

SOSIALISASI UNTUK MENINGKATKAN UMKM STRATEGI PEMASARAN TEH DAUN KELOR DAN CARA PEMBUATAN TEH DAUN KELOR DI DESA SUMBERSARI KECAMATAN NGAMBUR KABUPATEN PESISIR BARAT

Hardini Ariningrum¹, Victoria Ari Palma Akadiati², Indah Yuning Tias³, Maya Sari⁴

^{1,3,4}Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Universitas Malahayati

²STIE Gentiaras

email: hardini.ariningrum@gmail.com

Abstrak

Teh daun kelor terbuat dari daun kelor, daun kelor adalah salah satu tumbuhan yang banyak ditemukan di berbagai daerah dan dimanfaatkan sebagai obat herbal yang memiliki anti oksidan yang tinggi sehingga mampu menyerap zat-zat yang berbahaya dalam tubuh manusia². Namun, dalam hal ini kurangnya tingkat pengetahuan konsumen mengkomsumsi teh daun kelor. maka dari itu perlu dipasarkan dan perlu ditingkatkan lagi, salah satu tempat industri teh daun kelor yang ada di Desa Sumber Sari kecamatan Ngambur kabupaten Pesisir barat yaitu Industri teh daun kelor Sri Rezeki terletak di jalan Lintas barat kabupaten pesisir barat Kecamatan Ngambur Pekon Sumberagung Maka peneliti akan mengangkat suatu judul Sosialisasi untuk meningkatkan UMKM setrategi Pemasaran teh daun kelor dan cara pembuatan teh daun kelor oleh UMKM Sri Rezeki Dalam Persfektif Ekonomi Di Desa Sumber Sari Pekon Sumberagung Kecamatan Ngambur Kabupaten Pesisir Barat dengan menggunakan metode wawancara dan pelatihan langsung ke lapangan.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Teh Daun Kelor

Abstract

Moringa leaf tea is made from Moringa leaves, Moringa leaves are one of the plants that are commonly found in various regions and are used as herbal medicines which have high anti-oxidants so they can absorb harmful substances in the human body. However, in this case the lack of knowledge of consumers consuming Moringa leaf tea. therefore it needs to be marketed and needs to be improved again, one of the places for the moringa leaf tea industry in Sumber Sari Village, Ngambur sub-district, West Coast district, namely the Sri Rezeki Moringa leaf tea industry is located on Jalan Lintas Barat, west coast district, Ngambur Pekon Sumberagung District. So researchers will raise a title Socialization to improve MSMEs Moringa leaf tea marketing strategy and how to make Moringa tea by UMKM Sri Rezeki In Economic Perspective in Sumber Sari Pekon Village, Sumberagung District, West Coast Regency using interview methods and direct training to the field .

Keywords: Marketing Strategy, Moringa Leaf Tea

PENDAHULUAN

Persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis telah marambah ke semua sektor usaha (bisnis), sehingga kompetisi yang ada antara perusahaan semakin ketat. Perusahaan yang bergerak dalam bidang produk, khususnya produk minuman tidak lepas dari persaingan, dimana suatu perusahaan dituntut untuk mampu menghadapi berbagai kendala yang timbul dalam mengelola bisnis usaha pemasarannya juga, untuk menjamin perusahaan yang bersangkutan supaya beroperasi dengan manajemen yang efektif dan efisien.

Strategi pemasaran tersebut adalah strategi pemasaran (marketing mix) yaitu perangkat alat pemasaran taktis yang dapat dikendalikan dengan konsep harga, produk, promosi dan distribusi. Yang sangat penting dalam perusahaan, dimana dengan pemasaran yang tepat dapat menentukan volume penjualan dan posisi perusahaan (produk-produk pasar).

METODE

Metode pada kegiatan ini yaitu workshop dan pelatihan serta pendampingan berwirausaha. Langkah-langkah yang dilakukan yaitu: a) wawancara, b) presentasi, menyampaikan materi pelatihan usaha UMKM. c) pengaplikasian strategi pelatihan pemasaran sekaligus pendampingan kepada para peserta terkait dengan pengelolaan usaha the daun kelor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Daun kelor ini, hampir sebagian masyarakat memanfaatkan sebagai sayur mayur, Namun seiring perkembangan informasi dan kebutuhan masyarakat terhadap obat-obatan herbal, maka sebagian masyarakat mulai menjadikan teh daun kelor sebagai obat herbal alami dalam bentuk teh daun kelor yang bermanfaat mengatasi penyakit kuning yang di olah sedemikian rupa sehingga menghasilkan produk teh daun kelor.



