

Inovasi Produk Baru Dan Strategi Pemasaran Kol Di Desa Tambakrejo

Binti Nadhifah¹, Putri Purnama Sari², Detak Prapanca, SE.MM.³

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Email : bintinadhifa18@gmail.com

ABSTRAK

Pengabdian dilakukan pada salah satu UMKM di desa tambakrejo. Metode yang dilakukan adalah metode observasi analisis kebutuhan UMKM, branding, dan pemasaran melalui instagram. Temuan kendala yang ditemukan adalah belum tersedianya kualitas olahan kol yang perlu ditingkatkan, kurangnya branding dan kurangnya pemasaran secara E-Commerce. Pengabdian yang dilakukan ini sangat diperlukan oleh UMKM Desa Tambakrejo, dalam rangka peningkatan kualitas produk olahan kol, yang sudah menjadi andalan bagi UMKM tersebut. Inovasi yang dilakukan dengan melakukan pengembangan varian produk seperti crispy kol, rica-rica kol, dan serundeng kol dengan kualitas rasa yang lebih baik. Inovasi yang dilakukan memberikan peningkatan kemampuan bagi masyarakat Desa Tambakrejo. Kegiatan lain yang dilakukan pada pengabdian ini adalah membuat branding yang menarik untuk meningkatkan minat konsumen. Tidak hanya itu saja kami juga memasarkan lewat sosial media terutama instagram. Dengan adanya media sosial produk tersebut dengan mudah untuk dipasarkan. Berbagai kegiatan yang dilakukan ditujukan untuk meningkatkan kapasitas produksi dengan menjaga konsistensi kualitas.

Kata Kunci : UMKM , inovasi , potensi ,pemasaran

PENDAHULUAN

Keong sawah yang biasa dikenal dengan kol didaerah jawa merupakan hewan yang hidup didalam air tawar yang biasanya ditemukan disawah dan aliran sungai. Hewan ini juga termasuk hama padi, untuk menghilangkan hama padi tersebut warga desa tambakrejo memanfaatkan kol atau keong sawah tersebut untuk diolah menjadi makanan. Mayoritas penduduk di jawa timur mengolah kol dijadikan sate kol, masyarakat didesa tambakrejo penjualan kolnya masih satu varian produk saja, tidak hanya itu pengemasannya pun juga dari plastik biasa dan untuk pemasarannya masyarakat tambakrejo dengan menjual keliling produk tersebut. Oleh karena itu Tim KKN-P desa tambakrejo melakukan inovasi terhadap pengelolaan kol, mengganti pengemasannya dan melakukan branding marketing yang benar.

Inovasi produk diperlukan untuk menjaga minat konsumen. Inovasi produk yang dibuat efektif dengan intensitas yang tinggi dapat menentukan kinerja pemasaran suatu perusahaan. Biasanya konsumen membandingkan produk yang akan dibeli dengan produk yang ditawarkan oleh produsen lainnya. Oleh karena itu, Tim KKN-P Tambakrejo berinovasi mengolah produk kol yang telah dibuat oleh UMKM agar dapat menarik peminat konsumen. Tim KKN-P memiliki inspirasi inovasi produk kol yaitu rica-rica kol, crispy kol, dan serundeng kol. Nah disini Tim KKN-P juga membranding atau memberi merk untuk produk inovasi yang telah kami buat, kami juga memberikan inspirasi pengemasan yang sesuai dengan masing-masing produk tersebut seperti rica-rica kol kami kemas ditepak plastik ukuran 200 ml. Untuk pemasarannya Tim KKN-P membuat akun instagram, agar lebih mudah untuk memasarkan produk tersebut. Tim KKN-P juga bekerja sama dengan Karang Taruna Desa Tambakrejo untuk membantu memasarkan produk inovasi kita dan membantu masyarakat Desa Tambakrejo.

Pemasaran harus ditanggapi dengan serius oleh UMKM. Apalagi dalam proses penentuan strategi pemasaran harus benar-benar menguasai strategi pemasaran yang dipilih agar dapat menembus pasar. Apalagi dalam persaingan yang semakin ketat saat ini kemampuan untuk merebut pangsa pasar akan mempengaruhi kelangsungan hidup UMKM itu sendiri. Situasi ini tidak terkecuali dihadapi sate kol. Posisi kepemimpinan di bidang ini sangat membutuhkan perumusan strategi pemasaran yang tepat sebagai prioritas utama untuk menghadapi persaingan dengan tujuan menumbuhkan pasar.

