

## Pemberdayaan Usaha Mikro Produk Rumput Laut

Kartinasari Ayuhikmatin Sekarjati<sup>1\*</sup>, Endang Widuri Asih<sup>2</sup>, Mega Inayati Rif'ah<sup>3</sup>, Eka Sulistyaningsih<sup>4</sup>, Andrian Emaputra<sup>5</sup>, Angger Bagus Prasetyo<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta, Jl. Kalisahak Jl. Balapan No.28, Klitren, Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta, 55222. Telp/fax (0274) 563029, [sekar@akprind.ac.id](mailto:sekar@akprind.ac.id), [endang.akprind@gmail.com](mailto:endang.akprind@gmail.com), [megainaya@akprind.ac.id](mailto:megainaya@akprind.ac.id), [sulistyaningsih@akprind.ac.id](mailto:sulistyaningsih@akprind.ac.id), [andrian.emaputra@akprind.ac.id](mailto:andrian.emaputra@akprind.ac.id)

<sup>6</sup>Teknik Mesin, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Yogyakarta, I. Babarsari, Tambak Bayan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281. Telp/fax (0274) 485390, [anggerbprasetyo@gmail.com](mailto:anggerbprasetyo@gmail.com)

\*Korespondensi : [sekar@akprind.ac.id](mailto:sekar@akprind.ac.id)

Diterima: 20 Mei 2022 ; Review: 7 Juni 2022 ; Disetujui: 12 Juli 2022 ; Diterbitkan: 13 Juli 2022

### Abstract

*Based on the program of the Ministry of Maritime Affairs and Fisheries, namely Indonesia, the largest producer of marine and fishery products in 2015, empowerment activities were carried out for the people of Kemadang Village. This was done, because the geographical condition of Kemadang Village is close to Kukup beach, Baron beach and Krakal beach. Natural resources used are sea lettuce (seaweed). These natural resources will be processed into processed food products. However, the people of Kemadang Village have not done marketing well. Therefore, it is necessary to empower the people of Kemadang Village with a marketing mix approach (product, price, place and promotion) to produce a good marketing strategy. The empowerment activity was attended by 40 people from Kemadang Village, of which 72.5% were female and 27.5% were male. To test the level of understanding in this activity, questionnaires were distributed before and after the empowerment activities were carried out. The results obtained are that there are 24-28 people who attend this activity who understand the material presented.*

**Keywords :** Empowerment, marketing mix, level of comprehension

### Abstrak

Berdasarkan program Kementerian Kelautan dan Perikanan yaitu Indonesia penghasil produk kelautan dan perikanan terbesar 2015, maka dilakukan kegiatan pemberdayaan kepada masyarakat Desa Kemadang. Hal ini dilakukan, karena kondisi geografis Desa Kemadang dekat dengan pantai Kukup, pantai Baron dan pantai Krakal. Sumber daya alam yang dimanfaatkan yaitu selada laut (rumput laut). Sumber daya alam tersebut akan diolah menjadi produk olahan makanan. Namun, masyarakat Desa Kemadang belum melakukan pemasaran dengan baik. Oleh karena itu, perlu adanya pemberdayaan terhadap masyarakat Desa Kemadang dengan pendekatan *marketing mix* (*product, price, place* dan *promotion*) untuk menghasilkan strategi pemasaran yang baik. Kegiatan pemberdayaan dihadiri oleh 40 masyarakat Desa Kemadang, dimana 72,5% berjenis kelamin perempuan dan 27,5% berjenis kelamin laki-laki. Untuk menguji tingkat pemahaman pada kegiatan ini, maka dilakukan penyebaran kuesioner pada sebelum dan sesudah kegiatan pemberdayaan dilakukan. Hasil yang diperoleh yaitu terdapat 24-28 masyarakat yang hadir pada kegiatan ini memahami materi yang disampaikan.

