Pendampingan Manajemen Pemasaran Produk Olahan Anggota PKK Desa Bangle Kec. Lengkong Kab. Nganjuk

Muhamad Ali Anwar[1] Soim[2] Mukhamad Zakariya[3] Subekan[4]

[1,2,3,4] IAI Pangeran Diponegoro Nganjuk

Email: mm.alianwar@yahoo.com

ABSTRAK

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan fundamental yang diperlu dilakukan oleh pelaku usaha, kegiatan pemasaran meliputi perencanaan, penentuan harga, promosi dan pendistribusian barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. Sehingga pemasaran "kripik banggle" yang dikelola oleh anggota PKK mutlak diperlukan, dan diperlukan kerjasama dari pelaku bisnis, pemerintah dan pihak akademisi. Pendampingan ini mengunakan metode CBR (*Community Based Reseach*). Adapun hasil dari pendampingan ini adalah *Peratama*, adanya izin edar secara formal dari produk "kripik banggle". anggota PKK dapat memasarkan ke secara luas. Dan prduknya dapat dipercaya oleh konsumen. *Kedua*, anggota PKK memiliki pengetahuan dan ketrampilan manajemen pemasaran. Setelah adanya pelatihan dan pendampingan, kini mereka tidak hanya mengetahui manajemen pemasaran, tetapi sudah memiliki perencanaan dan pengorganisasian pemasaran secara sistematis dan sangat teknis. *Ketiga*, peningkatan volume penjualan, saat ini pemasaran dilakukan dengan tiga strategi yakni, menitipkan di pusat oleh-oleh, melalui media sosia serta menjual langsung kepada konsumen. Sehingga pangsa pasarnya lebih luas lagi, dan menurut pengakuan dari ketua PKK ada peningkatan jumlah penjualan.

Kata Kunci: Pemasaran, Produk Olahan, anggota PKK

ABSRACT

Marketing is one of the fundamental activities that need to be carried out by business actors, marketing activities include planning, pricing, promotion and distribution of goods or services that satisfy the needs of both existing and potential buyers. So that the marketing of "bangle chips" managed by PKK members is absolutely necessary, and cooperation from business people, government and academics is needed. This assistance uses the CBR (Community Based Research) method. The result of this assistance is Peratama, there is a formal distribution permit for the product "bangle chips". PKK members can market to a wider audience. And its products can be trusted by consumers. Second, PKK members have marketing management knowledge and skills. After the training and mentoring, now they not only know marketing management, but already have a systematic and very technical marketing planning and organization. Third, increasing sales volume, currently marketing is carried out with three strategies, namely, leaving it at the souvenir center, through social media and selling directly to consumers. So that the market share is even wider, and according to the recognition of the PKK chairman there is an increase in the number of sales.

Keywords: Marketing, Processed Products, PKK members

A. Pendahuluan

Pemasaran suatu produk semakin lama semakin banyak mengahadapi tantangan, baik akibat banyaknya pelaku usaha yang ekspansi lintas negara (perusahaan transnasional), kemajuan teknologi informasi dan kompetitifnya produk di pasaran. Terutama semejak tahun 2016 di mana tahun tersebut adalah tahun pertama diberlakukannya perdagangan kawasan asia yang disebut dengan ASEAN *Economy Community* (AEC) atau masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). MEA menyepakati terbentuknya pasar tunggal ASEAN dan basis produksi yang terintegrasi sehingga akan terjadi arus barang dan jasa, investasi, modal, serta tenaga kerja ahli secara bebas.

Sehubungan hal tersebut, tantangan bagi usaha kecil menengah (UKM) adalah upaya untuk terus meningkatkan daya saing melalui peningkatan produktivitas dan kualitas produk.Hal ini sesuai dengan harapan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) yang mendorong usaha kecil meningkatkan kualitas dengan menyesuaikan produknya sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI). Peningkatan daya saing UKM, terlebih UKM yang ada di pedesaan tidak hanya kewajiban pemerintah saja, namun elemen lain seperti perguruan tinggi juga mempunyai peran yang signifikan dalam pengembangan UKM di pedesaan. UKM di pedesaan perlu ditingkatkan daya saingnya mengingat tertinggalnya UKM pedesaan dari teknologi dan manajemen usaha yang profesional[1].

