

Strategi Pemasaran Produk Umkm Wedang Jahemerah Mekar Wangi di Desa Dataran Kempas Kecamatan Tebing Tinggi Kabupaten Tanjung Jabung Barat

Erina Dwi Sulistiani¹, M. Nazory², Lidya Anggraeni³

¹²³Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

e-mail: erinadwi218@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi oleh banyaknya persaingan antar pengusaha khususnya dalam menarik minat konsumen terhadap produk sehingga dapat meningkatkan daya saing bisnisnya. Salah satu cara adalah menerapkan strategi pemasaran. Strategi pemasaran harus disusun secara efektif guna harus mampu menciptakan strategi yang tepat sebagai prioritas utama pada usaha yang dijalankan agar tetap menjaga eksistensi perusahaan. Fokus dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran Usaha Wedang Jahe Merah Mekar Wangi di Desa Dataran Kempas, untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam penerapan strategi pemasaran Usaha Wedang Jahe Mekar Wangi di Desa Dataran Kempas. Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian deskripsi yang menggunakan pendekatan kualitatif.

Kata kunci: *Strategi Pemasaran, UMKM*

Abstract

This research is motivated by the large amount of competition between entrepreneurs, especially in attracting consumer interest in products so that they can increase their business competitiveness. One way is to implement a marketing strategy. The marketing strategy must be prepared effectively in order to be able to create the right strategy as the main priority for the business being carried out in order to maintain the company's existence. The focus of this research is to determine the implementation of the marketing strategy for the Mekar Wangi Red Ginger Wedang Business in Darat Kempas Village, to find out the obstacles faced in implementing the marketing strategy for the Mekar Wangi Ginger Wedang Business in Darat Kempas Village.

Keywords : *Marketing Strategy, UMKM*

PENDAHULUAN

Strategi pemasaran dapat dikatakan sebagai suatu hal yang sangat penting bagi suatu perusahaan, dimana strategi pemasaran merupakan suatu tahapan untuk mencapai tujuan dari sebuah perusahaan, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengalami hal tersebut. Komponen pemasaran diterapkan guna mengetahui apa saja yang diperlukan pada produk yang dibuat oleh perusahaan, dengan begitu anda dapat menjual produk anda.

Dari hal tersebut diketahui terdapat empat komponen pemasaran yang penting dilakukan, yaitu segmentasi pasar merupakan kegiatan pembagian segmentasi pasar berdasarkan karakteristik konsumen, Analisa kondisi pasar yakni kegiatan menganalisis kondisi pasar sangat penting karena dapat membuat pemasaran lebih terarah, Analisa pesaing yaitu kegiatan analisa pesaing, yang merupakan hal yang cukup signifikan.

Perkembangan Kabupaten Tanjung Jabung Barat sebagai salah satu pusat perdagangan dan bisnis menimbulkan banyak perubahan. Perubahan yang paling jelas terlihat adalah timbulnya persaingan bisnis yang semakin tajam. Hal ini ditandai dengan banyak berdirinya usaha baru yang bergerak di bidang penyediaan bahan pangan atau obat-obatan. Salah satu tanaman bahan pangan dan obat-obat yang kini menjadi komoditi baru dalam perdagangan di Kabupaten Tanjung Jabung Barat adalah produk wedang jahe merahdi Desa Dataran Kempas Kecamatan Tebing Tinggi.

