

Strategi Pemasaran Produk Jahe Merah Celup Kwt Barokah Trihanggo Pada Masa Pandemi

Mirza Yusuf¹

Teknologi Mesin Program Vokasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Jl. Brawijaya, Tamantirto, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, Indonesia, 55183
Email: mirza@umy.ac.id
DOI: <https://doi.org/10.18196/ppm.54.630>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memperluas pemasaran UMKM di Padukuhan Ngawen, Kelurahan Trihanggo, Kecamatan Gamping, Kabupaten Sleman, Yogyakarta yang dilakukan oleh Pengabdian dan KWT Awen Sari. Untuk mengetahui perluasan pemasaran yang dilakukan UMKM dalam meningkatkan pasar UMKM Jahe Merah Celup. Pemasaran dilakukan secara offline di daerah kelurahan Trihanggo oleh Pengabdian, hal ini dilakukan untuk mempermudah anggota UMKM mengontrol produk yang dititipkan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yang dilaksanakan anggota Pengabdian. Peneliti menggunakan teknik purposive sampling, penulis mengumpulkan data dengan wawancara mendalam, dokumentasi, serta memberikan satu sample produk kepada toko yang akan bekerja sama dengan UMKM tersebut. Pengabdian juga mempersiapkan surat perjanjian kerjasama antara UMKM dan pihak toko yang akan dititipkan produk jahe merah celup. Hal ini akan menjadi pedoman dua belah pihak dalam bekerja sama sehingga tidak terjadi kesalahpahaman dimasa yang akan datang.

Kata Kunci : UMKM, Jahe Merah, Pemasaran online

Abstract

This study aims to expand the marketing of MSMEs in the Ngawen Padukuhan, Trihanggo Village, Gamping District, Sleman Regency, Yogyakarta which is carried out by Pengabdian and KWT Awen Sari. To find out the expansion of marketing carried out by MSMEs in increasing the UMKM market for Red Ginger Dips. Marketing is carried out offline in the Trihanggo sub-district area by Servants, this is done to make it easier for MSME members to control the products that are entrusted. This research is a qualitative descriptive research conducted by Service members. The researcher uses a purposive sampling technique, the writer collects data by in-depth interviews, documentation, and provides a product sample to the store that will work with the MSME. The servant also prepared a letter of cooperation agreement between the MSME and the shop that would be entrusted with dyed red ginger products. This will serve as a guideline for the two parties in working together so that there will be no misunderstandings in the future.

Keywords: SMEs, red ginger, online marketing

Pendahuluan

1. Jahe

Tanaman jahe (*Zingiber Officinale Rosc*) telah lama dikenal dan tumbuh baik di Indonesia. Jahe, terutama rimpangnya merupakan salah satu rempah-rempah penting yang banyak sekali manfaatnya disamping sebagai bumbu dapur, juga sebagai obat herbal, bahan farmasi, dan kosmetik. Jahe dapat diolah menjadi berbagai produk olahan seperti susu jahe, wedang jahe, jahe segar, jahe kering, asinan jahe, serbuk jahe, jahe instan, kopi jahe, jahe celup, dan lain-lain.

Manfaat jahe telah lama dikenal secara turun-temurun sebagai obat tradisional yang mampu mengatasi berbagai penyakit, seperti masuk angin, rematik, menetralkan perut kembung, sesesma, antiumuntah, penghangat badan, memperbaiki pencernaan, menjaga stamina, batuk berdarah, migran, dan lain-lain (Putri, 2020). Terdapat tiga jenis jahe berdasarkan aroma, warna, bentuk, dan ukuran rimpangnya, yaitu jahe besar, yang sering disebut jahe gajah atau jahe badak; jahe kecil atau sering disebut jahe emprit; dan jahe merah atau lebih dikenal dengan jahe sunti.