**Kata kunci :** Pemberdayaan, *marketing mix*, tingkat pemahaman

## 1. PENDAHULUAN

Desa Kemadang merupakan salah satu desa di Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Gunung Kidul. Desa Kemadang memiliki kondisi geografis yang dekat dengan pantai (diantaranya adalah pantai Kukup, pantai Baron dan pantai Krakal). Masyarakat Desa Kemadang memanfaatkan sumber daya alam tersebut untuk memulai Usaha Kecil Menengah (UKM). Dimana sumber daya alam yang dimanfaatkan yaitu selada laut atau biasa dikenal dengan rumput laut, yang memiliki bahasa latin *Ulva Lactuca*. Sumber daya alam tersebut (rumput laut) akan diolah menjadi produk makanan olahan. Usaha Kecil Menengah (UKM) tersebut masih relatif kecil dan masyarakat Desa Kemadang belum melakukan pemasaran dengan baik. Oleh karena itu, perlu adanya pemberdayaan masyarakat Desa Kemadang dengan harapan mampu mengubah tatanan hidup masyarakat kearah yang lebih baik dan mencapai kesejahteraan (Asimu & Hapsari, 2018).

Pemberdayaan masyarakat sekitar pantai menjadi salah satu program Kementerian Kelautan dan Perikanan dalam memanfaatkan sumber daya kelautan dan perikanan, sebagaimana pasal 57 Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2004 tentang perikanan, yang kemudian telah diubah menjadi Undang-Undang Nomor 45 Tahun 2009. Pemberdayaan dilakukan dalam mendukung terwujudnya Visi Kementerian Kelautan dan Perikanan yaitu "Indonesia penghasil produk kelautan dan perikanan terbesar 2015" (Imam, 2016).

Rumput laut adalah salah satu hasil laut yang potensial untuk dapat dikembangkan. Potensi rumput laut tersebar di perairan Indonesia (Imam, 2016), salah satunya Desa Kemadang, Kabupaten Gunung Kidul. Indonesia merupakan salah satu Negara eksportir di Asia, salah satunya produk rumput laut. Namun, rumput laut masih di ekspor dalam bentuk bahan mentah, seperti rumput laut kering. Terdapat 70% produksi bahan mentah rumput laut di ekspor ke Negara Cina, Negara Korea, Negara Uni Eropa, dan Negara Filipina, sedangkan pasar dalam negeri menyerap 30% bahan mentah rumput laut kering (Safni, 2019).

Berdasarkan potensi yang dimiliki oleh Indonesia tersebut, maka perlu adanya pemberdayaan ke Desa Kemadang Kabupaten Gunung Kidul, berkaitan dengan sumber daya yang dimiliki. Bahan mentah rumput laut kering telah dikenal oleh konsumen Internasional, maka produk olahan makanan rumput laut menjadi produk baru inovatif yang sedang dikembangkan oleh masyarakat Desa Kemadang. Pendekatan *marketing mix* dilakukan pada pemasaran produk makanan olahan rumput laut tersebut. *Marketing mix* berarti strategi produk, distribusi, promosi dan harga dalam menetapkan dan menghasilkan sebuah produk yang tepat sasaran (Isoraite, 2016). Melalui pendekatan *marketing mix*, diharapkan mampu meningkatkan tatanan hidup masyarakat menjadi lebih baik. Pembentukan strategi harga merupakan salah satu variabel dari pendekatan *marketing mix* yang mampu memberi keputusan konsumen dalam pembelian sebuah produk (Riyono & Budiharja, 2016). Oleh karena itu, strategi penetapan harga produk menjadi program dalam pemberdayaan masyarakat Desa Kemadang di Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Gunung Kidul.

## 2. ANALISIS SITUASI

Desa Kemadang merupakan desa yang terletak di Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Gunung Kidul. Desa Kemadang memiliki potensi alam seperti pantai baron, pantai kukup dan pantai sepanjang, serta memiliki tradisi budaya yang telah turun menurun dari nenek moyang, seperti upacara adat nyadran, sedekah laut, kesenian tradisional, jathilan dan kesenian tradisional reog, sehingga banyak wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Desa Kemadang. Oleh karena itu, masyarakat Desa Kemadang membentuk kelompok sadar wisata (pordakwis). Menyadari akan hal itu, masyarakat juga mengembangkan hasil sumber daya laut, seperti rumput laut menjadi produk olahan makanan.