Gambar 2. Teh daun kelor yang telah dikemas

Teh daun kelor ini, belum banyak diminati oleh masyarakat setempat salah satunya Palu karena dalam pemasarannya kurang efektif sehingga masyarakat banyak yang tidak mengetahui teh daun kelor. Maka dari itu, para pelaku usaha teh daun kelor berinisiatif memasarkan produknya agar masyarakat lebih mengenal dan mengetahui produk daun kelor serta khasiatnya, dengan menggunakan startegi pemasaran sesuai dengan konsep pemasarannya yaitu, produk, harga, distribusi, dan promosi yang akan diterapkan di wilayah kelurahan Desa sumber sari, kecamatan Ngambur, Kabupaten Pesisir Barat.

SIMPULAN

Langkah langkah yang dilakukan oleh UMKM Sri Rezeki dalam melakukan strategi pemasaran adalah :

- Produk, dilakukan dengan cara memilih
- Menyiapkan bahan baku berkualitas, mendesain kemasan yang menarik, memcantumkan informasi produk, dan menjaga kualitas rasa,
- Harga, dilakukan dengan cara menetapkan harga sesuai modal yang dikeluarkan, sesuai dengan manfaat, serta dengan banyaknya pesanan,
- Tempat distribusi dilakukan dengan cara menyediakan tempat pemasaran produk, memberikan kesan nyaman,
- Promosi dilakukan dengan cara sosialisasi, dan memanfaatkan media masa.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang strategi pemasaran Teh Kelor “UMKM SRI Rezeki” penulis mencoba memberikan saran sebagai berikut:

- Diharapkan pada UMKM Sri Rezeki perlu ditingkatkan startegi pemasaran promosi produk teh daun kelor yang lebih efektif lagi agar dapat diketahui oleh konsumen dan meningkatkan volume penjualan pendapatan UMKM Sri Rezeki dalam promosi produknya yaitu menggunakan semua media yang ada, dan memperbanyak sosialisasi pada masyarakat sekitar maupun luar daerah.
- Diharapkan Sri Rezeki melakukan peninjaun kembali tentang penetapan harga agar semua kalangan khususnya kalangan bawah dapat menikmati produk teh daun kelor.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami ucapkan terimakasih yang sebesar - besarnya kepada:

- Bapak lurah didesa Sumpersari kecamatan ngabur kabupaten pesisir barat atas kesempatan untuk kami dapat meneliti disini.

2. LPPM Universitas malahayati yang sudah menyediakan kebun daun kelor untuk kami dapat meneliti.
3. Semua pihak yang telah membantu kami semuanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi. D Tilog, Bebas Dari Ancaman Kanker Serviks, Yogyakarta: Flashbook. 2012.
- Funlie, LJ. The Miracle Tree: Moringa Oliefera: natural Nutricition For The Tropis, Tahun 1999.
- Haryadi, N. K. Kelor Herbal Multikhasiat Ampuh Melawan Diabetes Milletus, Kolestrol Tinggi dan Penyakit Lainnya, Surakarta: Delta Media, 2011.
- Kotler , Philip dan G. Armstrong. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jakarta: Erlanga, 2008.
- Kotler dan Gery Armstrong, Dasar-dasar.Pemasaran, Edisi ke-9, Jilid I, Jakarta: PT. INDEKS, 2003.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. Syariah Marketing, jakarta. Mizan 2015.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. Prinsip-Prinsip Syariah Pemasaran Jakarta:Erlangga,2000.
- Kartajaya, Hermawan dkk. Syariah Marketing mark Plus & Co, Bandung: PT Mizan Pustaka 2006.
- Swasta, Basu dan Irawan. Manajemen Pemasaran Modern, Yogyakarta: Liberty, 2002.
- Tjiptono, Fandi. strategi pemasaran, Yogyakarta. Andi Offset 1995