



**PENYULUHAN KUALITAS PRODUK DAN HARGA UNTUK MENINGKATKAN
PENJUALAN KERUPUK KAMANG PADA KWT UP3HP INDAH SARI DI
JORONG LADANG DAREK, NAGARI KAMANG HILIA KEC. MAGEK,
KAB. AGAM PROV SUMATERA BARAT**

Oleh

Eka Hendrayani¹, Muhammad Nazif², Rahmad³

^{1,2,3} Program Studi Akuntansi Institut Teknologi dan Bisnis Haji Agus Salim
(ITB HAS) Bukittinggi

Email : ¹een010579@gmail.com, ²nazifjib@gmail.com, ³rafa.dafa2013@gmail.com

Article History:

Received: 07-09-2022

Revised: 15-09-2022

Accepted: 24-10-2022

Keywords:

Produk, Mutu dan
Kualitas

Abstract: Peningkatan kreatifitas pelaku usaha guna menghasilkan produk dengan mutu dan kualitas dalam suatu produk harus selalu ditingkatkan. Perubahan sangat cepat terjadi di dalam ekonomi global akibat disrupsi teknologi dan informasi yang mampu mengubah corak persaingan ekonomi baik lokal maupun internasional. Pada usaha kecil dan menengah ini membawa perubahan yang sangat besar pula sehingga seorang wirausaha dituntut agar dapat meningkatkan kreatifitas dan inovatif dalam memenuhi permintaan pelanggan. Dewasa ini bauran pemasaran dalam memasarkan produk sudah menjadi hal yang wajib bagi setiap pengusaha. Diperlukan penerapan bauran pemasaran untuk memasarkan produk para wirausaha terutama bagi KWT UP3HP Indah Sari. Mengingat pentingnya bauran pemasaran terhadap wirausaha maka perlu upaya pendampingan untuk bisa bertahan dan bersaing dengan UKM makanan lain dalam memasarkan produknya. Dalam mencari alternatif pemecahan masalah ini, maka diadakan penyuluhan dan pelatihan tentang kualitas produk dan harga. Tujuannya agar bisa menciptakan produk yang berkualitas dan harga yang bersaing. Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan adalah penyampaian materi tentang kualitas produk dan harga dengan menggunakan alat bantu laptop dan proyektor dan kegiatan pretest dan posttest berupa pertanyaan yang diberikan seelum dan setelah kegiatan penyuluhan selesai. Ini dimaksudkan agar mitra merasakan manfaat dari kegiatan program pengabdian kepada masyarakat

© 2022 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Upaya peningkatan pemasaran produk dan harga merupakan bagian strategi pemasaran yang sangat berguna bagi peningkatan kreatifitas pelaku KWT UP3HP Indah Sari di Jorong Ladang Darek, Nagari Kamang Hilia Kec. Kamang Magek Kab. Agam dalam memasarkan produknya. Saat ini KWT UP2HP Indah Sari ingin memperluas pangsa pasarnya hingga dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Produk yang di produksi merupakan produk olahan makanan yang berbahan dasar Ubi. Walaupun berbahan dasar sederhana namun dengan tangan-tangan ulet dan cekatan anggota kelompok KWT UP3HP Indah Sari dapat menghasilkan produk yang memiliki cita rasa tersendiri.