### 3. METODE PELAKSANAAN

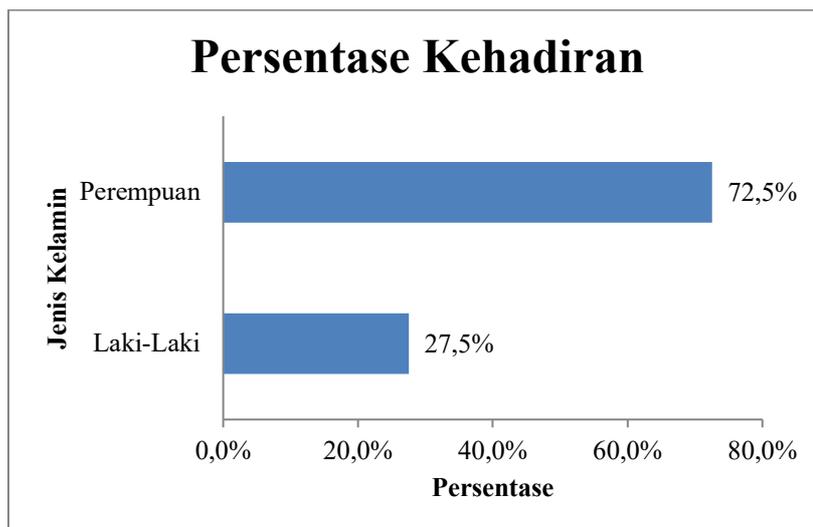
Kegiatan pemberdayaan dilakukan di Balai Padukuhan Dusun Nglaos, Desa Kemadang, Kabupaten Gunung Kidul. Masyarakat Desa Kemadang yang mengikuti kegiatan ini berjumlah 40 orang, terdiri dari jenis kelamin perempuan dan laki-laki. Sebagian besar masyarakat yang mengikuti kegiatan pemberdayaan ini yaitu ibu-ibu PKK pengolah bahan dasar rumput laut menjadi produk olahan makanan rumput laut.

Kegiatan dilakukan dengan memberikan materi mengenai strategi pemasaran terhadap produk olahan makanan rumput laut. Strategi pemasaran tersebut menggunakan pendekatan *marketing mix*, mengenai *product*, *price*, *place* dan *promotion*. *Marketing mix* adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat penjualan pada suatu perusahaan (Singh, 2012). *Marketing mix* memiliki fungsi sebagai alat yang digunakan oleh organisasi untuk bersaing dengan kompetitor, dimana konsep ini akan dikendalikan oleh organisasi berdasarkan 4 elemen yaitu *product*, *price*, *place* dan *promotion* (Al Badi, 2018).

Teknis penyampaian materi ini dilakukan dengan ceramah dan tanya jawab dengan bantuan peralatan seperti proyektor dan laptop. Materi juga diberikan dalam bentuk *hardcopy* ke masyarakat Desa Kemadang yang mengikuti kegiatan. Agar kegiatan berjalan dengan baik dan materi dapat dipahami oleh masyarakat Desa Kemadang, maka sebelum dan setelah kegiatan dilakukan penyebaran kuesioner yang berisi 5 item pertanyaan. Kuesioner akan diolah selanjutnya dengan menggunakan *microsoft excel* untuk mengetahui perbedaan tingkat pemahaman materi strategi pemasaran dengan pendekatan *marketing mix* sebelum dan sesudah kegiatan pemberdayaan.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pemberdayaan dilakukan kepada masyarakat Desa Kemadang, di Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Gunung Kidul untuk meningkatkan kemandirian yang dimiliki oleh masyarakat Desa Kemadang dalam melakukan wirausaha produk olahan makanan berbahan dasar rumput laut. Kegiatan pemberdayaan dilakukan di Balai Padukuhan Nglaos, Dusun Nglaos, Desa Kemadang. Antusiasme masyarakat Desa Kemadang dalam kegiatan ini tinggi, sehingga terdapat 40 warga yang hadir. Terdapat 72,5% masyarakat Desa Kemadang berjenis kelamin perempuan yang mengikuti kegiatan pemberdayaan, dan terdapat 27,5% masyarakat Desa Kemadang berjenis kelamin laki-laki yang mengikuti kegiatan pemberdayaan, dapat dilihat pada Gambar 1.