Salah satu peran penting yang bisa dimainkan akademisi perguruan tinggi dalam melaksanakan tridharma perguruan tinggi melalui pengabdian masyarakata dalah dalam bentuk riset, pendampingan kewirausahaan, dan klinik bisnis. Terlebih perguruan tinggi Islam, maka peran penting yang harus diemban akademisi adalah mengintegrasikan misi-misi keIslaman dalam segenap pengabdiannya. Sehubungan dengan hal tersebut, pendampingan usaha kecil di pedesaan termasuk dalam hal ini

[1] M. Ikhsan Setiawan et al., "*The Development of the Central Business District (CBD) Based on PublicPrivate Partnership,*" IJTI (International Journal Of Transportation And Infrastructure) 1, no. 1 (September 29, 2017): 9–14, *accessed* November 2, 2017, http://jurnal.narotama.ac.id/index.php/ijti/article/view/327.

pendampingan usaha kecil pada Ibu-ibu PKK (Pembinaan Kesejahteraan Keluarga) Desa Banggle Kecamatan Lengkong Kabupaten Nganjuk.

Di Desa Bangle banyak sekali tanaman dari ubi-ubian namun untuk produksinya masih minim, kalaupun diproduksi hanya diproduksi pada saat tertentu saja, pada umumnya mereka (ibu-ibu rumah tangga) akan memproduksi ubi-ubian saat lebaran atau hari raya idul fitri, karena dari keterangan salah satu anggota PKK, saat-saat itulah ramai pesanan umbi-umbian dari Desa Banggle. Dari kaeadaan itulah niatan untuk pendampingan dari kami muncul, pada tahun pertama kami mendampingi dari produksi yakni pembuatan standar rasa yang akan di produksi sampai dengan pengemasan.

Adapun kondisi saat ini produksi ubi-ubian sudah memiliki kemasan yang bagus yang bisa bersaing dipasaran. Namun secara usaha kecil di Desas Banggle masih memiliki banyak permasalahan diantaranya:

1. Terbatasnya alat-alat produksi sehingga hasil produksi kurang maksimal
2. Kurangnya kreativitas warga dalam memanfaatkan potensi pertanian yang ada di desa Banggle
3. Warga masyarakat kurang konsisten dalam mempertahankan pelatihan-pelatihan yang telah dilakukan, seperti pelatihan pengolahan makanan, pelatihan tentang pertanian, dan pembentukan Kelompok Usaha Bersama (Kobe)
4. Jumlah barang kerajinan yang diproduksi terbatas karena hanya berdasarkan pesanan
5. Kurangnya modifikasi hasil produksi
6. Pemasaran yang kurang luas dan belum adanya pemasaran lewat media *online*.

Namun permasalahan-permasalahan di atas, sedikit demi sedikit sudah dapat diselesaikan, salah satunya adalah standarisasi produksi, khususnya Ibu-ibu yang tergabung dalam PKK Desa Bangle sebanyak 15 anggota, dalam memproduksi sudah memiliki standar rasa dan kemasan. Sehingga diperlukan pemasaran ke luar daerah tentunya dengan merek lokal. Pada tahun pertama kami sudah sepakat dan sudah

kita buat kemasan, untuk produk umbi-umbian seperti kripik tela, kripik gadung dan kripik pisang kami beri label "kripik banggle". Dan *alhamdulilah* sudah pernah juara tingkat kabupaten kategori hasil olahan PKK.

Meskipun begitu pemasaran dari "kripik banggle" masih perlu ditingkatkan lagi, oleh karena itu pada tahun ke dua pengabdian kami, berencana untuk mendampingi ibu-ibu PKK Desa Banggle untuk memasarkan produk mereka lebih luas lagi. Tujuannya jelas agar dapat meningkatkan volume penjualan dari produk mereka, sehingga dapat menghasilkan tambahan pendapatan khususnya bagi anggota ibu-ibu PKK.

Adapun fokus dari program ini adalah meningkatkan volume penjualan, dengan pendampingan pemasaran "kripik banggle". Dari fokus tersebut kami mengunakan dua program utama, yakni pengurusan izin edar (PIRT) serda pendampingan pemasaran. PIRT adalah singkatan dari Produk Industri Rumah Tangga. PIRT merupakan izin produksi pangan yang dihasilkan skala industri rumah tangga yang di tetapkan oleh BPOM (Badan pengawasan Obat dan Makanan).[2] Strategi pertama adalah pengurusan PIRT, karena produk kami adalah makanan yang diproduksi skala rumahan, maka izin PIRT harus kita dapatkan sebelum dipasarakan secara luas. Makanan adalah salah satu kebutuhan primer manusia, oleh sebab itu produk makanan adalah salah satu titik vital yang perlu dipantau secara komprehensif oleh pemerintah, apalagi dalam industri rumahan yang notabene segala instrumen menyangkut fasilitas produksinya cukup sulit dipantau. Setelah PIRT kami dapatkan selanjutnya adalah pemasraran.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya[3]. Pemasaran juga salah satu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada

[2]https://kargoku.id/pirt-adalah/. Diakses pada Agustus 2020

[3] Philip Kotler and A B Susanto, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian* (Jakarta: Salemba Empat, 2001).

maupun pembeli potensial[4]. Sehingga pemasaran "kripik banggle" mutlak diperlukan, dan diperlukan kerjasama dari pelaku bisnis, pemerintah dan pihak akademisi.

