

EVALUASI PENERAPAN STRATEGI HARGA, PRODUK DAN DISTRIBUSI PENJUALAN PADA USAHA KUE RUMAHAN UTI PALEMBANG

Afrizawati¹⁾, Marieska Lupikawaty²⁾, Dewi Fadila³⁾, Sari Lestari⁴⁾, Paisal⁵⁾, Hendra Sastrawinata⁶⁾

¹Prodi Manajemen Bisnis, Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya
afrizawati@polsri.ac.id

²Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya
marieska@polsri.ac.id

³Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya
dfadila@gmail.com

⁴Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya
sarilestari@polsri.ac.id

⁵Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya
paisal.conk@gmail.com

⁶Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya
hendra.sastrawinata@yahoo.com

Abstract

The role of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) is very important in the economy because is mostly to use local raw materials, it can absorb labor, increase the number of business units and support household income. In producing their products, MSMEs entrepreneurs interact more in terms of price negotiations. Price is the most important elements that determine market share and business profitability. The home-based small-scale industry (MSMEs) which is the assignment partner is the Uti home-based business, which is a home-based business that has been running for more than eight years and consistently produces traditional cakes needed by the surrounding community. Uti home-based business has problems in terms of selling prices, product innovation and expansion of sales distribution. There were three problems that often encountered by a small business, especially the home industry because they generally have difficulty in determining prices caused by the price of staple cake making is often unstable, then need to develop cake production that leads to innovation in processing the production of processed industrial cakes Uti Cake and the development of sales distribution of these products.

Keywords: Pricing Strategies, Product Innovation, Sales Distribution

1. PENDAHULUAN

Industri merupakan aktivitas manusia untuk mengelola sumber daya-sumber daya (*resources*) baik Sumber Daya Manusia (SDM), maupun Sumber Daya Alam (SDA) di bidang produksi dan jasa, seperti makanan, pakaian, bahan bangunan, peralatan rumah tangga. Industri kecil juga memberikan manfaat sosial yang sangat berarti yaitu dapat menciptakan peluang berusaha yang luas dengan pembiayaan yang relatif murah, mengambil peranan dalam peningkatan

dan mobilisasi tabungan domestik serta industri kecil mempunyai kedudukan yang komplementer terhadap industri besar dan sedang.

Peranan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting keberadaannya dalam perekonomian karena dapat menyerap tenaga kerja, meningkatkan jumlah unit usaha dan mendukung pendapatan rumah tangga. Umumnya produk yang dihasilkan oleh industri kecil lebih ke arah kebutuhan harga ditetapkan oleh pembeli dan penjual yang saling bernegosiasi. Melalui tawar

menawar akhirnya penjual dan pembeli akan sampai pada harga yang dapat diterima. Harga berperan sebagai penentu utama pilihan pembeli, walaupun faktor-faktor non harga telah menjadi semakin penting dalam perilaku pembeli selama ini, harga masih tetap merupakan salah satu unsur terpenting yang menentukan pangsa pasar dan profitabilitas perusahaan.

Perlu diberikan perhatian yang layak untuk memberdayakannya industri kecil, karena salah satu roda pengembangan usaha kerakyatan yang kebanyakan merupakan kearifan lokal, menggunakan bahan-bahan lokal, penyerapan tenaga kerja lokal disitulah industri kecil berperan. Usaha industri kecil dapat dipandang sebagai suatu kelompok unit usaha yang kedepannya harus dapat terintegrasi dalam dunia usaha nasional yang nantinya dapat meningkatkan taraf hidup dan daya saing.

