

Pelatihan Strategi Pemasaran Kreatif Bagi Kelompok Petani Ubi Jalar Desa Balesari Kabupaten Malang pada Masa Pandemi Covid 19

Zainal Abidin^{1*}, M. Yusuf Azwar Anas², Ma'rifatul Ilma I.³, Cholifah⁴

¹ Dosen Prodi Agroteknologi, Universitas Islam Raden Rahmat, Malang, Indonesia

² Dosen Prodi Manajemen, Universitas Islam Raden Rahmat Malang, Malang, Indonesia

^{3,4} Mahasiswa Prodi Agroteknologi, Universitas Islam Raden Rahmat, Malang, Indonesia

*zainal.abidin@uniramalang.ac.id

ABSTRAK

Dusun Segelan desa Balesari Kecamatan Ngajum ini merupakan satu-satunya dusun penghasil ubi jalar khas gunung Kawi. Pada saat ini pemerintah Republik Indonesia telah menetapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) secara mikro di tingkat desa. Dampaknya wilayah wisata gunung Kawi ditutup hampir selama dua tahun, sehingga memberikan dampak ekonomi secara signifikan karena penduduk menjual ubi jalar hanya di gunung Kawi. Tujuan dilakukan pelatihan ini yaitu membantu menganalisis teknik pemasaran dan menambah nilai jual produk ubi jalar melalui *online*. Pelatihan dilaksanakan pada hari Senin tanggal 08 Februari 2021 di dusun Segelan, Desa Balesari, Ngajum, Kabupaten Malang. Adapun jumlah peserta yang menghadiri pelatihan kali ini yaitu 30 petani ubi jalar, Mantri Tani, dan Petugas Penyuluh Lapangan (PPL) desa Balesari. Metode pelaksanaan pengabdian ini berupa pemberian pelatihan kepada kelompok tani ubi jalar, diawali dengan pembagian kuisioner dan wawancara dengan menggunakan metode *snowball*. Pada saat pemberian pelatihan peserta yang ada terdiri dari 15 petani ubi jalar, ketua kelompok tani, tim penyuluh dari Dinas Pertanian Kabupaten Malang. Kemudian, hasil dari kuisioner menunjukkan bahwa: (1) Petani ubi jalar mau bekerjasama dengan kelompok karang taruna untuk memasarkan ubi jalar secara online, (2) Petani ubi jalar bersedia untuk mengolah ubi jalar menjadi beberapa olahan makanan lainnya yang inovatif. Harapan pasca dari pelatihan ini yaitu para petani ubi jalar lebih semangat lagi bertani ubi jalar, sedangkan untuk dan karang taruna lebih kreatif dan inovatif lagi di dalam proses pengolahan ubi jalar dan teknik pemasaran secara online.

Kata kunci: Pelatihan, Pemasaran online, Ubi jalar.

ABSTRACT

Dusun Segelan, Balesari Village, Ngajum District, is the only dusun that produces sweet potatoes typical of Gunung Kawi. At this time the government of the Republic of Indonesia set PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) and PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) at the village level. As a result, the Gunung Kawi tourist area was closed for almost two years, thus giving a significant economic impact because the residents only sold their sweet potatoes in Gunung Kawi. The purpose of this training is to help analyze marketing techniques and increase the selling value of sweet potato products through online. This training was held on Monday, The eight of February, 2021 in the Dusun Segelan, Balesari Village, Ngajum Malang Regency. The number of participants who attended this training were 30 sweet potato farmers, Mantri Tani, and Petugas Penyuluh Lapangan (PPL) in Balesari village. The method uses a purposive sampling method by providing questionnaires and snowball technique interviews. The result of the analysis of the questionnaire show that: (1) Sweet potato farmers are willing to cooperate with youth groups to market sweet potatoes online, (2) Sweet potato farmers are willing to process sweet potatoes into several other innovative food preparations. The hope after this training is that sweet potato farmers are more enthusiastic about sweet potato farming, while the karang taruna are more creative and innovative in sweet potato processing and online marketing techniques.

Keywords: Training, Online marketing, Sweet potato.