Secara geografis daerah KWT UP3HP Indah Sari di Jorong Ladang Darek, Nagari Kamang Hilia Kec. Kamang Magek Kab. Agam ini terletak didaerah perbukitan dengan tanaman yang banyak dihasilkan adalah Ubi. Dalam pengabdian ini tim mengambil kelompok KWT UP3HP Indah Sari yang merupakan usaha rumahan yang bergerak di bidang kuliner dengan memproduksi kerupuk kamang. Kerupuk Kamang merupakan kerupuk yang dihasilkan dari olehan ubi yang dibubuhi bawang merah goreng atau daun bawang, berwarna putih yang renyah. Karena usaha ini merupakan usaha rumahan dan sehingga manajemen usaha ini kurang diperhatikan dan kurang diterapkan dalam proses pembentukan usaha. KWT UP3HP Indah Sari di Jorong Ladang Darek, Nagari Kamang Hilia Kec. Kamang Magek Kab. Agam dipilih sebagai target pengabdian karena kelompok ini memiliki permasalahan mengenai kualitas produk karena masih sangat terbatas pada daerah produksinya saja. Hal ini terjadi karena sistem pemasaran yang dilakukan kurang terstruktur dan belum terintegrasi dengan baik, sehingga penjualan produk belum dapat dikatakan maksimal. Dalam dunia usaha, pemasaran produk yang baik dan efektif merupakan aspek utama yang dapat memajukan suatu usaha. Salah satunya adalah meningkatkan mutu pengemasan. Pengemasan merupakan proses produksi dalam merancang atau menciptakan bungkus suatu produk (Kotler, 2003). Beberapa penelitian membuktikan bahwa pemasaran merupakan penentu dari kemajuan suatu usaha (Purwanti, 2012; Feriyanto, 2017). Berdasarkan pernyataan tersebut untuk memajukan UMKM ini dibutuhkan sistem pemasaran yang efektif dan terintegrasi baik secara online maupun offline untuk meningkatkan daya jual produk. Penempatan produk yang sesuai dengan pasar atau keinginan konsumen akan memberikan insentif yang unik bagi konsumen untuk menggunakan atau mengonsumsi produk tersebut (Afandi, 2013). Salah satu cara yang dianggap efektif adalah dengan *branding* produk melalui pengelolaan maupun pengemasan untuk meningkatkan daya jual produk karena mutu dari produk yang sudah terjamin.

Permasalahan mitra

Permasalahan yang dihadapi oleh KWT UP3HP Indah Sari di Jorong Ladang Darek, Nagari Kamang Hilia Kec. Kamang Magek Kab Agam adalah :

- a. Rendahnya pengetahuan tentang produk yang baik dan berkualitas pada KWT UP3HP Indah Sari
- b. Minimnya pengetahuan tentang harga produk, harga produk yang masih belum bersaing untuk pemasaran Kerupuk Kamang membuat usaha KWT UP3HP Indah Sari sulit menjangkau pasar yang lebih luas

Solusi yang ditawarkan

Untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh KWT UP3HP Indah Sari dibutuhkan solusi dengan strategi pemasaran khususnya dibidang kualitas produk dan harga yang bersaing maka perlu dilakukan :

- a. Peningkatan pengetahuan, keterampilan dan kreatifitas potensi induvidu dan kelompok dalam bagaimana menghasilkan suatu produk yang berkualitas, baik diterima oleh pasar dan memiliki harga yang bersaing. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan cara memodifikasi produk dari rasa original yaitu rasa ubi menjadikan produk lebih mempunyai cita rasa berbeda seperti rasa coklat atau berbeqiu yang digemari oleh masyarakat sekarang ini dengan tidak meninggalkan ciri khas dari kerupuk kamang itu sendiri. Selain itu dari segi bentuk yang selama ini hanya berbentuk bulat dapat divariasikan dengan berbagai bentuk misalnya persegi panjang atau persegi empat jadi membuat produk tersebut menjadi menarik. Termasuk dalam hal kebersihan dan kualitas bahan pembantu yang higienis dan bersih. Dalam hal peningkatan penjualan suatu produk

pada KWT UP3HP Indah Sari yang harus benar-benar diperhatikan yaitu kreatifitas pelaku usaha dalam meningkatkan mutu dan kualitas produk yang dihasilkan, sebagai apapun produk tersebut, tetapi jika tidak memiliki banyak peminat maka tidak akan ada artinya berproduksi. Tawaran produk yang memang sesuai dengan kebutuhan dan dikemas dengan baik dan memberikan harga yang bersaing. Perbanyak riset mengenai kendala yang dihadapi konsumen terkait produk yang ditawarkan, baik dari segi bahan baku yang digunakan, tampilan, rasa, harga dan lain sebagainya. Buatlah produk berdasarkan kebutuhan pangsa pasar dan memodifikasi produk sehingga produk memiliki cita rasa dan bentuk yang berbeda, kualitas produk merupakan hal yang utama untuk menyentuh minat calon pembeli. Untuk pencantuman dan penentuan harga tidak boleh sembarangan dan haruslah sesuai dengan kualitas produk yang dihasilkan sebab tingkatan harga mencerminkan tingkatan kualitas produk yang dihasilkan. Jangan memasang harga yang terlalu tinggi atau terlalu rendah karena keduanya akan memberikan dampak yang buruk bagi usahanya.