2. Jahe Merah

Jahe merah dikenal dengan warna merahnya yang berbeda dengan jahe biasa. Jahe merah juga disebut jahe sunti. Menurut buku "Khasiat dan Manfaat Jahe Merah" (Maria Putri K.), rimpang jahe merah berlapis warna jingga muda hingga merah dengan ukuran 4,20-4,26 cm, tingginya sekitar 5,26-10,4 dan panjangnya sekitar 12,33-12,6 cm. Selain itu, jahe merah juga memiliki aroma dan rasa yang

lebih tajam dibandingkan jahe biasa. Jahe merah mengandung sejumlah senyawa yang berkhasiat untuk menambah stamina, pereda rasa sakit, menjaga kesehatan jantung, menjaga kesuburan, menurunkan berat badan, mencegah diabetes, meredakan mual, meningkatkan imunitas, dan masih banyak lagi.

3. Klasifikasi Jahe Merah

Menurut Tjitrosupomo (1991), jahe merah diklasifikasikan sebagai berikut:

Divisi	: <i>Spermatophyta</i>
Sub-divisi	: <i>Angiospermae</i>
Kelas	: <i>Monocotyledoneae</i>
Ordo	: <i>Zingiberales</i>
Famili	: <i>Zingiberaceae</i>
Genus	: <i>Zingiberis</i>
Species	: <i>Zingiber Officinale</i>
	<i>Roscoe</i>
Varietas	: <i>Zingiber officinale</i>
	<i>Roscoe var. amarum</i>

4. Manfaat Jahe Merah

Kandungan minyak atsiri dan oleoresin yang cukup tinggi pada rimpang jahe merah menyebabkan jahe merah memiliki peranan penting dalam dunia pengobatan, baik pengobatan tradisional maupun untuk skala industri dengan memanfaatkan kemajuan teknologi. Jahe merah tidak hanya dimanfaatkan bagian daging rimpangnya, tetapi juga kulit rimpangnya bisa dijadikan obat. Kulit rimpang jahe merah yang dipanggang hingga menjadi hitam banyak digunakan sebagai obat mencret dan disentri.

Menurut Tim lentera (2002) Berdasarkan penelitian dan pengalaman, jika jahe merah sebagai bahan baku obat dengan rasanya yang panas dan pedas, telah terbukti berkhasiat dalam menyembuhkan berbagai jenis penyakit. Misalnya untuk pencahar, penguat lambung, peluluh masuk angin, peluluh cacing penyebab penyakit, sakit encok, sakit pinggang, pencernaan kurang baik, radang tenggorokan, bengkak, muntah-muntah dan nyeri otot, kurang daya penglihatan, pengobatan balak, kurang darah, saban-saban, sakit kusta, borok-borok, demam, penyakit darah, perangsang syahwat, memperbaiki rasa, memperbaiki pencernaan, muntah-muntah, nyeri, jantung, bagian badan membengkak, jaringan yang bertambah besar, meramang, sedu sedan, gangguan lambung, dan racun.

Metode Pelaksanaan

1. Metode Penyediaan Produk

Sistem penyediaan dan pengendalian kualitas produk penting dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Ketersediaan produk dengan kualitas yang baik merupakan faktor utama dalam menarik minat pelanggan untuk membeli sebuah produk. Dalam usaha meningkatkan produktifitas dan efisiensi dari sebuah produk dapat memanfaatkan teknologi secara efektif agar memberikan pengaruh langsung kepada produk yang akan dijual. Selain memanfaatkan teknologi dalam proses pemasaran, strategi yang dapat diterapkan adalah memperbaiki kemasan produk dengan memanfaatkan teknologi agar dapat menghasilkan desain yang dapat menarik minat konsumen dan

mampu bersaing dengan kompetitor pada era modern ini. Melalui pemanfaatan teknologi dan informasi ini, usaha mikro dapat merambah pasar yang lebih luas lagi. Pastikan produk memiliki kualitas yang baik, bersih, dan tidak ada kerusakan. Semua produk yang akan dititipkan pada toko telah memiliki izin PIRT dan sertifikat halal.

