

## **PENYUSUNAN MARKETING PLAN BAGI USAHA KERAJINAN TANGAN IBU-IBU DI DESA TATAH PAMANGKIH KABUPATEN BANJAR**

**Rahmi Widyanti, Aida Vitria, dan Susiladewi**

Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan

Email : [rahmiwidyanti@yahoo.com](mailto:rahmiwidyanti@yahoo.com)

### **ABSTRACT**

The level development of entrepreneurs in Indonesia is very slow. This is influenced by attention the government to its citizens still lacking. We can take the example of one of the government's policies, import salt, chili, rice etc. Is it appropriate for the State of Indonesia as an agricultural country with the dawn of rice cultivation such imports. This situation to make farmer family felling down. Government attention is needed to empower people to improve the entrepreneurial spirit. Especially in developing informal business communities of the handmade product. However, it is also the role of public institutions and universities by providing socialization and counseling, in order to accelerate the empowerment felt by the public and obtain maximum benefit in managing the business. This is effort to increase handmade production by moms community, the soul of entrepreneurs need to be given knowledge about the preparation of the marketing plan format.

**Keywords:** *Marketing Plan, Entrepreneur Handmade*

### **PENDAHULUAN**

Merencanakan sebuah bisnis yang tepat untuk menarik minat konsumen pada usaha kecil masih sangatlah sulit. Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengembangkan usaha kecil tentunya dengan fokus pada *marketing plan*.

Dengan terbatasnya anggaran marketing yang dimiliki usaha kecil, bukan berarti menjadikan usaha kecil kalah dengan usaha skala besar. Untuk itu kita harus lebih kreatif dengan anggaran biaya yang minim untuk menghasilkan strategi pemasaran yang tepat. Berikut

beberapa cara untuk mengoptimalkan pemasaran dengan anggaran terbatas :

- Bekerjasama dengan pengusaha atau rekan Anda untuk pemasangan iklan
- Mencoba mengirimkan penawaran produk kepada pelanggan serta memberikan potongan harga untuk paket pembelian tertentu.
- Perkenalkan produk dan usaha Anda melalui media gratis, hal ini akan membantu pencarian para konsumen tentang produk yang Anda tawarkan. Misalnya saja publikasi melalui internet.

- Libatkan lingkungan yang ada disekitar usaha Anda, dalam salah satu kegiatan yang usaha Anda laksanakan. Ini dapat dijadikan sebagai salah satu cara publikasi gratis kepada masyarakat sekitar.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka perlu dipelajari terlebih dahulu bagaimana merencanakan pemasaran agar produk dapat dikenal calon konsumen.

Dalam suatu pemasaran dikenal marketing mix sebagai sebuah konsep dalam menentukan langkah-langkah perencanaan pemasaran suatu produk. Produk itu sendiri ada yang diproduksi dalam bentuk missal ada pula yang diproduksi dalam bentuk satuan yang jumlahnya terbatas. Produk kerajinan tangan merupakan salah satu contoh produk yang jumlah produknya terbatas. Apalagi produk ini dihasilkan dari sekedar mengisi waktu luang dan menyalurkan hobi.

Produk kerajinan seringkali dihadapkan pada berbagai permasalahan, diantaranya adalah jumlah produksi yang terbatas dan tidak menentu, penetapan harga jual yang tidak ekonomis, skala usaha yang

bervariasi dan diferensiasi produk yang sangat fluktuatif diantara pengraji.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menambah wawasan dan pengetahuan ilmu pemasaran bagi ibu-ibu pembuat tas anyaman yang berdomisili di wilayah Tatah Pemangkih Kabupaten Banjar.

### **KHALAYAK SASARAN**

Kelompok pengrajin yang ada di desa Tatah Pemangkih ini merupakan kelompok ibu-ibu PKK yang memiliki kegiatan membuat kerajinan tangan di wilayah tersebut. Usaha ini telah dijalan cukup lama, untuk mengisi waktu luang menunggu masa panen. Kelompok pengrajin terdiri atas dua kelompok yaitu pengrajin hasil pertanian dan pengrajin hasil olahan.

Namun, dalam pengelolaan bisnisnya tidak banyak perkembangan yang signifikan, hanya dalam tahap bertahan di dalam bisnisnya. Berdasarkan fenomena tersebut sehingga perlu diberikan tambahan pengetahuan tentang merencanakan pemasaran melalui penyusunan rencana pemasaran.

Dalam kegiatan penyuluhan dan sosialisasi ini yang menjadi sasaran kegiatan adalah ibu-ibu PKK yang

membuat kerajinan tangan di desa Tatah Pamangkih kecamatan Tatah Pamangkih kabupaten Banjar.

## **METODE**

Kegiatan penyuluhan dan sosialisasi ini merupakan bagian dari Pengabdian pada Masyarakat dilakukan dengan memberikan ceramah dan dialog interaktif untuk mensosialisasikan perencanaan pemasaran bagi usaha kerajinan tas anyaman.

