

Original Research Paper

Penyuluhan Tentang Pentingnya Pemberian Merek dan Strategi Pengembangan Usaha pada Home Industri Tempe di Desa Kerumut Kecamatan Pringgabaya Lombok Timur

Rusminah Hs^{1*}, Hilmiati¹, M. Ilhamudin¹, Wahyunadi¹

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram, Mataram, Indonesia.

<https://doi.org/10.29303/jpmipi.v3i2.1097>

Sitasi: Rusminah Hs., Hilmiati., Ilhamudin, M & Wahyunadi. (2021). Penyuluhan Tentang Pentingnya Pemberian Merek dan Strategi Pengembangan Usaha pada Home Industri Tempe di Desa Kerumut Kecamatan Pringgabaya Lombok Timur. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA* 4(4)

Article history

Received: 02 Oktober 2021

Revised: 20 Oktober 2021

Accepted: 01 November 2021

*Corresponding Author:

Rusminah Hs, Fakultas
Ekonomi dan Bisnis
Universitas Mataram, Mataram,
Indonesia;

Email:

rosewahu99@gmail.com

Abstract: Desa Kerumut merupakan salah satu dari 15 desa yang ada di wilayah kecamatan Pringgabaya Kabupaten Lombok Timur, yang memiliki potensi usaha tempe. Produk tempe yang dihasilkan antara pelaku usaha yang satu dengan yang lain hampir tidak memiliki perbedaan, sehingga konsumen tidak dapat membedakan pemilik dari produk tersebut. Begitu pula dalam mengembangkan usaha nya masih sangat minim, karena pemanfaatan produknya hanya sebatas menjual tempe yang sudah jadi tanpa ada inovasi terhadap produk tersebut. Usaha tempe yang ada dapat dikemas dalam berbagai olahan yang memiliki cita rasa yang lebih menarik seperti membuat krepek tempe dengan varian rasa original, balado, jagung manis dan pedas manis, yang dikemas dengan kemasan yang menarik, sehingga dapat menarik minat konsumen. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan penyuluhan dan bimbingan kepada para pelaku usaha untuk dapat memberikan merek pada produk yang dihasilkan dan dapat mengembangkan usahanya secara efektif dan efisien, sehingga para pelaku usaha home industri ini dapat mengembangkan usahanya menjadi lebih berkembang dan maju. Metode pelaksanaan kegiatan dengan memberikan penyuluhan, tanya jawab dan praktek. Praktek pembuatan dimulai dengan menjelaskan bahan-bahan dan peralatan yang digunakan, proses pengolahan sampai pengemasan dan pemberian merek. Dengan adanya peningkatan nilai ekonomi dari hasil home industri tempe menjadi krepek tempe, diharapkan dapat meningkatkan pendapatan. Antusiasme peserta dalam kegiatan pengabdian ini sangat tinggi, terlihat dari keaktifan para peserta di dalam mengikuti kegiatan dan di dalam mengajukan pertanyaan - pertanyaan.

Keywords: Merek, Pengembangan Usaha, Desa Kerumut.

Pendahuluan

Di dalam pemasaran suatu usaha merek atau brand memiliki peran yang sangat penting bagi kelancaran dan peningkatan perdagangan barang atau jasa. Merek atau brand adalah suatu nama, istilah, tanda, simbol, desain, atau kombinasi dari

semuanya yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi suatu barang atau jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari kompetitor lain (Kotler dan Keller 2012).

Esensi sebuah merek tidak hanya sebatas untuk memperkenalkan sesuatu kepada orang lain atau dikenal oleh orang lain. Lebih dari itu esensi

merek menggambarkan makna seberapa kokoh suatu ketekunan, seberapa yakinnya tentang relevansi abadi, seberapa dan seberapa mampu suatu merek dalam mengubah dan mengarahkan perilaku seseorang.

Fungsi utama dari sebuah merek adalah konsumen dapat mencirikan suatu produk yang dimiliki oleh perusahaan, sehingga dapat dibedakan dari produk perusahaan lain yang sejenis atau yang mirip yang dimiliki oleh pesainnya. Nama merek yang kuat akan berpengaruh pada peningkatan pembelian oleh konsumen pada jangka panjang.