Dari penjelasan di atas diperlukan strategi untuk meningkatkan usaha atau pendapatan penjualan. Kurangnya strategi yang dilaksanakan oleh pelaku UMKM maka akan menimbulkan kesulitan untuk mengembangkan suatu usaha. Sama halnya terkait kemasan, pada umumnya kemasan masih diproses secara sederhana dan tradisonal. Hal ini terjadi karena adanya ketidakberdayaan UMKM untuk membuat barang baru dan tidak adanya keinginan untuk mencoba hal baru atau biasa disebut ide baru. Pada saat terjadinya penurunan penjualan, biasanya kebanyakan para pelaku UMKM hanya menunggu konsumen yang datang dan tidak adanya inisiatif dan strategi untuk menganalisis penyebab menurunnya penjualan atau mencoba strategi baru yang lebih baik lagi, kemudian para pelaku UMKM biasanya hanya memanfaatkan tenaga kerjanya sendiri tanpa meminta bantuan kepada orang lain. Hal ini terjadikarena para pelaku UMKM tersebut lebih merasa senang dan bahagia ketika bekerja sendiri tanpa harus dibantu oleh orang lain. Hal ini membuat saat terjadi pesanan yang banyak, para UMKM tersebut cenderung tidak mampu untuk memproduksinya sendiri. Sehingga membuat perkembangan usahanya menjadi terhambat.

METODE

Kajian dari penelitian ini menggunakan jenis penelitian bersifat kualitatif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu bersifat deskriptif, yang artinya berupaya menyajikan berbagai fakta secara objektif dengan menyesuaikan keadaan saat pelaksanaan penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam

penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan atau verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut hasil penelitian yang peneliti peroleh melalui wawancara bersama pemilik usaha dan konsumen di Desa Dataran Kempas Kecamatan Tebing Tinggi.

Strategi pemasaran produk UMKM Wedang Jahe Merah

Produk UMKM Wedang Jahe Merah pada tahun 2019-2021 mengalami peningkatan akan tetapi pada tahun berikutnya Wedang Jahe Merah mengalami penurunan. Strategi pemasaran UMKM Wedang Jahe Merah ini mengalami penurunan hingga mencapai 25% pada tahun 2022 dikarenakan dengan kurangnya mengikuti pameran dan bazar di daerah Tanjung Jabung Barat dengan adanya pergantian pemerintah kabupaten sehingga minimnya acara pameran dan bazar, maka menurunnya pendapatan bagi setiap pelaku UMKM untuk mengenalkan produk (promosi).

Strategi yang Meningkatkan Omset Pendapatan Wedang Jahe Merah

Omset merupakan suatu jumlah pendapatan secara keseluruhan, namun belum adanya pembagian atau belum berkurangnya berbagai biaya lainnya. Adapun dalam usaha wedang jahe merah ini mempunyai cara untuk meningkatkan omset pendapatan yaitu dengan cara memperbanyaknya reseller, meningkatkan kualitas barang atau jasa yang ditawarkan. Usaha wedang jahe memiliki peluang yang sangat besar jika dilakukan dengan inovasi dan transformasi penjualan dengan mengikuti perkembangan zaman.

Data produksi dan Penjualan produk Usaha Wedang Jahe Merah Mekar Wangi

Semakin banyak pesaing maka semakin ketat pula persaingan dalam berbisnis, dan itu tidak membuat Ibu Rita berhenti begitu saja. Contohnya bisa dilihat dari jumlah produksi penjualan setiap tahunnya. Karena itu menjadi salah satu hal yang menonjol bagi perusahaan yang mampu bersaing dengan perusahaan lain. Bisa dijelaskan bahwa dari tahun 2019-2021 produk wedang jahe merah memproduksi sebanyak 14.400 produk, dan pada tahun 2022 wedang jahe merah mengalami penurunan produksi yaitu hanya memproduksi 1.200 produk saja.

1.200 produk saja. Dari total penjualan tahun 2022 mengalami penurunan hingga 25%. Total penjualan tahun 2022 : 60.000.000 / total penjualan tahun 2021: 240.000.000 = $0,25 \times 100 = 25\%$ namun pada faktanya dilihat dari data di atas penjualan dari tahun ketahun mengalami penurunan yang sangat drastis. Penelitian menduga minat pembeli menurun dikarenakan penghasilan para pembeli kecil sehingga minat pembeli menjadi turun. Selain itu adanya persaingan antar penjual sesama wedang jahe atau penjualan minuman lain yang sudah mulai menjamur mengakibatkan pilihan masyarakat akan hal yang baru semakin besar sehingahnya mengakibatkan usaha wedang jahe mulai tersingkirkan.