PENDAHULUAN

Pada awal tahun 2020, penduduk Indonesia digemparkan dengan adanya virus covid-19 yang bersumber dari Kota Wuhan Negara Cina. Virus covid-19 ini menyebar luas keseluruh dunia, Berdasarkan keterangan dari Presiden Joko Widodo dalam Ihsanuddin (2020) yaitu kasus pertama kali yang ditemukan oleh tim Satgas covid-19 yaitu sebanyak dua orang positif SARS Cov-2 atau covid-19 terjadi di Depok pada tanggal 2 Maret 2020.

Mewabahnya pandemi covid-19 di seluruh pelosok Indonesia membawa banyak dampak negatif segala sektor kehidupan, salah satunya yaitu pada bidang ekonomi. Dampak ekonomi ini sangat sangat dirasakan saat beberapa tempat wisata di Malang raya ditutup yaitu menurunnya penjualan ubi jalar sebesar 75%. Pada saat ini dibutuhkan beberapa trik untuk teknik penjualan yaitu dengan cara mengklasifikasi dari faktor luar dan dalam. Adanya pemilihan strategi ini dengan tujuan meningkatkan keunggulan ubi jalar dan produk olahannya, sehingga mampu bersaing dengan beberapa produsen dan ubi jalar lainnya. Keunggulan bersaing dengan pedagang lainnya melalui identifikasi secara luar dan dalam, yang mana nantinya didapatkan sebuah trik teknik pemasaran sehingga mampu untuk bersaing (Hartanto & Kholil, 2018; Rohman *et al*, 2021).

Pemilihan trik teknik penjualan ubi jalar berdasarkan beberapa reviewer secara dalam dan luar dengan proses analisis kelemahan dan keunggulan sebuah pemasaran dengan adanya ancaman dan kesempatan yang dihadapi oleh petani ubi jalar (Abdika, 2014). Sebuah trik teknik penjualan dengan cara yang tepat mampu untuk mengubah fokus pemasaran dari pelanggan yang sangat membutuhkan. faktor-faktor di lingkungan eksternal meliputi beberapa peraturan atau keputusan dari pemerintah pusat termasuk ekonomi mikro, dan, makro, demografi, politik, teknologi, hukum, dan sosial budaya (Suyanto, 2007). Berdasarkan dari latar belakang di atas, sangat perlunya diadakan pelatihan strategi pemasaran yang kreatif ditujukan kepada kelompok tani ubi jalar khusus di Dusun Segelan, Desa Balesari. Sehingga nantinya mampu untuk meningkatkan sistem perekonomian masyarakat Dusun Segelan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan cara mengadakan pelatihan dan penyebaran kuesioner kepada petani ubi jalar dusun Segelan desa Balesari Kecamatan Ngajum, Kabupaten Malang. Tujuan pembagian kuesioner ini yaitu untuk mendapatkan data primer mengenai aktivitas petani ubi jalar setiap proses penjualan selama pandemi covid-19. Selain melakukan pembagian kuesioner, perlu adanya wawancara terstruktur kepada petani ubi jalar. Teknik wawancara ini menggunakan metode *snow ball* artinya setiap satu pertanyaan nantinya akan berkembang menjadi beberapa pertanyaan kepada petani ubi jalar.

Metode pelatihan, yaitu pemberian materi secara langsung kepada tani ubi jalar yaitu Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada hari Senin, 08 Februari 2021. Tempat pelatihan ini dilaksanakan di SDN 01 Segelan Desa Balesari Kecamatan Ngajum, Kabupaten Malang Jawa Timur.

HASIL KEGIATAN

Saluran pemasaran

Pelatihan teknik pemasaran ubi jalar ini dihadiri oleh 30 petani ubi jalar dengan mematuhi prosedur protokol kesehatan dan dihadiri oleh Mantri Tani dan petugas PPL Desa Balesari. Berdasarkan hasil dari rekapan kuesioner kepada kelompok tani ubi jalar yaitu saluran tipe pemasaran mempunyai 4 jenis pemasaran. Beberapa contoh jenis kelompok pemasaran yaitu konsumen, pedagang, pengumpul, petani, dan, pengecer,. Setiap tingkatan konsumen terdiri dari konsumen biasa, artinya pelanggan hanya membeli ubi jalar saja tetapi tidak sampai diolah menjadi olahan dan tidak sampai dijual. Kemudian pelanggan mengubah komoditas pertanian berupa ubi jalar menjadi salah satu bahan untuk membuat jajanan tradisional, yang kemudian dijual ke pasar. Beberapa jenis saluran pemasaran di Dusun Segelan, Desa Balesari antara lainnya:

1. Tingkat pemasaran I (Petani ubi jalar, *home industry* pengolahan ubi jalar)
2. Tingkat pemasaran II (Petani ubi jalar, pedagang pengumpul, dan *home industry* pengolahan ubi jalar).
3. Tingkat pemasaran III (Petani ubi jalar, pengecer, konsumen ubi jalar, dan pedagang pengumpul).
4. Tingkat pemasaran IV (Petani ubi jalar, konsumen, pedagang besar, pengecer, dan pedagang pengumpul).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Meryani (2008) menjelaskan serangkaian proses jual beli terdiri dari beberapa lembaga perantara kemudian nantinya diharapkan mampu untuk mempermudah proses jual beli mulai beberapa petani ubi jalar sampai dengan beberapa jenis konsumen. Pada setiap orang yang membantu untuk melakukan tugasnya menawarkan hasil olahannya dan pemilikannya sangat dekat jaraknya dengan beberapa pembeli olahan ubi jalar nantinya diharapkan mampu untuk menjadi satu tingkat saluran. Kemudian menurut hasil penelitian (Rohman *et al.*, 2021), sebelum ke teknik pemasaran maka perlu dilakukan beberapa tahapan pendukung. Tahapan pendukungnya yaitu tahap sosialisasi dan penggalan beberapa potensi varietas ubi jalar dan tahap pelatihan beberapa produk olahan pertanian berbahan baku ubi jalar.

Berdasarkan dari hasil pengolahan data wawancara petani ubi jalar, dapat dijelaskan terjadinya perubahan perilaku penurunan jumlah konsumen yang membeli ubi jalar selama masa pandemi covid-19. Beberapa faktor penyebabnya yaitu faktor ekonomi, penutupan tempat wisata gunung Kawi, dan ketakutan akan penyebaran virus covid-19. Keterangan dari petani ubi jalar yaitu bapak Suadi (46 tahun) “pemasaran ubi jalar selama pandemi covid-19 hampir 75% menurun drastis, biasanya dalam 1 minggu mampu menjual 100 ikat ubi jalar akan tetapi setelah pandemi hanya bisa menjual 25-30% kadang ubi jalarnya tidak habis dijual”. Jika ada ubi jalar yang tidak laku dijual maka otomatis ubi jalar tersebut akan cepat rusak. Solusinya agar hasil panen ubi jalar tidak cepat rusak dan nilai ekonominya tinggi yaitu melakukan beberapa usaha dan trik pengolahan ubi jalar.

Berdasarkan pendapat dari (Arwati, 2016) mengemukakan bahan hasil petanian ini mempunyai sifat *semi perishable* artinya semi mudah sekali rusak, kemudian sangat

memerlukan teknik proses pengolahan secara khusus, sehingga produk olahan ubi jalar mampu disimpan dalam waktu yang lama. Salah satu usaha agar produk olahan ubi jalar ini mampu bersaing di pasaran, yaitu adanya terik dan teknik khusus di dalam pengolahan ubi jalar menjadi beberapa produk olahan seperti krupuk ubi jalar, mie sehat ubi jalar, *ice cream* ubi jalar serta yang lainnya. Gambar 1 merupakan contoh produk olahan ubi jalar berupa krupuk ubi jalar.



Gambar 1. Krupuk ubi jalar
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

Hal tersebut sesuai dengan pendapat (Baroh, 2007) yaitu seluruh komoditas pertanian jika ingin tidak cepat rusak dan nilai ekonominya naik, maka harus memperoleh beberapa trik dan teknik misalnya trik dan teknik pada saat pasca panen, sortasi, pengolahan, pengemasan, sampai dengan pemasaran. Ditambahkan lagi menurut pendapatnya (Suprpto, 2006) contoh dua faktor yang lainnya yaitu:

1. Faktor teknis, meliputi kemampuan untuk mengolah berupa unit usaha, jam kerja pegawai pada saat mengolah ubi jalar.
2. Faktor pasar, meliputi harga jual olahan ubi jalar, upah tenaga kerja, harga bahan baku dan nilai input lainnya.