B. Metode Pengabdian dan Lokasi Pengabdian

Dalam pengabdian berbasis penelitian, kami mengunakan pendekatan penelitian CBR (*Community Based Reseach*). Sebagai pendekatan penelitian transformatif, CBR diselenggarakan berdasarkan prinsip-prinsip pemberdayaan masyarakat, kemitraan/partnership, dan keadilan sosial yang menempatkan masyarakat bukan sebagai subyek penelitian tetapi sebagai mitra kerja sama dan agen perubahan. Dalam CBR, penelitian dipandang sebagai alat untuk memberdayakan anggota masyarakat sebagai mitra untuk memproduksi pengetahuan (bersama kalangan akademik, organisasi masyarkat sipil, dan pemangku kepentingan lainnya) yang dilakukan untuk mengumpulkan informasi dan mengupayakan perubahan dengan mendayagunakan aset-aset milik masyarakat dan/atau untuk menangani persoalan-persoalan penting masyarakat. Oleh karena itu, CBR juga bisa dipandang sebagai mekanisme demokratisasi pengetahuan dan kekuasan yang difasilitasi oleh kampus.[5]

Dari dua definisi sederhana ini, CBR minimal memiliki beberapa elemen penting. CBR adalah sebuah penelitian dengan segala ciri dan metodenya. CBR juga harus melibatkan dua pihak secara setara dan saling menguntungkan di antara peneliti kampus (dosen dan mahasiswa). CBR juga harus bermaksud untuk melakukan gerakan sosial dan perubahan sosial demi tercapainya keadilan sosial. Dari beberapa ciri ini, CBR memiliki perbedaan dengan penelitian konvensional pada umumnya. Perbedaan tersebut adalah adanya keterlibatan komunitas dalam tim peneliti dan adanya tujuan akhir untuk mencapai keadilan sosial. Apapun definisinya, CBR menempatkan komunitas sebagai aspek terpenting. Dalam CBR, Komunitas bisa berupa kelompok dengan identitas tertentu atau dalam pengertian

[4] William J Stanton, *Prinsip –Prinsip Pemasaran, Jilid Ke Tujuh* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2001)

[5] Panduan Perencanaan dan Penyusunan Proposal CBR Universitas Islam Negeri Sunan Ampel (UINSA) Surabaya. Diunduh dari http://digilib.uinsby.ac.id/6455/4/Manual%20CBR.pdf. diakses pada maret 2018.

yang luas dalam bentuk organisasi-organisasi berbasis komunitas. Organisasi berbasis komunitas ini bisa dipandang sebagai semakna dengan —masyarakat yang di dalamnya terdapat orang-orang yang memiliki kesamaan di aspekaspek tertentu. Misalnya, mereka mungkin hidup di wilayah geografis yang sama dan/atau terdampak oleh permasalahan yang sama. Meskipun demikian, komunitas lebih komplek dan memiliki makna yang bermacam-macam.

Adapun lokasi pengabdian di Desa Bangle Kecamatan Lengkong Kabupaten Nganjuk, merupakan desa yang dekat dengan hutan, dan masyarakat setempat mayoritas bermata pencaharian sebagai petani dan pedagang. Secara aministratif desa Banggle terletak di wilayah Kecamatan Lengkong Kabupaten Nganjuk dengan posisi dibatasi oleh desa-desa tetangga[6]. Desa Banggle adalah salah dari 16 desa/kelurahan yang ada di wilayah kecamatan Lengkong kabupaten Nganjuk. Kondisi wilayah desa Banggle adalah merupakan dataran (pegunungan dan dataran). Wilayah desa Banggle berada pada ketinggian 80 dpt meter di atas permukaan air laut dengan curah hujan 2.000 Mm/th.[7] Sedangkan objek penelitian ini adalah anggota PKK Desa Bangle sebanyak 15 anggota yang terdiri dari Ibu-ibu.