Dalam hukum positif, komponen yang tidak subjektif, yaitu tindakan yang bertentangan dengan hukum, dianggap sebagai unsur maddi atau unsur material. Maksudnya adalah adanya tindakan yang membentuk jarimah, keduanya secara aktif dan pasif, yaitu membiarkan atau melakukan. Pelaku jarimah bertanggung jawab pidana merupakan elemen adabi atau moril. Dengan kata lain, orang yang melakukan jarimah harus orang yang dapat bertanggung jawab atas tindakannya.

Menurut Sofjan Assauri, strategi pemasaran merupakan suatu rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu dibidang pemasaran yang memberikan pedoman mengenai kegiatan yang dijalankan agar dapat tercapainya tujuan pemasaran dari suatu perusahaan. Berdasarkan dari hasil penelitian bahwa wedang jahe merah ini merupakan minuman yang menghangatkan badan dan membuat daya tahan tubuh semakin segar.

Strategi pemasaran produk UMKM Wedang Jahe Merah

Pada strategi pemasaran produk umkm wedang jahe merah ini mengalami penurunan dengan berkurangnya peminat pembeli dan kurang mengikuti setiap Bazar, pameran maupun jualan online. Dengan ini wedang jahe mengalami penurunan yang sangat drastis dari tahun sebelumnya.

Adapun beberapa strategi pemasaran tersendiri yang diterapkanyakni sebagai berikut:

Produk

Dalam konteks kualitas wedang jahe merah mekar wangi yang dijual oleh usaha ini, yaitu selalu memperhatikan secara konperhensip baik dari pihak aspek penyortiran wedang jahe merah agar wedang jahe merah ini sampai ketangan konsumen dalam keadaan baik. Apabila wedang jahe merah yang diterima oleh konsumen sudah kadaluarsa/rusak maka usaha ini akan mempertanggung jawabkan dengan retur barang/menggantikan wedang jahe merah dengan produk yang baru. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar usaha wedang jahe merah dapat menjamin kepuasan dari konsumen. Menjaga kualitas dari suatu produk merupakan hal penting bagi setiap usaha, usaha ini sangat erat hubungannya dengan konsistensi yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara informan/partisipan dan observasi yang peneliti lakukan dilapangan, ditemukan bahwa dalam proses produksi yang dilakukan oleh wedang jahe merah memang sangat menjaga kualitas produknya untuk menjamin kepuasan dari konsumen. Dengan tetap menjaga kualitas produk sampai dengan saat ini wedang jahe merah memiliki banyak konsumen tetap dan banyak merasa puas dengan kualitas produk dan khasiat produk

Harga

Konsumen tidak hanya mencari produk dengan harga yang rendah, akan tetapi konsumen membeli suatu produk berdasarkan nilai dari produk itu sendiri. Untuk menyesuaikan harga harus di sesuaikan dengan produk yang ditawarkan. Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada informan dan observasidilapangan, ditemukan bahwa penentuan harga jual wedang jahe merah oleh umkm di Desa Dataran Kempas itu menyesuaikan dengan biaya produksi dan juga pengiriman

dikarenakan wedang jahe merah dikirim dari luar kota dan beberapa petani di sekitar kabupaten. Adapun perbandingan harga relative lebih murah ketimbang dengan para pesaing lainnya.

Promosi

Dalam promosi wedang jahe merah yang di lakukan secara offline maupun online. Dimana promosi yang digunakan yaitu dari konsumen satu ke konsumen lainnya, dan bertatapans langsung dengan para konsumen serta mencari informasi dari supermarket.