Salah satu kunci keberhasilan dalam sebuah usaha mikro adalah dengan adanya ketersediaan pasar yang jelas. Sementara hal itu, dalam proses pemasaran merupakan sebuah kendala karena ada persaingan yang kompleks. Oleh karena itu, untuk menghadapi situasi semacam ini perlu dilakukan teknik marketing yang maksimal, seperti melakukan penjualan melalui media online.

2. Metode Penyediaan Transportasi

Transportasi menjadi komponen utama dalam menjalankan sebuah usaha, dalam skala besar ataupun mikro. Kondisi demografi wilayah menjadi pengaruh terhadap kinerja transportasi pada setiap wilayah. Pada area perkotaan, transportasi menjadi hal pokok yang hampir setiap lapisan masyarakat menggunakannya. Transportasi menjadi elemen dasar yang berpengaruh pada pola pengembangan di setiap area.

Pemanfaatan transportasi juga dapat dimanfaatkan sebagai strategi pemasaran. Pada sebuah usaha, pastinya memerlukan transportasi pada proses pemasaran, dalam perihal pemasaran produk jahe merah celup, transportasi yang diperlukan untuk pengantaran produk dapat berupa motor ataupun mobil. Hal tersebut juga harus diperhitungkan dengan adanya pengeluaran bahan bakar yang terpakai. Jadi pada proses penitipan produk jahe merah celup sementara berada di daerah dekat dengan rumah produksi untuk memperkecil skala pengeluaran.

3. Metode Penetapan Harga

Setiap penentuan harga produk, dilakukan dengan memperhitungkan segalanya. Harga jual pada sebuah produk dapat ditentukan dari harga pokok produksi, jika perhitungan harga pokok produksi tidak tepat maka akan sangat mempengaruhi penentuan perekonomian. Penentuan harga jual pada setiap produk usaha harus merupakan sebuah kebijakan yang benar-benar dipertimbangkan dengan matang dan terintegrasi. Dalam hal ini, ada beberapa aspek yang dapat menjadi sebuah pertimbangan dalam menentukan harga sebuah produk. Biaya yang dikeluarkan pada sebuah proses usaha menghasilkan sebuah produk dan akan dijadikan dasar sebagai penetapan harga jual sebuah produk.

Penentuan harga harus mencerminkan nilai kuantitatif dari produk kepada pelanggan. Penetapan harga jual produk juga harus sesuai dengan produk yang ditawarkan. Pastikan harga yang ditetapkan adalah harga yang cukup terjangkau. Karena sebagai produk yang masih baru, produsen harus bisa menarik minat konsumen bukan hanya dari segi penampilan, tetapi juga dari segi harga.

4. Metode Pemasaran

Proses pemasaran merupakan hal yang sangat penting pada proses perkembangan sebuah usaha. Pemasaran dilakukan melalui sebuah produk, harga, tempat/distribusi dan kegiatan promosi. Ditinjau dari segi produk, proses pemasaran yang diinginkan oleh masyarakat adalah produk yang memiliki desain yang menarik, dan produk yang dihasilkan ramah lingkungan. Selain itu juga kepuasan masyarakat dalam segi kualitas produk juga menjadi faktor utama dalam sebuah strategi pemasaran.

Pemilihan pasar juga harus memiliki kriteria yang cocok untuk dititipkan produk jahe merah celup. Seperti toko obat, toko jamu, toko oleh-oleh, koperasi, dan toko herbal. Dalam merumuskan strategi pemasaran jahe merah celup dibutuhkan pendekatan-pendekatan analitis. Pada saat melakukan penawaran produk terhadap pasar, pihak penjual juga harus mempertimbangkan faktor-faktor yang melekat pada produk tersebut.

Berikut *flowchart* prosedur pelaksanaan pemasaran yang kami lakukan.