Salah satu usaha industri kecil rumahan (UMKM) yang menjadi mitra pengabdian penugasan ialah usaha rumahan kue Uti dimana usaha ini merupakan usaha kue rumahan yang telah dijalankan kurang lebih dari tiga tahun dan secara konsisten memproduksi kue-kue tradisional yang dibutuhkan oleh masyarakat sekitar. Usaha rumahan kue uti ini memiliki permasalahan dalam hal penetapan harga jual, produk dan perluasan distribusi penjualan. Ketiga permasalahan tersebut seringkali didapati oleh suatu usaha kecil terutama industri rumahan karena mereka pada umumnya kesulitan dalam penetapan harga yang disebabkan oleh harga bahan pokok pembuatan kue seringkali tidak stabil, kemudian perlu pengembangan produksi kue yang mengarah kepada inovasi dalam pengolahan produksi kue-kue hasil olahan industri kue uti serta pengembangan distribusi penjualan dari hasil produksi tersebut.

Produksi industri Kue Uti terletak di Jalan Sosial KM. 5, produksi dan pemasaran produk kue Uti dilakukan dirumah, dimana kue-kue yang di hasilkan

oleh Kue Uti ini kebanyakan merupakan kue-kue tradisional dengan harga sangat terjangkau, dengan harga untuk kue basah berkisar Rp 70.000,- sampai dengan Rp 120.000,- yang disesuaikan dengan cetakan loyang, kalau untuk satuan kisaran Rp 800,- sampai dengan Rp 1500,- persatuan. Selama ini yang melakukan pemesanan kebanyakan adalah masyarakat sekitar dan orang-orang yang mengetahui bahwa ada produksi kue dengan kualitas bagus namun harganya tidak terlalu tinggi, sehingga seringkali menjadi Kue Uti ini menjadi suplier bagi orang-orang yang akan menjual kembali.

Adapun alasan dalam pemilihan mitra pengabdian penugasan ini sebagai objek pengabdian, sesuai dengan khalayak sasaran pengabdian penugasan dimana salah satunya yaitu masyarakat produktif yang perlu pengembangan dari segi produksi dan dari segi manajemen, sehingga diharapkan dengan dana dan ilmu yang dimiliki oleh tim pada program pengabdian kepada masyarakat ini mampu memberikan solusi sebagai langkah konkrit dalam menyelesaikan masalah usaha industri kecil tersebut.

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Masalah yang dihadapi oleh mitra usaha ini dengan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Dari aspek produksi

Terjadinya kenaikan harga bahan baku seperti diuraikan pada Tabel 1 diatas. Kenaikan harga ini diluar kemampuan pemilik usaha, jadi hanya dapat menyesuaikan. Solusi dari pemilik usaha selama ini adalah mengurangi jumlah yang diproduksi bukan menaikkan harga jual produk karena menyadari konsumen terbanyak adalah perkulakan kue sekitar rumah.

2. Dari aspek penjualan

Ruang lingkup penjualan hanya di sekitar Jalan Sosial Kota Palembang, sehingga jangkauan penjualan tidak luas dan tidak melayani pemesanan yang jauh dari lokasi usaha karena tidak ada waktu dan tenaga untuk melayani pemesanan yang jauh, kecuali pesanan dalam jumlah banyak biasanya dilayani untuk konsumen yang sudah loyal.

3. METODELOGI PELAKSANAAN

1. Aspek Produksi dan Strategi Harga

Metode pelaksanaan dengan melakukan penyuluhan. Jadi pada sektor produksi tim pengabdian melakukan komunikasi secara persuasif tentang harga kue-kue yang ada di pasaran dimana standar harga kue-kue berkisar seharga Rp. 800,- sampai Rp 1000,- per buah.