C. Pembahasan

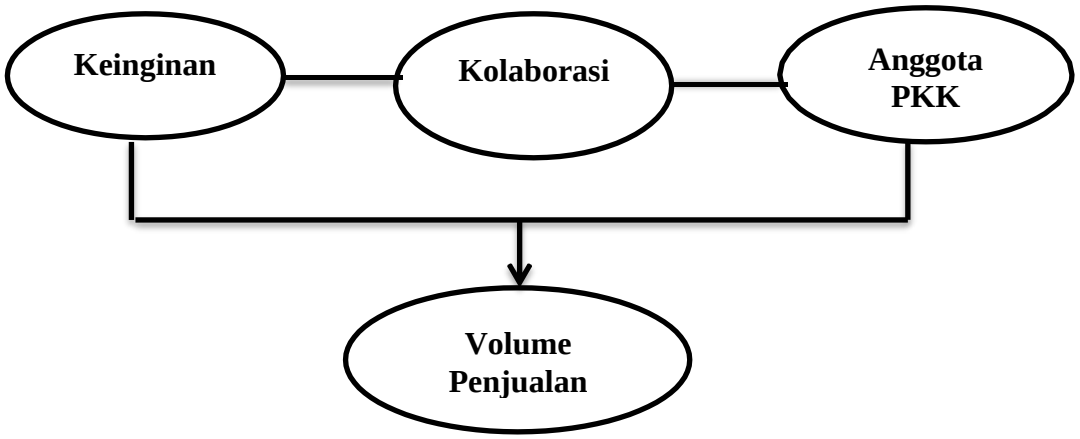
1. Pelaksanaan Pengabdian

a. Peletakan Dasar-dasar penelitian

Berdasarkan hasil kajian pustaka baik dari beberapa kajian pustaka dan beberapa riset terdahulu, tim pendamping dapat merumuskan kerangka pikir dari penelitian ini sebagaimana berikut:

[6] RPJM DESA (*Rencana Pembangunan Jangka Panjang Menengah Desa 2014-2019, 2014*), 3
[7] *Ibid*,2

Gambar 3.1 Kerangka Pikir Pendampingan



Sumber: diolah peneliti, 2020

Kerangka pikir penelitian di atas mengambarkan tiga komponen utama apa bila disatukan dapat menghasilkan sebuah gerakan yang memiliki banyak manfaat yang akan didapat oleh stake holder terkait. Adapun komponen-komponen tersebut adalah *pertama*, keingginan: yakni keingginan yang kuat baik dari komunitas maupun dari pihak akademisi untuk melakukan perubahan. *Kedua*, kolaborasi: yakni kolaborasi antara komunitas (PKK Desa Banggle) dan pihak akademisi (tim pendamping), di mana jika keduanya melakukan seuatu kerjasama untuk mencapai suatu tujuan, maka tujuan tersebut akan tercapai dengan hasil yang maksimal. Sedangkan komponen ketiga, adalah Anggota PKK, yakni anggota PKK Desa Banggle yang terdiri dari 15 anggota ibu-ibu jika digerakkan pada arah dan dengan cara yang benar, maka maka potensi-potensi yang mereka miliki akan membawa manfaat bagi banyak pihak terutama untuk komunitas mereka.

b. Perencanaan

Sebagaimana tuntutan dari metode pendampingan CBR tim peneliti diharuskan melakukan komunikasi dengan objek dampingan, oleh karena itu ketika tim tiba pertama kali, tim langsung menemui perangkat pemerintah desa, dalam hal ini adalah Carik Desa Banggle Bapak Agus Sumitro. Hal ini

didasari pada hubungan emosional yang sudah terjalin sebelumnya, tanpa maksud untuk melangkahi kepala desa selaku kepala pemerintahan desa setempat. Pertemuan dengan bapak Agus Sumitro dimaksudkan oleh tim untuk menjelaskan maksud dan tujuan tim, di mana tim ingin menindaklanjuti program pendampingan pada tahun 2020. Dan setelah berkomunikasi panjang lebar bapak Carik (Sekretaris Desa) mengizinkan tim untuk melakukan kegiatan di Desa Banggle tentu dengan terlebih dahulu meminta izin kepada kepala Desa setempat.

Dan pada malam hari tepatnya jam 7.15 waktu setempat kami mendatangi rumah Ibu Nisa selaku ketua PKK Desa Bangle yang sebelumnya sudah kami hubungi via telepon. Pada malam tersebut kami bercengkrama secara panjang lebar dan tentu ibu Nisa tidak asing lagi bagi kami karena sebelumnya kami sudah ada keakraban secara emosional dengan beliau, di dalam obrolan tersebut kami menguraiakan niatan untuk melanjutkan program pendampingan kami, dan kali ini pada level yang lebih tinggi lagi, yakni pemasaran "kripik banggle". Dan akhirnya disepakati pada tanggal 15 September 2020, untuk mengadakan sarasehan (pertemuan informal) bersama jajaran pemerintah desa, anggota PKK dan tim pendamping dari IAI Pangeran Diponegoro Nganjuk.