Seiring dengan semakin pesatnya persaingan dalam dunia perdagangan barang dan jasa akhir - akhir ini, maka tidak heran jika merek memiliki peranan yang sangat penting untuk dikenali sebagai tanda suatu produk tertentu di kalangan masyarakat. Namun hal ini tidak dilakukan oleh para pengusaha tempe yang ada di desa Kerumut.

Desa Kerumut yang merupakan salah satu dari 15 desa yang ada di wilayah kecamatan Pringgabaya kabupaten Lombok Timur, yang sebagian dari masyarakatnya memiliki home industri tempe. Produk tempe yang dihasilkan antara pengusaha yang satu dengan yang lain hampir tidak memiliki perbedaan, sehingga konsumen yang membelipun tidak dapat membedakan pemilik dari produk tersebut. Begitu pula untuk mengembangkan usaha sangatlah sulit, karena banyaknya hambatan – hambatan yang dihadapi seperti kekurangan modal, kurang trampil, kinerja keuangan yang kurang baik dan sebagainya. Hal ini terjadi juga pada para pelaku usaha tempe di desa Kerumut. Mereka memproduksi tempe kemudian menjualnya langsung ke konsumen. Serinkali produk tempe yang mereka jual tidak habis terjual, sehingga seringkali menjadi rusak dan terbuang sia-sia. Semua ini terjadi karena keterbatasan pengetahuan tentang informasi-informasi edukasi pengolahan hasil bumi untuk meningkatkan pendapatan.

Berdasarkan kenyataan tersebut, maka kegiatan pengabdian masyarakat ini berorientasi pada pentingnya pemberian merek dan strategi pengembangan usaha pada home industry tempe di desa Kerumut kecamatan Pringgabaya Lombok Timur.

Metode

Pesatnya persaingan dalam dunia perdagangan barang dan jasa akhir - akhir ini, menyebabkan pemberian merek memiliki peranan yang sangat penting untuk dikenali sebagai tanda suatu produk tertentu di kalangan masyarakat. Begitu pula dengan strategi pengembangan usaha sangat diperlukan untuk dapat bertahan hidup dan mengembangkan skala usaha. Namun pemberian merek dan pengembangan usaha masih belum dilakukan oleh para pelaku usaha home industri tempe di desa Kerumut.

Untuk memecahkan masalah yang dihadapi para pelaku usaha home industri tempe di desa Kerumut, maka dipandang perlu untuk melakukan penyuluhan kepada para pelaku usaha tempe tentang bagaimana menggunakan merek guna dapat memberikan identitas atau simbol dari produk yang dihasilkan, sehingga dapat mencatumkan merek yang mudah diingat dan menjadi faktor pendukung kelancaran dalam proses pemasaran. Begitu pula dengan strategi pengembangan usaha, harus dapat dikembangkan untuk dapat tetap eksis dalam dunia usaha. Materi yang diberikan untuk memecahkan masalah tersebut adalah: Manfaat penggunaan merek dan bagaimana membuat merek yang efektif serta strategi pengembangan usaha.

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini diawali dengan analisis situasi di lapangan. Tim pengabdian pada masyarakat mengumpulkan data informasi yang dibutuhkan dengan menggali potensi pada objek yang sekiranya perlu dikembangkan, serta mengidentifikasi berbagai permasalahan yang sedang dialami melalui observasi di lapangan dengan pendekatan interview langsung dengan pelaku usaha.

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dilaksanakan di desa Kerumut, Kecamatan Pringgabaya Lombok Timur, pada hari Sabtu tanggal 22 Juli 2021. Adapun metode kegiatan yang digunakan adalah metode ceramah dan tanya jawab. Sebagai nara sumber dalam pelatihan ini adalah tim Pengabdian Pada Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram.

Antusiasme peserta dalam mengikuti kegiatan pengabdian ini sangat tinggi. Hal ini terlihat dari keaktifan para peserta di dalam mengikuti penyuluhan dan dalam mengajukan pertanyaan – pertanyaan.