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2021)

Gambar 1. Persentase kehadiran kegiatan pemberdayaan masyarakat desa kemadang



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2021)

**Gambar 2.** Masyarakat Desa Kemadang

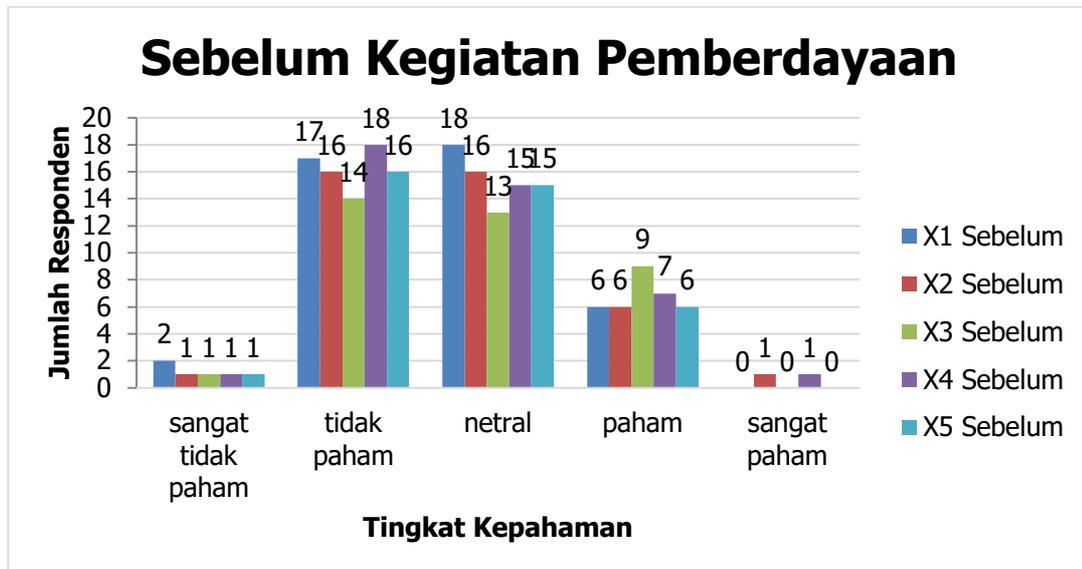
Kegiatan pemberdayaan masyarakat Desa Kemadang dilakukan selama 1 (satu) hari, dan kegiatan ini berisi penjelasan dan pengarahan mengenai strategi pemasaran. Pendekatan strategi pemasaran tersebut, yaitu menggunakan pendekatan metode *marketing mix* (*product, price, place* dan *promotion*). Penyampaian materi ini dilakukan secara langsung dengan bantuan beberapa peralatan, seperti laptop, proyektor dan lainnya seperti Gambar 3.



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2021)

**Gambar 3.** Kegiatan pemberdayaan masyarakat Desa Kemadang pada usaha produk olahan berbahan dasar rumput laut

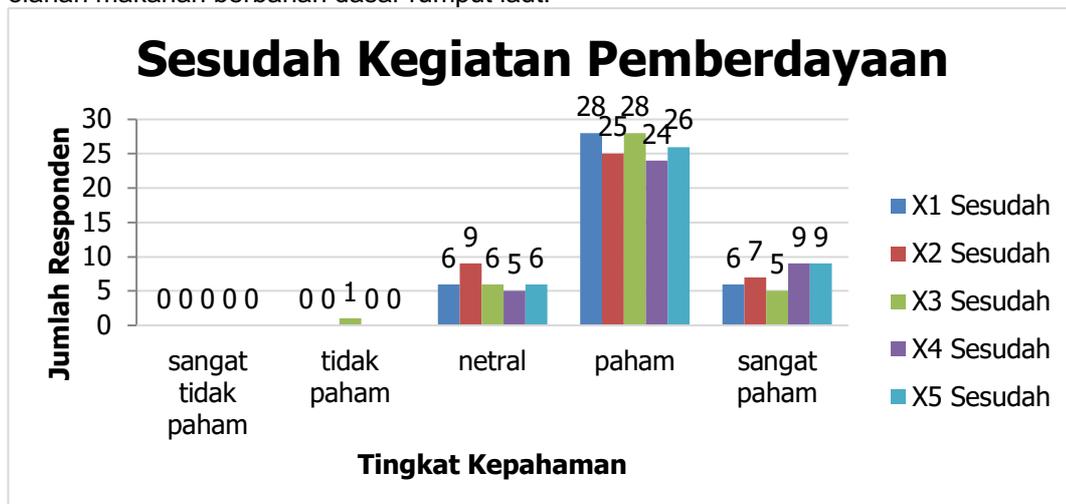
Berdasarkan kegiatan pemberdayaan pada masyarakat Desa Kemadang, terdapat beberapa pertanyaan dari masyarakat yang hadir, sehingga ini membuktikan antusiasme dari masyarakat Desa Kemadang terhadap kegiatan pemberdayaan. Setelah kegiatan ini selesai dilakukan, maka masyarakat Desa Kemadang yang hadir melakukan pengisian kuesioner, dengan tujuan untuk melihat perbandingan dari tingkat pemahaman sebelum dan sesudah kegiatan dilakukan, dapat dilihat pada Gambar 4 dan Gambar 5.