Pada hari yang telah disepakati, hadir dari perangkat desa bapak Agus Sumitro yang mewakili perangkat Desa dan 7 anggota PKK termasuk ketua PKK Ibu Nisa dan tim pendamping IAI Pangeran Diponegoro Nganjuk. Dalam Forum tersebut, disepakati bahwa program pemasaran bersama, menjadi bagian penting mitra pemerintah untuk mengurai permasalah pemasaran olahan ubi-ubian produksi ibu-ibu PKK desa Banggle. Dan ditargetkan pada akhir 2021 "kripik banggle" dapat dipasarkan secara luas. selain itu juga terjadi kesepakatan antara pihak yang hadir yakni dari unsur pemerintahan, anggota PKK dan tim pendamping dari IAI Pangeran Diponegoro Nganjuk, bahwa "kripik banggle" adalah produk unggulan dari Desa Banggle.

Dari hasil forum tersebut tim bersama ketua PKK Desa Banggle menyepakati dua program utama yakni pendaftaran legal formal "kripik banggle" dan pemasarannya ke luar kota. Secara teknis pendaftaran akan dilakukan minggu pertama bulan april, setelah izin PIRT keluar maka akan dilakukan pelatihan manajemen pemasaran dengan pemateri dari dosen IAI Pangeran Diponegoro.

c. Pengumpulan dan Analisis Data/ Informasi

Dalam penelitian dengan pendekatan CBR, metode pengumpulan data mengikuti metode pengumpulan data pada umumnya, dan dalam penelitian ini peneliti mengunakan tiga metode pengumpulan data, yakni observasi, wawancara dan dokumentasi. Metode observasi yang peneliti gunakan adalah observasi non partisipan, karena dalam dalam observasi peneliti hendak mengumpulkan data atau informasi terkait dengan potensi alam, kegiatan sehari-hari masyarakat desa Banggle untuk menghasilkan pendapatan serta kegiatan ibu-ibu PKK Desa Banggle.

Metode kedua adalah metode wawancara, metode ini peneliti gunakan untuk mencari informasi permasalahan yang dihadapi oleh ibu-ibu PKK Desa Banggle dalam memproduksi dan memasarkan produk olahan mereka. Serta informasi mengenai keinginan atau harapan ibu-ibu PKK terhadap olahan produk olahan mereka yang selama ini menjadi penghasilan tambahan mereka, sedangkan metode yang ketiga adalah metode dokumentasi yakni data-data atau informasi yang sudah terpupblikasi seperti RPJM Desa serta data-data lain untuk melengkapi kebutuhan data yang peneliti perlukan.

Adapun metode analisa yang peneliti gunakan adalah metode FGD (*Forum Group Discussion*), FGD dilakukan dengan pemerintahan desa, komunitas dampingan (PKK Desa Banggle) dan tim pendamping dari IAI Pangeran Diponegoro. FGD dilakukan sebelum, selama dan sesudah proses pengambilan data, sehingga akan ditemukan kebutuhan anggota PKK dalam pengembangan bisnis, keingginan dari komunitas dampingan serta langkah-langkah teknis

yang diperlukan dalam pengembangan bisnis terumata yang berkaitan dengan pemasaran "kripik banggle".

d. Penentuan Tindakan atas Hasil Penelitian

Dari hasil analisa data lapang, dapat dikatakan pengembangan bisnis "kripik banggle" yang merupakan produk olahan anggota PKK Desa Banggle adalah terdapat pada pemasaran, di lihat dari produknya sudah dapat bersaing dengan produk yang ada dipasaran, demikian halnya dengan kemasanya, sehingga pemasaran perlu diperluas lagi. Sehingga tidakan dari hasil penelitian ini memiliki dua program utama yakni Pendampingan Pemasaran. Program tersebut kita kerjakan dengan metode *partnership*. *Partnership* merupakan salah satu prinsip utama dalam pendekatan pengembangan masyarakat dengan pendekatan CBR. *Partnership* merupakan modal utama yang sangat dibutuhkan dalam memaksimalkan posisi dan peran masyarakat khususnya anggota PKK dalam pembangunan yang dilakukan. Hal itu dimaksudkan sebagai bentuk pembangunan di mana yang menjadi motor dan penggerak utamanya adalah masyarakat itu sendiri (*community driven development*). Karena pembangunan yang dilakukan dalam berbagai varinnya seharusnya masyarakatlah yang harus menjadi penggerak dan pelaku utamanya. Sehingga diharapkan akan terjadi proses pembangunan yang maksimal, berdampak *empowerment* secara masif dan terstruktur. Hal itu terjadi karena dalam diri masyarakat telah terbentuk rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap pembangunan yang terjadi di sekitarnya.

e. Pendampingan Pemasaran

Langkah selanjutnya setelah produk memenuhi persyaratan pemasaran, baik dari segi legal formal atau kesiapan produk dalam bersaing di pasaran, adalah memasarkan. Namun sebelum anggota PKK memasarkan "kripik banggle" perlu dibekali pengetahuan dan ketrampilan pemasaran, oleh karena itu sesuai dengan rencana awal, maka anggota PKK dibekali dengan pengetahuan dan ketrampilan pemasaran.