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini melalui beberapa tahapan yaitu :

1. Tahap observasi kepada kelompok masyarakat yang akan dijadikan khalayak sasaran yaitu kelompok ibu-ibu pengrajin.
2. Tahap pelaksanaan kegiatan adalah penyuluhan dengan mengikutsertakan partisipasi aktif peserta dengan memberikan petunjuk teknis tentang menyusun rencana pemasaran berdasarkan teori marketing mix.
3. Tahap evaluasi pelaksanaan yaitu melakukan ukuran tingkat keberhasilan dari kegiatan yang sosialisasi dan penyuluhan yang sudah dilaksanakan.

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan pengamatan pada awal pelaksanaan kegiatan penyuluhan menunjukkan minat yang besar dari peserta yang terlihat dari antusiasme para peserta. Pertanyaan yang diajukan para peserta berkenaan dengan cara menyusun format rencana usaha sangat rinci, dari bahan-bahan yang harus disiapkan sampai dengan bisnis apa saja yang menguntungkan. Tingkat keingintahuan peserta cukup tinggi tentang bagaimana memasarkan produk kerajinan, sampai mencari mitra bisnis bagi pengembangan usaha.

Sebagai salah satu bagian terpenting dalam pemasaran, pemahaman akan pengertian perencanaan pemasaran yang mengacu pada konsep marketing mix harus dipahami. Dalam pembahasan ini, peserta mencoba memahami pengertian *marketing mix* seperti yang sudah didefinisikan oleh para ahli. Tidak jarang ditemui, banyak usaha atau bisnis tidak sesuai hasilnya dengan kenyataan setelah operasional. Hal itu sangat mungkin terjadi yang disebabkan oleh ketidakmampuan pengusaha dalam mengakomodasi keinginan konsumen. Itulah yang menyebabkan suatu bisnis dapat bertahan atau tetap berjalan

walaupun hasil dengan perencanaannya menyimpang adalah dari motivasi yang tetap kuat dari wirausahanya.

Dalam pemasaran produk selalu dihadapkan pada keinginan konsumen yang selalu berubah dan munculnya pesaing-pesaing pada produk sejenis. Bahkan bisa jadi bermunculan produk sejenis dengan kualitas yang lebih baik.

Ketika produk sudah tersedia dan terkumpul dalam jumlah yang banyak, pengrajin akan kebingungan menentukan kemana menjualnya dan siapa calon pembelinya. Sehingga perlu dirancang perencanaan pemasaran yang baik berkenaan dengan bentuk produknya, berapa harganya, dimana menjual dan bagaimana memperkenalkannya kepada khalayak. Dengan demikian, pengrajin dapat menentukan desain produknya yang sesuai keinginan calon pembeli dan menetapkan harga yang ekonomis. Berdasarkan hal tersebut akan mudah melihat ulang, orang lain yang kita sodori juga bisa melihat sisi lebih dan kurangnya. Sehingga misalnya pun produk kita kurang diminati konsumen, kita bisa dengan mudah memperbaikinya, karena semua tercatat dengan sistematis dalam perencanaan yang sudah disusun.

Setelah diberikan penjelasan tentang penyusunan rencana pemasaran kepada peserta maka pemahaman semakin bertambah sekitar 70 – 80 %. Peserta sangat antusias dan menginginkan diberi petunjuk teknis bagaimana menyusun rencana pemasaran produk kerajinan tersebut.

Evaluasi kegiatan diukur berdasarkan partisipasi peserta kegiatan dalam setiap tahapan yang dilaksanakan dan terlaksananya rencana kegiatan yang telah disusun. Evaluasi pertama dilaksanakan pada saat penyuluhan dan demonstrasi kegiatan yang diberikan kepada peserta kegiatan. Indikator yang digunakan untuk mengukur keberhasilan kegiatan ini adalah: Penyuluhan model partisipasi aktif dan tukar pendapat serta diskusi yang dilaksanakan menunjukkan pengetahuan ibu-ibu pembuat tas anyaman di wilayah desa Tatah Pemangkih Kabupaten Banjar tergolong sedang sekitar 60 – 70 %. Dalam menjalankan usahanya pengusaha kuliner menggunakan cara tradisional dalam menghitung harga jual produk.

## FOTO KEGIATAN



Gambar 1. Suasana saat penyuluhan dan sosialisasi



Gambar 2. Tas anyaman hasil kerajinan ibu-ibu

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian ini adalah ibu-ibu pengrajin tas anyaman di desa Tatah Pemangkih Kabupaten Banjar mengalami kesulitan dalam memperkenalkan dan

memasarkan produknya. Perhatian pemerintah daerah diperlukan untuk memberdayakan masyarakat dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat dalam memasarkan produk-produk hasil kerajinan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Bell, Chip.R & Bilijack.R.Bell. 2004. *Magnetic Service: 7 Rahasia Menciptakan Pelanggan Setia*. Bandung: Kaifa
- Griffits, Andrew. 2002. *101 Taktik Memuaskan Konsumen*. Jakarta: Bhuana Ilmu Populer
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: CV. Alfabeta
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Kotler, Philip. 2005. (a) *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Media
- . 2005. (b) *Manajemen Pemasaran Jilid II Edisi ke 11*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. 1997. *Dasar-Dasar Pemasaran: Principles Of Marketing 7C*. Jakarta: Prenhallindo
- Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Sunarto. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran 2*. Yogyakarta: UST Peress