatan.

Suatu desa dikatakan memiliki kesejahteraan yang tinggi apabila adanya peningkatan pendapatan masyarakat dan tingkat pendidikan. Sulitnya mendapatkan pekerjaan dan terbatasnya kemampuan masyarakat merupakan masalah penting yang erat hubungannya dengan tingkat pengangguran yang makin tinggi di desa tersebut. Kegigihan dan kemampuan

melihat peluang yang mewakili kewirausahaan perlu ditumbuhkan sejak dini. Semangat kewirausahaan perlu dibangun sejak awal. Jiwa atau karakter kewirausahaan dibutuhkan karena dunia terus berkembang. Dalam menghadapi era globalisasi ke depan, ibu-ibu rumah tangga perlu memiliki jiwa kewirausahaan, dengan adanya jiwa wirausaha dapat membantu mengurangi angka kemiskinan di desa tersebut.

Salah satu usaha ekonomi produksi yang dilakukan di Desa Lesung Batu adalah usaha pembuatan kerupuk beras. Harganya yang murah dan variasi jenis menjadi salah satu alasan menambah potensi usaha ini untuk dapat lebih dikembangkan. Pengembangan industri kecil ini dengan adanya tujuan pembinaan serta dukungan kesempatan dalam memperbaiki proses produksi dan mutu kerja dalam meningkatkan produktivitas. Selain itu, dapat meningkatkan taraf hidup

---

masyarakat sekitar dan memperkokoh perekonomian serta kemandirian.

Usaha pembuatan kerupuk beras dilakukan dalam bentuk industri rumahan. masih menerapkan manajemen tradisional. Dalam hal proses produksi, bagaimana cara pengolahan kerupuk berasyang baik dan higienis. Dilihat dari aspek produksi, persoalan yang dihadapi adalah mulai dari proses pembuatan adonan, pencetakan manual, dan penjemuran. Hal ini bisa diberikan solusi praktik dan pendampingan pembuatan kerupuk berasyang sehat, higienis dan aman. Dari aspek kualitas penampilan, dapat diatasi dengan pengemasan yang lebih menarik, sedangkan pada aspek manajemen usaha/pemasaran dan keuangan dapat diatasi dengan beberapa strategi, misalnya 1) dengan memberikan pelatihan mengenai manajemen usaha dan pemasaran dan pembukuan keuangan, 2) melakukan promosi kerupuk beras dengan berbagai cara: pembuatan spanduk, leaflet, online, dan 3) memperluas jaringan pemasaran, tidak hanya untuk pasar tradisional, tetapi juga dapat dipasarkan di toko atau pusat oleh-oleh.

## II. METODE PELAKSANAAN

### A. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dilaksanakan selama satu hari, yaitu pada tanggal 14 Desember 2019 bertempat di Desa Lesung Batu Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat.

### B. Peserta

Peserta yang hadir sebanyak 36 peserta, yang beralamatkan di Desa Lesung Batu, Bandung Agung, Desa Tanjung Priok, Desa Tebat Pesuk, Desa Manawan, dan Desa Ayek Lingkar.

### C. Metode Kegiatan

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini meliputi:

1. Ceramah  
Materi yang disampaikan berupa semangat berwirausaha dalam home industri, cara pengolahan hingga strategi pemasaran
2. Diskusi  
Berisi kegiatan diskusi tentang masalah strategi pemasaran.
3. Tanya Jawab

Berisi kegiatan tanya jawab tentang permasalahan atau kendala yang dihadapi.

### 4. Pendampingan

Melakukan praktik langsung membuat kerupuk beras dengan menggunakan pewarna yang alami yang lebih kreatif dan inovatif.

### D. Kendala Dan Tindak Lanjut Yang Harus Dilakukan

Penyuluhan-penyuluhan dan pendampingan sudah sering diberikan untuk mengatasi kendala-kendala tersebut di atas, tetapi dari hasil survei/pengamatan kami ternyata ditemukan masalah yang jarang tersentuh, tetapi tidak kalah penting dengan masalah modal, pemasaran maupun produksi.