1) Pelatihan Manajemen Pemasaran

Dan pada awal bulan april tepatnya pada tanggal 04 Oktober 2020, kami mengadakan pelatihan manajemen pemasaran bersama anggota PKK Desa Banggle. Pelatihan ini didesain untuk membangun pengetahuan dan ketrampilan khususnya anggota PKK terkait dengan pemasaran produk. Agenda yang telah dilaksanakan pada 04 Oktober 2020 ini berhasil membangun pemahaman tentang pemasaran. Pelatihan ini bertujuan agar anggota PKK memiliki ketrampilan sesuai dengan yang dibutuhkan sebagai pelaku usaha. Materi-materi yang dipaparkan dalam pelatihan tersebut meliputi, perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan evaluasi pemasaran, serta tidak kalah pentingnya adalah materi teknis tentang bagaimana berkomunikasi dengan konsumen dan menjalin kerjasama dengan pelaku usaha lainnya, seperti pusat oleh-oleh dan lain sebagainya.

Pelatihan ini didasari atas beberapa teori yang mengatakan bahwa pelatihan dan pengembangan SDM (Sumber Daya Manusia) sangat erat kaitannya dengan kinerja perusahaan. Oleh karena itu untuk memaksimalkan pemasaran "kripik banggle" diperlukan pelatihan dan pengembangan SDM yang terkait. Dalam pelatihan juga disepakati bahwa pemerintah Desa akan turut menjadi mitra dalam pemasaran produk olahan angota PKK Desa Banggle. Dukungan dari pemerintah desa juga menjadi motivasi tersendiri bagi anggota PKK dalam pemasaran produk nya. Selain itu secara teknis semakin banyak *stakeholder* yang terlibat akan semakin memudahkan anggota PKK dalam pemasaran produknya. Hal ini mengingat bahwa suatu bisnis akan cepat berkembang jika di dalamnya ada peran dari tiga pengerak usaha yakni pemerintah, akademisi dan pelaku usaha itu sendiri.

2) Pendampingan Pemasaran

Pendampingan pemasaran pada dasarnya dilakukan sepanjang waktu kurang selama tim dari IAI Pangeran Diponegoro dibutuhkan, karena

pemasaran adalah ilmu teknis yang berjalan dinamis dan selalu mengahadi tantangan di lapangan. Tahap awal dalam pendampingan pemasaran ini adalah perencanaan, untuk perencanaan pemasaran telah disepakati tiga teknis pemasaran produk olahan anggota PKK Desa Banggle: pertama, melalui media sosial yang mereka miliki, kedua, menitipkan di pusat oleh-oleh yang ada dikabupaten Nganjuk, dan yang ketiga adalah memasarkan langsung ke konsumen.

Pertama, melalui media sosial yang mereka miliki, sebagaimana yang kita pahami bersama bahwa semua orang pada hari ini telah mengunakan media sosial sebagai media komunikasi serta mencari informasi tentang barang dan jasa yang akan mereka konsumsi. Sehingga pemasaran melalui media sosial menjadi suatu keharusan, dan pemasaran melalui media sosial ini dikoordinir oleh Ibu Salsa, beliau bertugas untuk membuat materi-materi yang akan dipublkasikan ke media sosial. Setelah meteri siap akan dikirim ke semua anggota dan anggota akan membantu untuk memviralkan melalui akun media sosial yang mereka miliki, seperti Whatapps, Instragram, Facebook, dan lain-lain.

Kedua, menitipkan di pusat oleh-oleh yang ada dikabupaten Nganjuk, strategi yang kedua adalah dengan cara menitipkan "kripik selebrits banggle" ke Pusat oleh-oleh. Penitipan ke pusat oleh-oleh dikoordinir oleh ketua PKK yakni Ibu Nisa. Penitipan pertama di lakukan di kecamatan lengkong, kecamatan kertosono dan di Kec. Nganjuk. Tiga Kecamatan sementara yang menjadi target, sengaja kami tidak menyebar ke seluruh pelosok karena masih tahap awal, jadi selai agar mudah dalam pengontrolan, juga agar penyediaan barang dapat stabil dahulu, mengingat bahan baku tidak bisa untuk produksi secara kontinue dalam jumlah besar.