Faktor pendukung dan penghambat

Proses pelatihan ini tentunya ada beberapa faktor pendukung dan penghambat, salah satu faktor pendukung yaitu 1) adanya dukungan dari pemangku kepentingan di dusun Segelan desa Balesari meliputi Ketua RT, RW, kepala dusun, petugas penyuluh lapangan (PPL), dan dinas pertanian Kabupaten Malang; 2) kondisi pandemi covid-19 yang membuat seluruh petani ubi jalar untuk merubah strategi pemasaran ubi jalar; 3) sampai saat ini petani ubi jalar masih mempertahankan teknik penanaman secara organik, yang mempunyai banyak kelebihan dibandingkan dengan penanaman secara anorganik; 4) petani masih menanam 3 varietas ubi jalar (ubi jalar ungu, cilembu, ubi jalar noni-noni). Adapun faktor penghambat yang ditemui pada pelatihan ini yaitu 1) kurangnya antusias peserta pelatihan dari kelompok tani ubi jalar; 2) sulitnya untuk mengakses sinyal internet, ini dikarenakan dusun Segelan berada di atas permukaan gunung; 3) berkurangnya minat petani untuk mengolah ubi jalar menjadi produk makanan dan minuman; 4) varietas ubi jalar asli dusun Segelan sudah punah atau hilang, varietas ubi jalar tersebut sering diberi

nama ubi jalar sawo. Adapun beberapa dokumentasi kegiatan selama pelatihan dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Pemberian materi teknik pemasaran ubi jalar selama pandemi
 (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2021)

Pada tabel 1. Yaitu ringkasan dari hasil jawaban dari anggota pelatihan pemasaran melalui kuisioner yang telah dibagikan.

Tabel 1. Hasil Jawaban dari Kuisioner yang telah diisi Peserta Pelatihan

No.	Pertanyaan	Persentase jawaban
1.	Apakah yang ibu dan bapak dapatkan manfaat pasca ikut teknik pemasaran ubi jalar selama pandemi?	a. Bermanfaat : 100% b. Biasa saja : 0% c. Tidak ada manfaatnya : 0%
2.	Pasca pelatihan teknik pemasaran ini, apakah ibu dan bapak bersedia untuk mempraktikkan teknik pemasaran ubi jalar?	a. Ya pasti : 80% b. Ragu-ragu : 15% c. Tidak tahu : 5%
3.	Apakah bapak dan ibu bersedia untuk menyebarkan materi teknik pemasaran ubi jalar ke petani lainnya?	a. Mau : 92% b. Ragu-ragu : 6% c. Tidak tahu : 2%
4.	Apakah bapak dan ibu bersedia untuk mengolah ubi jalar menjadi produk makanan dan minuman?	a. Ya pasti : 80% b. Ragu-ragu : 15% c. Tidak tahu : 5%
5.	Kendala apa saja yang dihadapi selama proses pemasaran ubi jalar selama pandemi berlangsung?	a. Minat yang kurang : 10% b. Sinyal internet kurang kuat: 30% c. Tidak ada kendala : 60%

Dari tabel 1. dapat disimpulkan bahwa kegiatan pelatihan teknik pemasaran ubi jalar ini sangat bermanfaat bagi petani ubi jalar. Pelatihan teknik pemasaran ubi jalar ini mampu untuk menghasilkan luaran yaitu para petani ubi jalar mendapatkan pengetahuan dan ketrampilan didalam memasarkan ubi jalar dan olahannya selama masih pandemi ini. Kegiatan pelatihan ini dapat dikategorikan berhasil dan efektif jika minimal 80% peserta pelatihan bersedia mau untuk mempraktikkan sendiri proses pemasarannya. Berdasarkan pada tabel 1. Diketahui bahwa 92% bapak dan ibu bersedia untuk menyebarkan materi teknik pemasaran ubi jalar kepada para petani yang lainnya belum bisa hadir. Kemudian sebanyak 80% bapak dan ibu juga bersedia untuk mengolah ubi jalar menjadi makanan dan minuman. Kendala yang dihadapi oleh para petani selama proses pemasaran secara online