METODE

Untuk mencapai sebuah keberhasilan dalam kegiatan penelitian ini diperlukan kerjasama antara beberapa pihak termasuk pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan ini khususnya pengusul kelompok pengabdian masyarakat Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dan desa Mitra Tamakrejo UMKM. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode analisis kebutuhan UMKM, branding, dan pemasaran melalui instagram. Pada tahap analisis kebutuhan UMKM ini Tim KKN-P ingin menggali dan menemukan permasalahan-permasalahan yang dialami oleh UMKM Desa Tambakrejo serta memberikan solusi yang akan diberikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Solusi yang kami berikan kepada masyarakat adalah dengan menginovasikan produk UMKM Desa Tambakrejo. Untuk tahap branding Tim KKN-P membuat inspirasi logo tau merk yang unik agar brandingnya menarik minat konsumen. Tahap yang terakhir yaitu pemasaran, Tim KKN-P membuat akun instagram untuk pemasaran produk UMKM Desa Tambakrejo tetapi akun instagram ini kami serahkan ke Karang Taruna untuk membantu masyarakat Desa Tambakrejo dalam menjalankan UMKMNya.

HASIL & PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan langkah yang pertama Tim KKN-P merumuskan tujuan yang ingin dicapai pada hasil akhir, setelah merumuskan tujuan Tim KKN-P menganalisis kebutuhan UMKM desa tambakrejo disini kami menemukan berbagai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM desa tambakrejo. Setelah menganalisis maka kami menjabarkan permasalahan tersebut sebagai berikut :

No.	Permasalahan	Penyebab Masalah	Akibat
1.	Produk olahan kol yang hanya sate kol	Penjualannya sangat sulit dan banyak orang yang belum tau rasa dari olahan tersebut.	Kurangnya inovasi produk
2.	Tidak adanya branding	Produknya tidak berkembang dengan baik	Produk UMKMNya tidak ada logo produknya sehingga tidak berkembang
3.	Pemasaran tidak menggunakan media sosial atau E-Commerce	Tidak memahami cara pembuatan lapak pada E-Commerce	Tidak menjual online

Setelah menganalisis dan menjabarkan permasalahan UMKM maka langkah selanjutnya adalah menentukan solusi untuk masalah yang dihadapi UMKM. Tim KKN-P akan menyelesaikan permasalahan tersebut dengan step by step karena kita membuat timeline untuk program kerja tersebut.

Pada tahap awal kami ingin mencoba mengelola kol menjadi olahan yang ingin kita inovasikan. Inovasi produk diperlukan untuk menjaga minat konsumen. Inovasi produk yang dibuat efektif dengan intensitas yang tinggi dapat menentukan kinerja pemasaran suatu perusahaan. Biasanya konsumen membandingkan produk yang akan dibeli dengan produk yang ditawarkan oleh produsen lainnya. Inovasi produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi preferensi pembelian konsumen. Sundro (2010) bahwa inovasi produk yang lebih tinggi akan mempengaruhi kinerja pemasaran dan meningkatkan keunggulan bersaing yang lebih berkelanjutan. Tim KKN-P memberikan inovasi produk baru seperti crispy kol, rica-rica kol dan serundeng. Sebelum membuat olahan tersebut kami mengunjungi salah satu penjual kol untuk belajar bagaimana cara mengelola kol dengan benar agar kol tersebut tidak berbau amis dan bagaimana cara mengeluarkan kol tersebut dari cangkangnya. Setelah kami tau bagaimana mengolahnya, Tim KKN-P mengimplementasikan dan memasak sesuai yang kami inovasikan atau rencanakan. Banyak kesulitan yang dialami Tim KKN-P mulai dari tekstur kol yang keras sampai tepung crispynya ganti-ganti terus karena tepungnya tidak bisa tahan lama atau ayem. Tim KKN-P mencoba terus menerus sampai olahan inovasi kami berhasil.

Tahap yang kedua yaitu Tim KKN-P mempunyai rencana untuk mengubah pengemasan yang awalnya hanya dikemas dengan plastik biasa, kami ganti dengan pouch tetapi tidak semua kita kemas dengan pouch karena setiap masakan berbeda pengolahannya jadi pengemasannya sesuai dengan produknya seperti rica-rica kol kami beri kemasan tepak plastik 200 ml. Dengan mengganti kemasan produk tersebut akan menarik peminat konsumen karena konsumen bukan hanya dilihat dari rasanya saja tetapi juga dilihat dari pengemasan dan menariknya logo.