Ketiga, memasarkan langsung ke konsumen. Untuk strategi yang ketiga ini dilakukan oleh semua anggota PKK, yakni memasarkan "kripik selebritis baggle" kepada konsumen secara langsung. Pada prinsipnya untuk strategi

yang ketiga ini mereka tidak ada kendala, karena sudah mereka lakukan sebelum adanya pendampingan manajemen pemasaran.

Pendampingan tahap kedua adalah pengarahan, di mana tim dari IAI Pangeran Diponegoro datang ke lokasi sesuai dengan waktu yang disepakati antara tim pendamping dari STAIM dengan ketua PKK, pertemuan-pertemuan secara berkala ini bertujuan untuk sharing terkait dengan pemasaran produk olahan PKK Desa Banggle. Selama pendapingan, kami mendengar bahwa banyak angota yang sering ditolak ketika hendak menitipkan produknya dipusat oleh-oleh, hal ini bagi kami wajar-wajar saja. Namun dari segi volume penjualan, sebagaiman keterangan dari Ibu Nisa bahwa ada peningkatan dari jumlah barang, jika dihitung berdasarkan jumlah kilogram penjualan olahan ubi-ubian, dari sebelum adanya PIRT dan sesudahnya, artinya pendampingan dari IAI Pangeran Diponegoro selain diterima dengan baik oleh warga dan pemerintah Desa juga dapat membantu pemasaran "kripik banggle".

Namun meski begitu masih banyak yang harus diperbaiki, seperti misalnya adalah penjadwalan ke pusat oleh-oleh, materi promosi lewat medsos dan lain-lain. Kami menyadari bahwa pemasaran tidak semudah membalikkan telapak tanggan, perlu suatu gerakan besar dan effort yang tinggi dari semua *stakeholder* terkait. Dan kedepan kami berencana untuk fokus pada pemasaran berbasis toko *online*, hal ini kami karena suatu usaha harus mengikuti trend dan pola dari konsumsi suatu konsumen, serta perkembangan teknologi informasi.

2. Dampak Perubahan

a. Refleksi

Pada tahapan ini, tim pengabdian ingin mengetahui sejauh mana program membawa dampak perubahan pada komunitas. Oleh karena itu, tim pengabdian melakukan monitoring dan evaluasi. Sebagaimana penjelasan

sebelumnya bahwa problem yang dihadapi komunitas dampingan adalah tidak berkembangnya usaha pengolahan ubi-ubian khususnya saat pemasaran. Padahal Desa Banggle adalah daerah penghasil atau pengolah pertanian. Sebagaimana yang telah dijelaskan terkait dengan potensi desa Banggle. Berdasarkan analisis tim pengabdiian, permasalahan utama mengapa usaha pengolahan ubi-ubian tidak berkembang adalah karena komunitas dampingan tidak menerapkan manajemen usaha secara professional dan tidak dibentuknya kelompok usaha. Berdasarkan perumusan bersama antara tim pengabdian, *core group* yang beranggotakan pengurus PKK desa Banggle, dan komunitas dampingan maka disepakatilah pilihan program yang akan dilaksanakan yaitu pengurusans PIRT dan pelatihan manajemen pemasaran.

b. Dampak Perubahan

Bebeapa dampak perubahan yang terjadi setelah adanya pendampingan adalah sebagai berikut:

Peratama, adanya izin edar secara formal dari produk "kripik banggle". Pada awalnya produk dari anggota PKK sudah dalam bentuk kemasan yang bagus, namun belum memiliki izin edar atau nomor PIRT, sedangkan nomor PIRT wajib dimiliki bagi produk industri rumahan, jika ingin diedarkan secara luas. Setelah mendapatkan nomor PIRT, maka anggta PKK dapat memasarkan ke secara luas. Dan prduknya dapat dipercaya oleh konsumen.

Kedua, memiliki pengetahuan dan ketrampilan manajemen pemasaran. Pada awalnya ibu-ibu anggota PKK Desa Banggle tidak mengetahui apa itu pemasaran, fungsi dan peran serta teknis pemasaran, padahal pemasaran adalah motor dari peningkatan penjualan suatu produk. Setelah adanya pelatihan dan pendampinga, kini mereka tidak hanya mengetahui manajemen pemasaran, tetapi sudah memiliki perencanaan dan pengorganisasian pemasaran secara sistematis dan sangat teknis. Sekarang anggota PKK Desa Banggle sudah dapat memasarkan secara luas meski masih dalam tiga

kecamatan, namun dengan berjalannya waktu akan dapat menjangkau pasar secara luas lagi.