Hasil dan Pembahasan

1. Hasil

Hasil Pemasaran adalah mengetahui tempat toko untuk memudahkan ibu KWT dalam memasarkan produk Jahe Merah Celup. Hal tersebut agar setelah selesai pengabdian Ibu KWT dapat menindaklanjuti atau meneruskan pemasaran yang telah dilakukan sebelumnya.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Pada tanggal 31 Februari 2023, dilaksanakan pemasaran terhadap produk Jahe Merah Celup dari Kelompok Wanita Tani (KWT) Ngawen, Desa Trihanggo, Kecamatan Gamping, Di Yogyakarta. Pemasaran yang dilakukan meliputi daerah sekitar Ngawen, seperti Godean, Mlati, dan Kasihan. Sasaran toko atau kios yang dititipkan ialah toko herbal, mini market, serta koperasi.

3. Pembahasan

Pengabdian pada masyarakat ini berupa pemasaran Jahe Merah Celup yang siap seduh. Pada pemasaran yang dilakukan menasar toko herbal, mini market, serta koperasi. Ada 7 toko yang dijadikan tempat untuk memasarkan produk ini yang tersebar di sekitar Ngawen. Produk yang dipasarkan juga telah memenuhi izin edar seperti P-IRT dan cap halal. Produk Jahe Merah Celup dipilih menjadi produk unggulan dari Ibu KWT Ngawen karena produk ini tahan lama dan di daerah Ngawen potensi jahe merah sangat baik. Berangkat dari hal tersebut program pengabdian pada tahun lalu ialah membentuk produk Jahe Merah agar potensi di Padukahan Ngawen dapat dimanfaatkan.

Kembali pada pemasaran, system yang dilakukan ialah menitipjualkan kepada toko yang diajak kerjasama dengan harga dari produk sebesar Rp 16.000,-. Harga ini ialah harga pokok dari produk, maka saat menitipjualkan harga yang diberikan kepada toko sebesar Rp 15.000,- dengan keuntungan yang didapatkan oleh toko sebesar Rp 1.000,- setiap produk yang terjual. Jumlah produk yang dititipkan di setiap toko sejumlah 10 buah. Jika dikalikan dengan jumlah toko yang dititipkan maka ada 70 buah produk Jahe Merah Celup. Pada setiap pack ada 10 biji jahe merah celup. Hal yang menjadi poin tambahan dari produk ini ialah kemasan yang cukup menarik dan praktis, karena kemasan ini berbentuk seperti tas kecil yang mudah dibawa dan praktis, tidak memerlukan ruang yang luas.

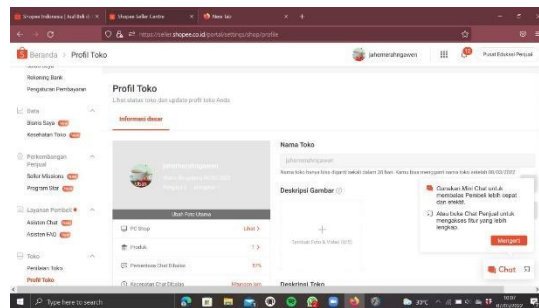
Di dalam melakukan pengabdian berupa pemasaran, pastinya juga akan mendapatkan kendala. Kendala dalam melakukan pemasaran ini lumrah terjadi karena produk yang dibuat ini baru berjalan 1 tahun lebih. Membuat pasar baru untuk produk yang masih terbilang belum cukup dikenal masyarakat membutuhkan waktu dan tenaga yang banyak. Kendala lain dari saat pemasaran ialah banyaknya produk pesaing yang lebih dikenal serta harga yang lebih kompetitif bagi konsumen.

4. HPP

No	Bahan	Jumlah	Harga
1	Jahe Merah	20 kg	Rp 700.000
2	Jahe Emprit	10 kg	Rp 360.000
3	Sereh	2,5 kg	Rp 25.000
4	Cabe	150 gram	Rp 12.000
5	Cengkeh	60 gram	Rp 9.000
6	Kayu Manis	120 gram	Rp 12.000
7	Bags Clup	2100 PES	Rp 252.000
8	Plastik Vacum	2,5 Pack	Rp 50.000
9	Sticker	1 lembar	Rp 50.000
10	Arang	10 kg	Rp 40.000
11	Kapulogo	30 Pack	Rp 2.000
TOTAL			Rp 1.512.000
Total Hasil Produksi			
Persediaan awal		203 x 14000	Rp 2.842.000
Pembelian bersih			Rp 1.512.000
Total Hasil Produksi			Rp 1.330.000