Tempat

Strategi tempat ialah suatu lokasi yang mudah dijangkau oleh para konsumen, sehingga konsumen dapat melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Dalam penuturan pemilik wedang jahe merah tersebut bahwa dalam penetapan usaha yang dibangun memiliki tempat yang sangat strategis dan terjangkau terhadap konsumen dengan letak penjualan yaitu di jalan Merdeka Rt. 02 Rw.01 Desa Dataran Kempas Kac. Tebing Tinggi Kab. Tanjung Jabung Barat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah diuraikan di bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa: Strategi pemasaran UMKM Wedang Jahe Merah ini mengalami penurunan hingga mencapai 25% pada tahun 2022 di karenakan dengan adanya pergantian pemerintah kabupaten Tanjung Jabung Barat sehingga minimnya acara pameran dan bazar, maka menurunnya pendapatan bagi setiap para pelaku UMKM untuk mengenalkan produk (promosi). Oleh karena itu, dengan kurangnya promosi pada tahun 2022 produsen hanya mengenalkan produk tersebut hanya mengandalkan melalui Toko oleh-oleh terdekat. Selain itu kurangnya pengetahuan mengenai peningkatan penjualan secara online yang saat ini banyak diminati konsumen, dengan cara berbelanja online. Pada meningkatnya omset pendapatan wedang jahe merah melakukan berbagai cara akan dapat meningkat lebih tinggi agar bisa menghasilkan lebih dari tahun berikutnya, yaitu dengan adanya mengikuti berbagai promosi atau bazar diberbagai daerah kota tersebut. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Usaha wedang jahe merah mekar wangi cukup efektif, karena melihat jumlah produksi dan penjualan produk dari tahun 2018-2021 mengalami peningkatan walaupun di tahun 2022 mengalami penurunan dikarenakan kurangnya peminat.

DAFTAR PUSTAKA

Al – Qur'an

Al-Qur'an Al-Baqarah:153/1

Buku

Agung Feryanto and Hendro Prima Setia, *Buku Referensi : Seri Ensiklopedia Ips Materi Ekonomi Volume 5 Kewirausahaan*,(Klaten: Cempaka Putih, 2013).

- Budi Harsono, *Tiap Orang Bisa Menjadi Pengusaha Sukses Melalui UMKM* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014).
- Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metode Penelitian Ekonomi Islam* (Muamalah).
- Husni Muharram Ritonga, B. M, *Manajemen Pemasaran*. Medan. (2018).
- Lexy Moloeng, *metode penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002).
- Miles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992.
- Suharsimi.Arikunto, *Prosedur. Penelitian: Suatu Pendekatan. Praktik*, Jakarta, PT Rineka. Cipta, 2006.
- Sigiono, *Penelitian Kualitatif* .
- Saifullah, *Buku Panduan Metodologi Penelitian* (Malang: Fakultas Syariah UIN, 2006).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan D & R* (Bandung:Alfabeta,2009).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif, dan R % D* (Bandung: Alfabeta, 2016).
- SofjanAssauri, *ManajemenPemasaran*, (Jakarta: Raja GrafindoPersada, 2014)
- Tim PenyusunDapartemenPendidikan Nasional, *Kamus Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2008.
- Umar Husen, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007).
- Philip Kontler dan Gray Amstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*. Penerjemah: Alexander Sindoro (Jakarta: PT Indeks, 2004), Edisi ke-9, jilid 1
- RhenaldKasali, dkk, *“Modul Kewirausahaan Untuk Program Strata 1”*,(Jakarta:PT.MizanPublika, 2010)

Wawancara

- Wawancara dengan Ibu Rita Ayuwandari, Pemilih Usaha Wedang Jahe Merah Desa Dataran Kempas, Kecamatan Tebing Tinggi, Kabupaten Tanjung Jabung Barat.
- Wawancara dengan ibu Fitri selaku konsumen Wedang Jahe Merah Mekar Wangi.
- WawancaradenganibulpahselakukonsumenWedangJahe Merah Mekar Wangi.