Hasil dan Pembahasan

Desa Kerumut merupakan salah satu desa dari 15 desa yang ada di Wilayah Kecamatan Pringgabaya, Lombok Timur. Desa Kerumut terdiri dari 4 wilayah Kekadusan, yaitu :

1. Kekadusan Toron
2. Kekadusan Gubuk Daya
3. Kekadusan Benteng
4. Kekadusan Dasan Lendanag.

Secara geografis desa Kerumut mempunyai luas wilayah 342 Ha dan memiliki letak geografis yang cukup strategis berada di atas ketinggian 0,25 Mdl dengan curah hujan 1, 830 mm/tahun. Batas-batas wilayah desa Kerumut sbb:

- | | | |
|--------------------|---|----------------------|
| 1. Sebelah Utara | : | Desa Pohgading Timur |
| 2. Sebelah Selatan | : | Desa Anggaraksa |
| 3. Sebelah Timur | : | Selat alas |
| 4. Sebelah Barat | : | Desa Apitaik |

Sedangkan jumlah penduduk desa Kerumut berjumlah 4.627 jiwa. Dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 1483 KK. Dari jumlah penduduk tersebut banyak para pemuda tamatan SMA dan sarjana S1 yang masih belum mendapatkan pekerjaan, sehingga ada yang bertahan hidup dengan membuka usaha ada juga yang menjadi tenaga kerja Indonesia di Negara Malaysia dan Saudi Arabia.

Sebagaimana tema yang diangkat dalam pengabdian ini adalah pentingnya pemberian merek dan strategi pengembangan usaha pada home industri tempe di desa Kerumut, maka kegiatan ini diharapkan mampu mengarahkan kepada para pelaku usaha untuk dapat membuat merek pada produk yang dihasilkan dan mampu mengembangkan usahanya.

Merek merupakan kemampuan perusahaan memilih nama, logo, symbol, paket desain atau atribut lain yang dapat mengidentifikasi produk sehingga membedakan produk tersebut dari pesaingnya.

Merek bermanfaat sebagai penanda suatu barang atau jasa untuk membedakan dengan barang atau jasa lainnya. Manfaat lainnya dari merek adalah sebagai representasi atas reputasi produk dan penghasil dari produk barang atau jasa yang dimaksud. Adapun manfaat dari merek, adalah :

1. Sebagai alat promosi perusahaan.
2. Perlindungan terhadap produk dan jasa.
3. Hak eksklusif merek.

4. Mencegah aksi pembajakan merek dan penggunaan tanpa hak.

5. Sebagai pembeda dengan produk perusahaan lain.

Sedangkan pengembangan usaha merupakan sejumlah tugas dan proses yang pada umumnya bertujuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan peluang pertumbuhan.

Pengembangan usaha bukan saja dibarengi dengan modal yang banyak atau tenaga kerja yang terampil, tetapi juga harus dibarengi dengan niat dari diri kita sendiri. Dengan niat yang sungguh – sungguh kita bisa mengembangkan usaha menjadi lebih besar. Jika tidak mengembangkan usaha dengan sungguh – sungguh, maka sebaliknya usaha kita akan bangkrut.

Cara lain yang harus dilakukan untuk dapat mengembangkan usaha dengan baik adalah dengan memberikan pendidikan meningkatkan keahlian kepada para pelaku usaha . Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan yang lebih kepada para pelaku usaha terhadap pengembangan usaha yang baik. Pengembangan usaha ini merupakan bagian dari perencanaan pemasaran (*Marketing Plan*). Oleh karena itu setiap pengusaha baik pengusaha kecil maupun besar harus mampu membuat marketing plan terlebih dahulu sebelum mengembangkan usahanya.

Inti dan garis besar dari pengembangan usaha adalah pemasaran dan maksimalnya laba, ada beberapa hal yang bisa dilakukan dalam pemasaran dan pemaksimalan laba. Adapun strategi yang dapat dilakukan dalam mengembangkan usaha :

1. Melakukan pengolahan terhadap produk yang dimiliki, yaitu melakukan inovasi terhadap produk agar berbeda dan terlihat lebih menarik dari produk yang lainnya, ataupun melakukan perbaikan terhadap produk agar dapat bersaing dengan produk – produk lainnya. Dalam hal membuat tempe menjadi krepek dengan memberikan tambahan rasa, original, pedas manis, jagung manis dan balado.
2. Melakukan promosi secara konsisten dan terus menerus agar para konsumen tidak mudah melupakan merek produk yang ditawarkan, yaitu dengan membuat kemasan yang menarik dan selebaran tentang produk.