Tabel 1 Harga Bahan Baku

No	Bahan Baku	H. Awal	H.Perbhn	Per. Harga
1	Tepung terigu	20.000,-	26.000,-	+ 20%
2	Margarin	45.000,-	48.000,-	+ 15,4%
3	Telur ayam	20.000,-	24.000,-	+ 20%
4	Gula Pasir	25.000,-	27.000,-	+ 15,8%
5	T.Tapioka/ketan	9.000,-	14.000,-	+ 44 %
6	Susu kemasan	15.000,-	17.000,-	+ 13,3%
7	Gula merah	20.000,-	22.000,-	+ 10%

Di sini tim pengabdian pendampingan pada saat melakukan penyamaan persepsi dalam hal mencapai penentuan harga yang layak dengan kondisi sekarang ini. Sehingga didapatkan kesesuaian harga berdasarkan harga bahan baku. Dimana untuk harga kue jajanan pasar di patok harga untuk persatuannya Rp 1000 sampai dengan Rp 1500. Hal ini dilakukan agar

harga jual kue tersebut dapat menutupi biaya produksi disaat melakukan pembuatan kue-kue untuk dijual maupun pesanan dari konsumen.

2. Aspek penjualan

Dapat dilakukan inovasi dalam aspek penjualan dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat bantu penjualan, terlebih dahulu membuat akun email yang akan terkoneksi pada akun instagram nanti. Selanjutnya melakukan pendaftaran Mitra Gofood, dimana metode pelaksanaan dengan mendaftarkan menjadi partner Go-Food dapat langsung menghubungi sales sesuai area tempat usaha berjalan, kemudian pihak sales Gofood akan membelikan syarat-syarat yang harus di lengkapi untuk kelengkapan administrasi. Selain itu ada cara lain untuk menjadi partner Go-Food dengan cara mendaftar melalui aplikasi yang dapat didownload di play store, dengan menyiapkan persyaratan yang ditentukan oleh pihak Gojek seperti gambar berikut :



Gambar 2. Partner Gofood

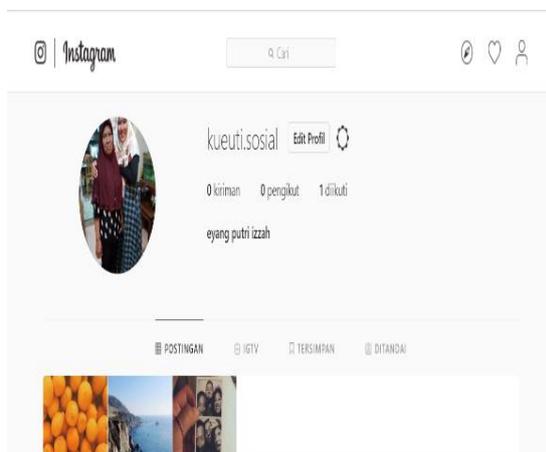
Gambar diatas juga merupakan website untuk mendaftar menjadi partner Go-Food dengan tujuan mendapatkan lingkup penjualan yang lebih luas dan mempunyai kurir untuk membantu mengantarkan

pesanan makanan dari usaha mitra Kue Uti. Tim pengabdian akan mendampingi cara mendaftar jika mitra mau mempunyai partner bisnis Go-Food hingga menjelaskan cara kerjanya.



Gambar 3. Persyaratan Gofood

Kemudian tim pengusul juga akan melakukan pendampingan dalam membuat akun Instagram sebagai ajang promosi kue uti dalam melakukan upaya perluasan jangkauan penjualan. Saat ini tim pengabdian dan pemilik usaha Kue Uti telah memberikan semua persyaratan untuk menjadi mitra Gofood, dan proses tersebut sedang berlangsung



Gambar 4. Profil Instagram

Gambar diatas merupakan salah satu media untuk mempromosikan usaha kue uti, dimana akun Instagram telah dibuat

dan tinggal mengupdate setiap kegiatan produksi pada kue uti setiap hari nya. Hal ini dilakukan agar dapat mendukung penjualan dari usaha kue uti itu sendiri.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian di Kue Uti, tim pengabdian melakukan pendampingan dalam melakukan kegiatan produksi khususnya pada saat penyesuaian harga-harga kue yang ada di masyarakat. Disamping melakukan penyesuaian harga, tim pengabdian juga memberikan masukan untuk berinovasi dalam pembauatan kue-kue yang dihasilkan oleh usaha kue uti, sehingga tidak terpaku pada bahan baku tepung terigu dan tapioka saja, seperti penggunaan ubi sebagai bahan baku utama pembuatan kue. Untuk pembuatan kue ini dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 5. Kue Talam Ubi Satuan



Gambar 6. Kue Berbahan Ubi kayu Loyangan

Selain membuat kue loyangan, tim pengabdian juga mendampingi dalam pembuatan kue tampah sehingga kue uti dapat bervariasi dalam bentuk produk jualannya.