b. Pendampingan selama proses pengabdian

Target luaran yang ingin dicapai dari kegiatan ini adalah

- a. Bagi kelompok KWT UP3HP Indah Sari di Jorong Ladang Darek, Nagari Kamang Hilia Kec. Magek Kab. Agam adalah mampu membuat produk yang berkualitas, bervariasi dengan varian yang berbeda serta harga yang bersaing.
- b. Jurnal dan HAKI

LANDASAN TEORI

Kerupuk merupakan produk yang sangat diminati semua kalangan masyarakat. Ada sebagian orang makan nasi tanpa kerupuk belum enak rasanya. Kerupuk dengan berbagai olahan ada yang dari ubi, nasi, ketan, dan lain sebagainya yang memiliki cita rasa tersendiri. Tiap daerah memiliki ciri khas kerupuk yang dihasilkan, misalnya Palembang menghasilkan kerupuk kemplang dan kerupuk Palembang. Usaha kerupuk biasanya dikelola oleh beberapa kelompok dalam suatu daerah. Dalam pembuatan kerupuk pelaku usaha diwajibkan memiliki inovasi dan kreatifitas yang tinggi dalam menciptakan varian produk yang diminati oleh konsumen. Selain itu kualitas produk juga sangat menentukan pilihan konsumen. Produk yang berkualitas dan memiliki cita rasa yang khas dapat langsung menjadi peminat calon pembeli.

Kotler (2009:24) dalam Ahmad Riski (2017) menjelaskan bahwa konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan banyak dipengaruhi oleh persepsinya terhadap bauran pemasaran yang meliputi produk, harga, promosi, dan tempat seperti yang telah diterapkan di perusahaan selama ini.

Kotler dan Keller (2012:121) dalam Ayu Agustina dan Siti Sunrowiyati (2016) dinyatakan bahwa yang dimaksud dengan kualitas produk ialah suatu produk tersebut mampu menjalankan beberapa fungsinya seperti keandalan, ketetapan, daya tahan, perbaikan dan operasi juga fungsi yang lainnya. Menurut Kotler dan Keller (2012:8) terdapat beberapa tolak ukur kualitas produk, yang terdiri dari:

1. Bentuk (*Form*). Sebuah produk memiliki bentuk diantaranya struktur fisik, bentuk dan ukuran produk.
2. Fitur (*Feature*). Suatu produk dilengkapi oleh fitur produk yang memiliki fungsi dasar.
3. Penyesuaian (*Customizatin*). Suatu produk dapat diferensiasikan sesuai dengan keinginan setiap peminat atau konsumen melalui pemasar.
4. Kualitas Kinerja (*Performance Quality*). Kualitas kinerja merupakan tingkat produk tersebut beroperasi melalui karakteristik utama. Dimensi yang semakin penting untuk

diferensiasikan jika perusahaan telah memberikan dan menerapkan model nilai melalui kualitas yang lebih tinggi dengan harga yang lebih rendah merupakan kualitas kinerja.