5. Marketplace

Melalui *marketplace* pemasaran akan lebih luas lagi. Hal tersebut dikarenakan dapat melakukan jual beli via online. Pada rumah produksi jahe merah celup di Padukuhan Ngawen memanfaatkan aplikasi Shopee untuk memperluas pasar. Sebab aplikasi tersebut mudah digunakan, cara pembayaran cukup beragam, dan memberikan promo menarik yang membuat para konsumen lebih antusias.



Gambar 2. Akun marketplace Shopee

6. Branding

Branding adalah kekuatan dan nilai sebuah merek. Pengemasan suatu produk atau barang berfungsi melindungi barang agar tidak rusak. *Branding* yang dilakukan pada rumah produksi jahe merah celup di Padukuhan Ngawen yaitu pada kemasan. Selain berfungsi sebagai pelindung dan membantu konsumen membawa produk, pengemasan yang baik juga berfungsi sebagai media *branding*.



Gambar 3. Hasil branding produk

Simpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilakukan yaitu melakukan pemasaran Jahe Merah Celup siap seduh yang dimana pemasaran dilakukan di toko herbal, mini market, dan koperasi serta melakukan pendampingan untuk membantu mitra menjalankan bisnisnya di tengah gempuran pandemic covid-19.
2. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan ini banyak menambah wawasan lebih luas dalam memahami konsep pengembangan usaha terutama dalam pemanfaatan jahe dalam pembuatan minuman instan.
3. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dijadikan sebagai peluang baru untuk mengembangkan kewirausahaan.

Daftar Pustaka

- [1]. Citrosupomo, Gembong. (1923). *Taksonomi Tumbuhan (Spermatophyta)*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- [2]. Iskandar, S., Daryanto, A., & Nurrochmat, D. (2016). *Strategi Pemasaran Produk Olahan Jahe Merah (Studi Kasus Pada Pt Performa Qualita Mandiri)*. *Risalah Kebijakan Pertanian Dan Lingkungan*, 162-173.
- [3]. K. Putri, Maria. (2020). *Khasiat dan Manfaat Jahe Merah*. Semarang: Alprin.
- [4]. Lentera, T. (2002). *Khasiat dan Manfaat Jahe Merah Si Rimpang Ajaib*. Jakarta: Agromedia.
- [5]. Aminah, S. (2018). *Transportasi Publik dan Aksesibilitas Masyarakat Perkotaan*. *Jurnal Teknik Sipil*, 9(1), 1142-1155.
- [6]. B
- [7]. Komara, B., & Sudarma, A. (2016). *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dengan Metode Full Costing Sebagai Dasar Penetapan Harga Jual Pada Cv Salwa Meubel*. *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi (Jurnal Akuasry, A., & Sari, E. M. (2018). Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) pada*

- usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM)*. IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer Dan Informatika, 2(3), 53-60.
- [8]. Lubis, T. A. (2016). *Pemanfaatan Teknologi Informasi Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Jambi*. Jurnal Perspektif Pembiayaan dan Pembangunan Daerah, 3(3), 163-174.
- [9]. Nurjanah, S. & Abadi, F. (2019). *Pengembangan Wirausaha Budi Daya dan Pemasaran Jahe Merah*. BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(2), 61 - 66.
- [10]. Nurani, T. W., Astarini, J. E., & Astarini, M. N. (2011). *Sistem Penyediaan Dan Pengendalian Kualitas Produk Ikan Segar di Hypermarket*. Jurnal Pengolahan Hasil Perikanan Indonesia, 14(1).
- [11]. Rasam, F., & Sari, A. I. C. (2019). *Peran Pemasaran dalam Kegiatan Usaha pada Masyarakat di Desa Jatibaru, Cikampek*. JABE (Journal of Applied Business and Economics), 5(2), 82-96.