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2021)

**Gambar 4.** Tingkat kephahaman masyarakat desa kemadang sebelum kegiatan pemberdayaan

Pada Gambar 4 terlihat bahwa terdapat 15 hingga 18 masyarakat Desa Kemadang yang belum memahami materi *marketing mix* dan terdapat juga masyarakat yang memberikan respon netral pada pendekatan strategi pemasaran untuk usaha produk olahan makanan berbahan dasar rumput laut.



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2021)

**Gambar 5.** Tingkat Kepahaman Masyarakat Desa Kemadang Sesudah Kegiatan Pemberdayaan

Pada Gambar 5 terlihat bahwa terdapat peningkatan jumlah masyarakat Desa Kemadang yang hadir terhadap kephahaman materi *marketing mix* pada pendekatan strategi pemasaran untuk usaha produk olahan makanan berbahan dasar rumput laut.

## 5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Melalui kegiatan pemberdayaan masyarakat kepada masyarakat Desa Kemadang, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Gunung Kidul, maka telah tercapai tujuan dari kegiatan pemberdayaan ini. Masyarakat Desa Kemadang dapat mengaplikasikan pendekatan *marketing mix* pada strategi pemasaran untuk produk olahan makanan berbahan dasar rumput laut. Hal ini dapat terlihat dari kenaikan tingkat pemahaman terhadap materi *marketing mix*. Oleh karena itu, diharapkan UMKM produk olahan

makanan berbahan dasar rumput laut dapat berdiri secara mandiri dan bersaing dengan kompetitor lainnya.

Demi meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Kemadang, maka sebaiknya pemerintah setempat memberikan sarana dan fasilitas untuk pengembangan produk-produk dari usaha masyarakat Desa Kemadang. Khususnya yaitu produk olahan makanan berbahan dasar rumput laut. Pengembangan dilakukan dengan mengadakan workshop atau pelatihan pemasaran.

### Ucapan Terima Kasih

Kami sampaikan ucapan terima kasih kepada Desa Kemadang, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Gunung Kidul, dan Institut Sains & Teknologi AKPRIND Yogyakarta yang telah memberi dana untuk kegiatan pemberdayaan masyarakat ini.

### DAFTAR PUSTAKA

- Al Badi, K. S. (2018). The Impact of Marketing Mix on the Competitive Advantage of the SME Sector in the Al Buraimi Governorate in Oman. *SAGE Open*, 8(3). <https://doi.org/10.1177/2158244018800838>
- Asimu, M. F. A., & Hapsari, R. D. (2018). PEMBERDAYAAN PETANI RUMPUT LAUT OLEH DINAS KEIAUTAN DAN PERIKANAN KABUPATEN BUTON PROVINSI SULAWESI TENGGARA. *Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan*, 3(1), 31–42.
- Imam, M. (2016). Studi Tentang Pemberdayaan Masyarakat Petani Rumput Laut Di Kelurahan Pantai Amal Kecamatan Tarakan Timur Kota Tarakan. *Ilmu Pemerintahan*, 4(1), 64–77.
- Isoraite, M. (2016). Marketing Mix Theoretical Aspects. *International Journal of Research -GRANTHAALAYAH*, 4(6), 25–37. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v4.i6.2016.2633>
- Riyono & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal STIE Semarang*, 8(2), 92–121.
- Safni, I. (2019). Berdaya Lewat Rumput Laut Melalui Program Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Al-Ikhlash*, 4(1), 30–52. <https://doi.org/10.31602/jpai.v4i1.1628>
- Singh, M. (2012). Marketing Mix of 4P'S for Competitive Advantage. *IOSR Journal of Business and Management*, 3(6), 40–45.