5. Kualitas Kesesuaian (*Conformance Quality*). Kualitas kesesuaian merupakan tingkat semua unit berproduksi identik dalam memenuhi spesifikasi yang telah disepakati.
6. Ketahanan (*Durability*). Ketahanan yang dimaksud ialah ukuran lama umur operasi produk dapat bertahan dalam kondisi penuh tekanan atau biasa yang menjadi nilai tambah untuk produk tersebut.
7. Keandalan (*Reliability*). Keandalan adalah kemampuan produk untuk mengatasi masalah yang akan dihadapi seperti kegelapan dan kerusakan pada jangka waktu tertentu.
8. Kemudahan Perbaikan (*Repairability*). Kemudahan diukur melalui kemampuan produk dalam memperbaiki kegagalan ataupun penurunan manfaatnya.
9. Gaya (Style). Gaya merupakan penampilan dan rasa yang menjadi ciri khas dari produk itu sendiri.
10. Desain (*Design*). Desain ialah fitur produk yang total dalam kaitannya pada rasa, fungsi dan tampilan produk sesuai kebutuhan pembeli.

Fandy Tjiptono (2007) dalam Cornelia (2015) mengatakan bahwa : Suatu harga yang ditetapkan mempunyai arti yang sangat penting bagi suatu perusahaan terutama untuk menghadapi tingkat persaingan yang semakin ketat serta selera konsumen yang selalu berubah mengikuti perkembangan zaman. Harga merupakan bauran pemasaran yang bersifat fleksibel artinya diubah dengan cepat.

Pentingnya penetapan harga bagi suatu perusahaan adalah sebagai berikut:

- a. Harga suatu produk merupakan faktor penentu utama permintaan pasar.
- b. Harga mempengaruhi posisi persaingan dan bagian yang mempengaruhi harga saham perusahaan.
- c. Harga berpengaruh terhadap kualitas produk. Semakin tinggi harga suatu produk makin tinggi pula kualitas produk tersebut menurut persepsi pelanggan.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan ini tahap awal adalah melakukan diskusi dengan Ketua Kelompok KWT UP3HP Indah Sari di Jorong Ladang Darek Nagari Kamang Hilia Kec. Magek Kabupaten Agam. Terkait dengan pelaksanaan dan sasaran adalah anggota Kelompok KWT UP3HP. Kemudian untuk resminya kita mengundang dan mengadakan acara secara resmi dan terbuka untuk anggota kelompok KWT UP3HP Indah Sari.

1. Metode Kegiatan

Metode kegiatan yang dilakukan demi tercapainya tujuan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi :

1. Tahap Persiapan

- a. Persiapan perlengkapan administrasi yang terdiri dari : surat menyurat, surat izin, baha, materi
- b. Persiapan peralatan yang dibutuhkan yang terdiri dari LCD Protyektor, laptop, bahan dan peralatan pendukung.
- c. Persiapan Panitia pengabdian masyarakat yaitu adanya pembagian tugas dan tanggung jawab
- d. Metode yang digunakan metode literatur dan diskusi.
- e. Penetapan lokasi penyuluhan yang dilakukan di workshop KWT UP3HP Indah Sari di Jorong ladang darek Nagari Kamang Hila Kecamatan Magek Kabupaten Agam.
- f. Peserta adalah anggota kelompok KWT UP3HP

2. Tahap Penyampaian Materi

- a. Pembukaan oleh Ketua Pelaksana Pengabdian Masyarakat
- b. Penyampaian materi : berupa penyampaian materi tentang kualitas produk dan harga untuk memasarkan produk UKM Kerupuk Kamang.

2. Evaluasi Permasalahan Mitra

Untuk mengevaluasi permasalahan mitra tersebut dibutuhkan solusi agar kekurangan atau ketidak pahami dari kelompok mitra dalam mempersiapkan produk yang berkualitas dan harga yang pantas untuk produk tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diselenggarakan oleh institut Teknologi dan Bisnis Haji Agus Salim (ITB HAS) Bukittinggi dan bekerja sama dengan Kelompok KWT UP3HP Indah Sari nagari kamang hilia kec. Kamang Magk. Kab. Agam. Mitra pengabdian ini adalah peserta kelompok KWT UP3HP Indah Sari seama satu hari setara dengan waktu efektif 6 jam. Dapat dinyatakan bahwa kegiatan pengabdian ini berjalan dengan baik, lancar dan sesuai dengan target yang sudah direncanakan sebelumnya. Hal ini dibuktikan dengan dari setiap peserta yang dokumentasikan kedalam catatan harian dan foto kegiatan.