Gambar 7. Kue Tampah



Gambar 8. Kue pistel isi ubi wortel dan Putu Ayu

Terlihat pada gambar diatas variasi kue olahan termasuk juga kue berbahan ubi ungu, getuk dan lain-lain. Namun tetap memproduksi kue-kue yang berbahan dasar tepung terigu, karena tidak semua pelanggan mau mengkonsumsi kue yang berbahan dasar ubi.



Gambar 9. Tim Pengabdian Bersama Pemilik Kue Uti



Gambar 10. Bersama Hasil Kue Olahan Pengabdian

5. KESIMPULAN

Pada dasarnya untuk membuat suatu usaha kecil dapat bertahan yaitu dengan berusaha untuk memperbaiki proporsi usaha yang ada. Pada usaha kecil rumahan Kue Uti diperlukan strategi perbaikan dalam penetapan harga jual kepada konsumen sehingga dapat mengikuti inflasi yang sering terjadi pada ekonomi sekarang ini. Tanpa mengurangi komposisi bahan pembuat kue maka diperlukan strategi dalam harga, inovasi kue-kue yang telah ada serta pemberdayaan media sebagai alat untuk mempromosikan usaha kepada khalayak masyarakat, yang kedepannya dapat menjadi konsumen baru bagi usaha kue Uti.

Dalam hal ini, maka Tim pengabdian lalu melakukan pendampingan mendaftarkan mitra usaha pada jasa transportasi online Go-Food agar dapat menjadi partner usaha sekaligus kurir untuk mengantarkan pesanan konsumen yang jaraknya tidak memungkinkan pemilik untuk melakukan sendiri. Kemudian melakukan pendampingan dalam membuat akun media sosial instagram, karena saat sekarang ini instagram merupakan media yang efektif dalam promosi usaha, namun tidak dapat di pungkiri kedepannya tim pengabdian juga akan melakukan pembuatan video usaha sehingga dapat di upload ke youtube sebagai alat promosi usaha. Dari kesemua solusi ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra usaha agar mempunyai keberlanjutan usaha yang lebih baik.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang telah memberi Materi maupun support kepada

1. Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Bapak DR. Dipl. Ing. Ahmad Taqwa, M.T Beserta Jajaran Pembantu Direktur
2. Ketua Jurusan Administrasi Polsri, DR. A. Jalaluddin Sayuti, SE, M.Hum.Res.M
3. Kepada Mitra Usaha, Kue Uti Ibu Izzah
4. P3M Polsri
5. Tim Pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

Depkominfo. 2008. *Kredit Usaha Rakyat Berdayakan Usaha Rakyat, Tingkatkan Kesejahteraan*. Departemen Komunikasi dan Informatika Badan Informasi Publik. Pusat Informasi dan Perekonomian. Jakarta.

Hafiz, Abdul. 2017. Hore! UMKM di Palembang Dapat Pinjaman Rp 3 juta Tanpa Bunga dan Angsuran Setahun. Sripoku.com

OJK. 2015. UU No. 1 Tahun 2013 Tentang Lembaga Keuangan Mikro (LKM)

Pradana. 2015. *Klasifikasi Jenis-Jenis Bisnis E-Commerce di Indonesia*. Jurnal Neo-bis Volume 9, No.2 Des 2015

Undang-Undang No.20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)

.....Kembangkan Bisnis Kuliner Anda Bersama Go-Food. <https://www.go-jek.com/go-food/bisnis/#/> diakses 9 September 2019