3. Memberikan harga yang terjangkau dan kompetitif, serta memberikan pelayanan yang maksimal terhadap konsumen.
4. Menjalin hubungan yang harmonis kepada para pihak internal dan eksternal. Pihak internal para anggota kelompok dan pihak eksternal meliputi para pemasok dan para konsumen.
5. Berusaha keras, bersungguh-sungguh dan mau belajar. Ini yang harus dilakukan, jika ingin usaha yang telah dirintis dengan susah payah dapat berkembang.

Materi- materi tersebut diberikan oleh tim pengabdian pada saat dilaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Adapun foto kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan adalah, sebagai berikut :



Kesimpulan

Untuk memberikan pengertian tentang pentingnya pemberian merek dan strategi pengembangan usaha kepada para pelaku usaha *home industri* tempe di desa Kerumut, yaitu dengan memberikan pendidikan dan pengetahuan kepada para pelaku usaha. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan yang lebih kepada para pelaku usaha terhadap pentingnya pemberian merek dan strategi pengembangan usahanya.

Merek bermanfaat sebagai penanda suatu barang atau jasa untuk membedakan dengan barang atau jasa lainnya. Manfaat lainnya dari merek adalah sebagai representasi atas reputasi produk dan penghasil dari produk barang atau jasa yang dimaksud. Adapun manfaat dari merek, adalah: Sebagai alat promosi perusahaan, perlindungan terhadap produk dan jasa, hak eksklusif merek, mencegah aksi pembajakan merek dan penggunaan tanpa hak dan sebagai pembeda dengan produk perusahaan lain.

Pengembangan usaha ini merupakan bagian dari perencanaan pemasaran (*Marketing Plan*).

Oleh karena itu setiap pengusaha baik pengusaha kecil maupun besar harus mampu membuat marketing plan terlebih dahulu sebelum mengembangkan usahanya.

Adapun strategi yang dapat dilakukan dalam mengembangkan usaha: Melakukan pengolahan terhadap produk yang dimiliki, melakukan promosi secara konsisten, memberikan harga yang terjangkau dan kompetitif, menjalin hubungan yang harmonis kepada para pihak internal dan eksternal dan berusaha keras, bersungguh – sungguh dan mau belajar

Pengabdian masyarakat ini dinilai sangat positif dan bermanfaat, karena sangat sangat relevan dengan kebutuhan. Mereka berharap tidak hanya sekali tetapi harus dilakukan pembinaan agar usaha yang dilakukan dapat terus berkembang dan dapat mendatangkan keuntungan, sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Ucapan Terima Kasih

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini telah melibatkan berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi tingginya kepada:

1. LPPM UNRAM selaku koordinator pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat.
2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram dan BP2EB Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram.
3. Kepala Desa Kerumut dan para pelaku usaha home industri tempe di Desa Kerumut Kecamatan Pringgabaya, Lombok Timur.

Daftar Pustaka

- Husein, Martani.1993. Pengembangan Usaha Berskala Usah Kecil di Indonesia.
- Indriyo Gitosudarmo. 1996. Pengantar Bisnis Modern Edisi 2, PT. BPFE, Yogyakarta.
- Jannah, R., Putri, B. G. Y., Samsudin, S., Rahman, Y. A., & Nuriadi, N. (2021). Promosi Dan Pemasaran Dalam Pengembangan Taman Wisata Edukasi Jabal Rahmah Desa Jango Kecamatan Janapria. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(1).
- Jupri, A., Prasedya, E. S., Rozi, T., Septianingrum, N., Difani, I., & Sarjoni, S. (2021). Pentingnya Izin PIRT terhadap UMKM di Kelurahan Rakam untuk Meningkatkan

Pemasaran Produk. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(4).

Mansur, MH, dkk, 1989. Bimbingan Bisnis, Penerbit CV. Bintang Remaja, Surabaya.

Priyambodo, S., Lestarini, I. A., Basuki, R., Cholidah, R., & Palgunadi, P. (2019). Pelatihan Pembuatan Tempe Kedelai Hitam Pengrajin Tempe Kelurahan Abian Tubuh. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 2(1).

Rhenal D Kasali, dkk. 2010. Modul Kewirausahaan, Rumah Perubahan. Jakarta.