yaitu susahnya sinyal internet yang ada di dusun Segelan desa Balesari. Ditambahkan menurut (Abidin, 2020) kekhasan suatu produk unit usaha pedesaan ini nantinya mampu untuk meningkatkan kecintaan terhadap produk-produk lokal sehingga upaya untuk menjaga atau konservasi produk keanekaragaman hayati tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, 30 kelompok tani ubi jalar lebih antusias mengikuti pelatihan teknik pemasaran kreatif selama pandemic covid-19. Sebelum dilakukan pelatihan, ada sesi wawancara dan pengisian kusioner oleh para petani ubi jalar. Dari hasil analisis kusioner kesimpulannya para Petani ubi jalar mau bekerjasama dengan kelompok karang taruna untuk memasarkan ubi jalar secara online. Petani ubi jalar bersedia untuk mengolah ubi jalar menjadi beberapa olahan makanan lainnya yang inovatif.

Saran untuk kegiatan pengabdian selanjutnya perlu adanya pendampingan secara berkala kepada petani ubi jalar, sehingga petani mampu meningkatkan omset pendapatan ekonominya selama pandemi covid-19.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami ucapkan kepada pengurus kelompok tani ubi jalar, ketua RT, RW dan kepala dusun Segelan desa Balesari yang telah mengizinkan untuk melaksanakan pelatihan teknik pemasaran ubi jalar dan tidak lupa kami ucapkan terima kasih kepada seluruh mahasiswa KKN-T Unira Malang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdika, B. (2014). *Analisis Formulasi Penentuan Prioritas Strategi Pemasaran UMKM dengan Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT dan AHP* (Studi Kasus Pada UMKM Penghasil Kerajinan Sulam Usus Aan Ibrahim). Universitas Lampung.
- Abidin, Z., & Rohman, M. (2020). Pemberdayaan kelompok tani dalam pembuatan pupuk organik berbahan baku limbah rumah tangga. *Communnity Development Journal*, 1(02), 89-94.
- Abidin, Z. (2020). *Keanekaragaman Hayati Sebagai Komunitas Berbasis Autentitas Kawasan*. (Pp. 120). Fakultas Pertanian Press. Unwaha Jombang.
- Arwati, S. & Syarif, A. (2016). *Sistem Pemasaran dan Nilai Tambah Produk Olahan Ubi Jalar Kecamatan Polongbangkeng Utara Kabupaten Takalar*. Jurnal Galung Tropika Vol. 5 no.(3).
- Baroh, I. (2007). *Analisis Nilai Tambah dan Distribusi Keripik Nangka*, Studi Kasus Pada Agrousa Kripik Nangka di Lumajang. LPPM UMM .Malang.
- Hartanto, A.B. & Kholil, M. (2018). *Analisis SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pemasaran* (Studi Kasus: Pada Perusahaan Trading PT. PTG). Jurnal Rakayasa Teknologi Industri Hijau, vol. 1 no.(2), 1.
- Ihsanuddin. (2020). *Fakta Lengkap Kasus Pertama Virus Corona di Indonesia*.

- Meryani, Neni. (2008). *Analisis Usaha dan Tataniaga Kedelai di Kecamatan Ciranjang Kabupaten Ciganjur, Jawa Barat*. Prodi Manajemen Agribisnis. Fakultas Pertanian. Institut Pertanian Bogor.
- Rohman, M., Abidin, Z., Saepuddin, A., Tjiptady, B. C., & Zamzami, M. R. A. (2021). Pelatihan Pembuatan Mie Sehat dari Selada Air di Desa Poncokusumo Kabupaten Malang. *Abdimas Dewantara*, 4(1), 17-22.
- Suprpto. (2006). *Proses Pengelolahan dan Nilai Tambah*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Suryanto. (2007). *Terobosan Teknologi Pemupukan dan Era Pertanian Organik*. Yogyakarta: Penerbit Karnisius.