Penyelesaian permasalahan ibu-ibu rumah tangga di fokuskan pada kegiatan pelatihan yaitu Pelatihan Strategi Pemasaranyaitu pemberian materi tentang produk yang dihasilkan harus beragam dalam hal produk memiliki kualitas yang baik, dan bagaimana harga dalam satuan produksi diperhatikan baik biaya bahan baku sampai biaya tenaga kerja, serta bagaimana mempromosi produk agar di kenal dan disukai konsumen dan bagaimana mendistribusi produk yang dihasilkan sampai ke tangan konsumen sebagai berikut:

1. Memberikan Materi Pelatihan dalam hal pengetahuan dan pemahaman dalam hal produk, harga, promosi dan distribusi.
2. Pelatihan cara memasarkan produk agar sampai ketangan konsumen dengan melalui pengetahuan Strategi Pemasaran.
3. Memahami proses strategi pemasaran agar dapat memasarkan dan dapat meningkatkan pendapatan bagi ibu-ibu rumah tangga penghasil keupuk beras.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang dicapai dalam sosialisasi yang dilakukan ibu-ibu rumah tangga dapat mengetahui bagaimana cara memasarkan produk yang mereka hasilkan agar terjual dan dikenal di pasaran, dimana pelatihan pemberian materi dalam hal pengetahuan tentang strategi pemasaran. Hal-hal yang perlu diperhatikan oleh ibu-ibu rumah

tangga usaha kerupuk beras dalam Strategi Pemasaran adalah sebagai berikut :

1. Strategi pengembangan produk  
Kebanyakan ibu-ibu mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan dengan pesaing yang memproduksi barang yang sama. Solusi yang ditawarkan adalah hadapi pesaing dengan rasional artinya, mengedepankan unsur berkompetisi secara sehat, terus beroperasi dan memperhatikan kedudukan barang yang di promosikan.
2. Strategi penentuan harga  
Ketepatan dalam penentuan harga akan produk yang di hasilkan adalah tugas pemasar. Harga yang tinggi dengan keuntungan per unit yang tinggi belum tentu mewujudkan keuntungan yang diharapkan. Sebaliknya harga yang rendah diikuti volume penjualan yang tinggi dapat menghasilkan keuntungan yang besar
3. Strategi promosi  
Membujuk konsumen untuk membeli barang tersebut, dapat melalui pengiklanan media cetak, bahkan lewat social media. Alat promosi lainnya bisa lewat penjualan langsung.
4. Strategi distribusi  
Hal pertama yang perlu di pikirkan dalam menentukan strategi pendistribusian adalah menentukan pihak yang akan mendistribusikan barang, yaitu apakah diserahkan kepada pihak yang lain atau di distribusikan langsung ke konsumen.



Gambar Hasil Olahan Produk kerupuk beras pada ibu-ibu rumah tangga.

#### IV. KESIMPULAN

Dari berbagai uraian di atas maka disimpulkan beberapa hal berikut ini :

1. Sosialisasi kepada ibu-ibu rumah tangga di Desa Lesung Batu Kecamatan Pagar Gunung Kabupaten Lahat berisi materi tentang dasar-dasar kewirausahaan dan Strategi Pemasaran serta memperkenalkan cara-cara membuka usaha baru kepada masyarakat.
2. Ibu-ibu rumah tangga telah memahami dan mempraktekan teknik dan cara pembuatan kerupuk beras
3. Ibu-ibu rumah tangga telah memahami proses strategi pemasaran dimulai dari produk, price, promosi, distribusi.

#### DAFTAR PUSTAKA

1. Guntur. 2009. Pemberdayaan ekonomi rakyat: transformasi perekonomian rakyat menuju kemandirian dan berkeadilan. Sagung Seto: Jakarta
2. Kotler, Philip, 2002, manajemen pemasaran, edisi 13, jilid 1, penerbit erlangga.
3. Majalah marketing, 2018, Welcome to digital Economy, edisi 01/XVIII/Januari, Gramedia : Jakarta.

4. Sadono, Sukirno, dkk, 2004, pengantar bisnis, edisi 1, penerbit prenada media, Jakarta.
  5. Thomas W. Zimmerer, Norman M Scarborough. 2011, *Kewirausahaan dan Usaha Kecil*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
-