Tahap ketiga yaitu branding, pembuatan logo pada produk olahan kol. Dengan dibuatkannya logo produk itu kelihatan menarik dan pastinya dikenal banayak orang. Tim KKN-P membuatkan logo atau merk untuk produk tersebut agar produk tersebut banyak diminati oleh konsumen. Sebagai berikut branding (Logo) dan olahan inovasi produk baru yang telah kami buat :



Gambar Logo Produk

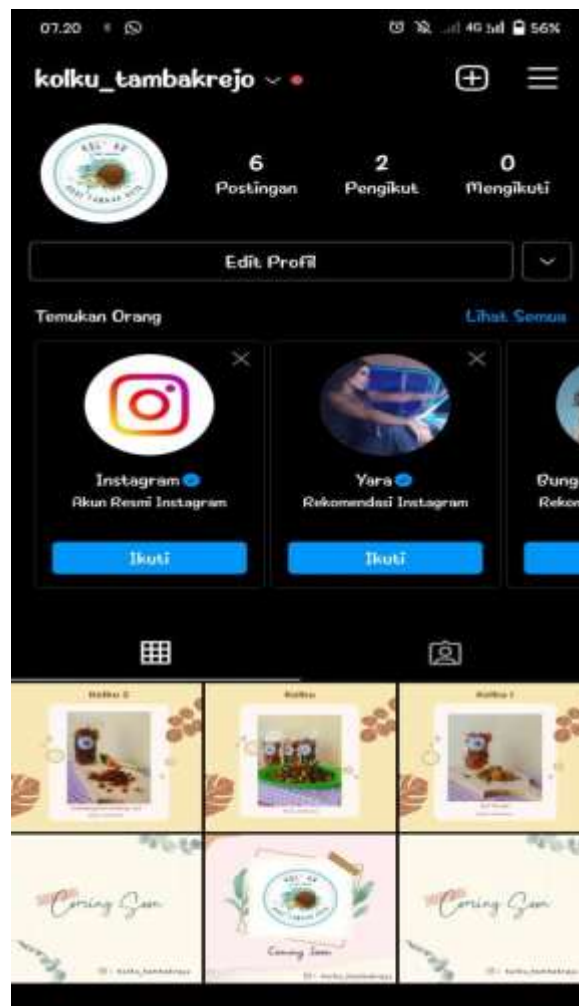


Gambar Inovasi Produk Baru Rica-Rica Kol

Gambar Inovasi Produk Baru Crispy Kol

Gambar Inovasi Produk Baru Serundeng Kol

Tahap yang terakhir yaitu pemasaran. Pemasaran adalah kegiatan seseorang untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan kebutuhan serta pelaksanaan yang diinginkan melalui proses pertukaran (Assauri 2004). Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen perusahaan harus memfasilitasinya dengan strategi pemasaran. Dengan adanya strategi pemasaran kita lebih mudah untuk memasarkan produk yang kita jual. Tim KKN-P membuat akun Instagram agar masyarakat desa tambakrejo mudah untuk memasarkan produknya dan mudah untuk diimplementasikan. Tetapi masyarakat masih minim pengetahuan tentang media sosial khususnya instagram. Padahal jika diketahui digital marketing memiliki pengaruh yang lebih besar. Juga perlu diperhatikan foto produk yang menarik akan lebih menarik perhatian konsumen. Jadi Tim KKN-P bekerja sama dengan Karang Taruna untuk menjalankan pemasaran masyarakat desa tambakrejo. Sebagai berikut akun Instagram UMKM diDesa Tambakrejo :



Gambar Akun Instagram UMKM Desa Tambakrejo

Procedia Of Social Sciences and Humanities

Proceedings of the 1st SENARA 2022

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat kami ambil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah bertambahnya ilmu pengetahuan dalam mengolah kol menjadi produk yang bervariasi dan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Juga dengan begitu produk yang baru sudah memiliki logo yang kami buat sehingga bisa dikembangkan lagi agar dapat mengangkat nama desa Tambakrejo yang khas olahan kolnya. Karena banyak juga masyarakat yang kurang minat menjual produk lewat digital marketing sehingga kami memberikan sedikit pendampingan kepada karangtaruna agar dapat menyalurkan ke masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami Tim KKN-P mengucapkan terima kasih kepada kepala desa tambakrejo beserta pengurus-pengurusnya, karang taruna desa tambakrejo beserta ibu suparmi mitra dari sate kol yang telah memberikan ketersediaan waktu untuk belajar terhadap program-program pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR RUJUKAN

<https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/refrensi/article/view/559/547>

<http://journal2.um.ac.id/index.php/jgp/article/view/24974>

https://id.wikipedia.org/wiki/Keong_sawah

<https://media.neliti.com/media/publications/87178-ID-pengaruh-kualitas-produk-terhadap-kepuas.pdf>

https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=penjelasan+produk+inovasi+terhadap+minat+konsumen+&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3DkONlrn7IX_sJ