Skripsi/jurnal

- Benjamin Argawan, *“Pemanfaatan Digital Marketing Channel dalam Upaya Mem perluasPemasaranProdukJaheMerahInstanSarongge.”* Program StudiBisnis, UniversitasPrasetyaMulya, JurnalPemberdayaan Masyarakat, Vol. 01, No. 01,2019.
- HendrarAdhinugroho, JurnalSains Pemasaran Indonesia, Semarang, Vol. 01, No.03, Desember 2002
- Kristina Wolla Ngara, *Strategi Pemasaran Jahe Segar di Pasar Karangploso, Kecamatan Karangploso Kabupaten Malang*,(Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang 2020).

- Made HanindiaPramiSwari, *Rebranding dan Pembuatan Web Profile Produk Jahe Merah Produk Jamu We dang Jempol Blitar*. Institut Bisnis dan Teknologi Indonesia, Jurnal Widya Laksana, Vol. 11, No. 2, Agustus 2022.
- Mahmud AnisSolihah, *AanalisisStrategiPemasaran Dan InovasiProduk Untuk Meningkatkan Volume penjualan Di UMKM Syrup Jahe 33*, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam NegeriWalisongo Semarang, 2021)
- Mirza Yusuf, *StrategiPemasaranProdukJaheMerahCelupKwtBarokahTrihanggoPada Masa Pandemi*, (TeknologiMesin Program Vokasi, UniversitasMuhammadiyah Yogyakarta Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta).
- Nailah Rizkia, *Analisis Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sebelum Dan Sesudah Memperoleh Pembiayaan Dari Bank Umum Syariah* (UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2018).
- Ronny Koantur, *Metode Penelitian untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, (Jakarta: PPM, 2007).
- Riana PutriSandita, *Aspek Pemasaran* Universitas Islam NegeriAlauddin Makassar 2021
- RizkiUtami, UnunRoudlotulJanah, *Jurnal of Economics and Business Research*, Institut Agama Islam NegeriPonogoro, Vol.02, No.02, Desember 2022.
- Sri Wijati, *AnalisaStrategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Merk Bintang Toed joe Jahe Merah*. Universitas Pancasila, 2020.
- Sri Andyaningsih, *InovasiStrategi Pemasaran Jahe Merah Bubuk Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Usaha*, (Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar, Jalan Sultan Alauddin No. 259 Kota Makassar), (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Membangun Negeri Vol. 6 No. 1 April 2022).
- Suci Nur Alyza, *Pengaruh Faktor-faktor Internal Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Keripik Nenas di Desa Kualu Nenes Kec. Tambang Kampar* (UIN Suksa Riau, 2019).
- Surya Lang Itan, *StrategiPemasaranProduk UMKM Minuman JaheMerah Ins tan DwiDewii di KelurahanBendo Kota Blitar*, (Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur).
- Sony Hendra Permana, *Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia*,(Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Jl. Gatot Subroto Senayan Jakarta, 2017).
- Shelly Atriani Iskandar, *StrategiPemasaranProdukOlahanJaheMerah (StudiKasusPada PT Performa QualitaMandiri)*, (Program StudiManajemenBisnis, SekolahBisnis Institut Pertanian Bogor (IPB) Departemen Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi Manajemen, IPB, 2016).
- Trio Rinjaya, *Pengaruh Modal Sendiri Modal Pinjaman Lama Usaha dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Tegal. Pengaruh Modal*

Sendiri Modal Pinjaman Lama Usaha dan Kualitas Produk Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal" (Universitas Pancasakti Tegal, 2020).

Vivi Diah Kusumaningrum, "Analisis Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan UMKM di Desa Bendungrejo Kecamatan Berbek Kabupaten Nganjuk" (Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2015).

Wahyu Nur Saksongko, "*Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sebelum Dan Sesudah Menerima Pembiayaan Murabahah Pada BMT Jannah Pucung Sragen*" (Institut Agama Islam Negeri Surakarta, 2017).

Website

<http://repository.stei.ac.id/4427/2/BAB%20II%20TINJAUAN%20PUSTAKA.pdf> diakses pada tanggal 12-7-2023, jam 11:00