Ketiga, peningkatan volume penjualan. Pada awalnya karena belum memiliki PIRT, anggota PKK hanya dapat menjual kepada konsumen yang mereka kenal saja, artinya karena belum memiliki izin legal formal, maka penjualan tidak bisa secara terang-terangan, dan hal ini berpengaruh kepada volume penjualan produk mereka. Setelah ada pendampinga, karena sekarang pemasaran dengan tiga strategi yakni, menitipkan di pusat oleh-oleh, melalui media sosia serta menjual langsung kepada konsumen. Sehingga pangsa pasarnya lebih luas lagi, dan menurut pengakuan dari ketua PKK ada peningkatan jumlah penjualan.

D. Kesimpulan

Salah satu peran penting yang bisa dimainkan oleh akademisi perguruan tinggi dalam melaksanakan tridharma perguruan tinggi adalah melalui pengabdian kepada masyarakat.Salah satu bentuk pengabdian yang bisa dilaksanakan untuk perempuan desa adalah melalui pendampingan manajemen pemasaran. Kegiatan ini dimaksudkan untuk meningkatkan volume penjualan yang berdampak pada kesejahteraan dan kemandirian perempuan dalam kaitan keterlibatannya dalam pembangunan masyarakat. Terlebih akademisi perguruan tinggi Islam, maka peran penting yang harus diemban akademisi adalah mengintegrasikan misi-misi keIslaman dalam segenap pengabdiannya. Peran penting ini relevan dengan pendampingan usaha kecil yang dilakukan tim pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada ibu-ibu anggota PKK Desa Banggle Kecamatan Lengkong Kabupaten Nganjuk.

DAFTAR PUSTAKA

Data *Administrasi Pemerintah Desa* Tahun 2013

Fathurrohman, Amang *et al. Implementasi Manajemen Bank Sampah IT Pada Komunitas Bank Sampah Berbasis Masyarakat, Pemuda, dan Sekolah di Kabupaten Pasuruan.* **ENGAGEMENT**, [S.l.], v. 2, n. 2, p. 154-167, nov. 2018. ISSN 2579-8375.

Tim Penyusun CBR UIN Sunan Ampel Surabaya. *Community Based Research: Sebuah Pengantar*. Surabaya: SILE/LLD, 2015. Diunduh dari http://digilib.uinsby.ac.id/6455/4/Manual%20CBR.pdf. diakses pada maret 2018.

Setyawati, Yuningtyas "*Pemberdayaan Perempuan Pesisir Melalui Pengembangan Manajemen Komoditas Perekonomian Berbasis Potensi Lokal. (Studi Pemberdayaan Ekonomi Perempuan di Kawasan Pantai Kuwaru, Kecamatan Srandakan, Kabupaten Bantul, DIY)",* Laporan Penelitian, Universitas Atmajaya, Yogyakarta 2011

Shinta, Agustina, *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press, 2011

Salman, smah, *Keluarga Sakinah dalam Aisyiyah*. Jakarta: PSAP Muhammadiyah, 2005.

Rahmawati, Lilik. Dkk. *Pemberdayaan Ekonomi Transformatif: Pendampingan Manajemen Bisnis pada Jamaah Musholla Putri Manbaul Falah Desa Manyarsidorukun Kecamatan Manyar Kabupaten Gresik.* Engaement: Jurnal Pengabdian Masyarakat. Volume 1, Number 2, November 2017

RPJM Desa Banggle. *Rencana Pembangunan Jangka Panjang Menengah Desa 2014-2019, 2014*

Noor, Triana Rosalina; Agustitia, Wenika. *Pendampingan Persiapan Psikologis Pranikah Pada Calon Pengantin Melalui Kursus Calon Pengantin Berbasis Komunitas di Kelurahan Jambangan Kota Surabaya.* **ENGAGEMENT**, [S.l.], v. 2, n. 1, apr. 2018. ISSN 2579-8375.

Nugroho, Riant dan W, Randy. *Manajemen Pemberdayaan: Sebuah Pengantar dan Panduan untuk Pemberdayaan Masyarakat.* Jakarta:Elex Media Komputindo, 2007.

Kotler, Philip and A B Susanto, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi Dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.

William J Stanton, *Prinsip –Prinsip Pemasaran, Jilid Ke Tujuh* . Jakarta: Penerbit Erlangga, 2001

Zakiyah, *Pemberdayaan Perempuan oleh Lajnah Wanita*, Jurnal Pengkajian Masalah Sosial Keagamaan, XVII, 01 Januari-Juni 2010.