Gambar 1. Peserta Kegiatan

Berdasarkan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat didapatkan hasil pretest dan posttest mengenai tingkat keberhasilan peserta pelatihan menjawab pertanyaan yang diajukan nara sumber/tim pelaksana mengenai materi yang disampaikan, terlihat ada sedikit perbedaan penguasaan dan pemahaman antara sebelum memberikan pretest dengan penguasaan dan pemahaman setelah pemberian materi posttest, hal ini dapat disebabkan kurangnya pemahaman tentang kualitas produk dan harga pada individu anggota kelompok KWT UP3HP Indah Sari. Hal ini disebabkan oleh minimnya pengalaman dan juga usia anggota kelompok yang sudah banyak lansia dan tidak semua anggota memiliki latar belakang yang memadai. Namun demikian antusias anggota kelompok untuk mengikuti pengabdian ini sangat bagus, karena banyak nya pertanyaan-pertanyaan yang ditanyakan kepada nara sumber. Penyuluhan ini sangat berguna dalam pemberian dan pemahaman ilmu tentang kualitas produk dan harga dan akhirnya dapat berguna dan diimplementasikan secara langsung terhadap produk yang di hasilkan.

KESIMPULAN

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa

- a. Meningkatkan pemahaman pentingnya kualitas produk pada produksi Kerupuk Kamang. Walaupun dengan bahan dan alat seerhana untuk dapat menghasilkan kerupuk kamang namun anggota kelompok harus tetap memperhatikan kualitas produk, mulai dari pengolahan awal sampai dengan pengolahan akhir.
- b. Meningkatnya pemahaman tentang penetapan harga yang baik karena harga menunjukkan kualitas produk yang dihasilkan untuk meningkatkan penjualan.

Saran

Mengingat besarnya manfaat kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, maka selanjutnya perlu :

1. Mengadakan pelatihan bauran pemasaran 4P (Produk, Price, Promotion dan Place) secara menyeluruh dan berkesinambungan.
2. Adanya kesinambungan dan monitoring program pasca kegiatan pengabdian ini sehingga peserta KWT UP3HP Indah Sari benar-benar memahami dan dapat mempraktekkan dengan benar dan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Afandi, P. (2013). Brand Association Pada Suatu Produk. *Jurnal Ilmiah Among Makarti*.
- [2] Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta. Bandung
- [3] Agustina dan Sunrowiyati. 2016. Analisis Faktor Kualitas Produk dan Harga guna Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Genteng UD Super Blitar
- [4] 106 *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)* Vol. 1 No. 1 (2016) hlm. 104-114
- [5] Ahmad Bairizki. 2017. Pengaruh harga, promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian dalam meningkatkan penjualan (Studi kasus UD. Ratna Cake dan Cookies). *Jurnal Valid* Vol. 14 No. 2, Juli 2017: 71-82
- [6] Andi Widiana dan Msslichah Erma. 2010. *Dasar-dasar Pemasaran*. Karya Putra Darwanti. Bandung
- [7] Cornelia Dumarya Manik. 2015. Pengaru Kualitas Produk, harga dan promosi terhadap tingkat penjualan (Studi Pada Perumahan Serpong Garden). *KREATIF | Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang |* Vol. 3, No.1, Oktober 2015
- [8] Feriyanto, N. 2017. Penentuan strategi pemasaran produk'darma karya'dengan menggunakan analisis grand matrix swot. *Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2(01), 44-57.
- [9] Kotler, Phillip and Gery Armstrong. 2016. *Rinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta
- [10] Kotler, Phillip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*. 15th dition, New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc
- [11] Surwanti, E. 2012. Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Jurnal Ilmiah Among Makarti*, 5(9), 13 – 28.
- [12] Purwanti, E. 2012. Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Jurnal Ilmiah Among Makarti*, 5(9), 13 – 28.