

Pengembangan Pemasaran Industri Rumahan melalui Penguatan Persiapan Pengelolaan Rest Area di Desa Sumbersekar Kecamatan Dau Kabupaten Malang

Agung Winarno¹, Yuli Agustina¹, Bagus Shandy Narmaditya¹, Wiwik Wahyuni¹, Maroeto²

¹Universitas Negeri Malang

²Universitas Pembangunan Nasional Veteran Surabaya

Corresponding email: agung.winarno.fe@um.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendukung masyarakat di Desa Sumbersekar Kecamatan Dau Kabupaten Malang yang tergabung dalam industri rumahan dalam pengelola usahanya melalui pembentukan rest area. Dengan adanya rest area ini diharapkan mampu menjadi wadah yang mendukung dan memfasilitasi para pelaku usaha dalam memasarkan produknya. Produk yang dihasilkan memiliki ciri khas tersendiri berdasarkan potensi yang dimiliki di desa tersebut. Antusias masyarakat menjadi motivasi untuk Desa dalam mengembangkan rest area ini sampai berhasil dan mampu mendukung para pelaku usaha. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini antara lain survei lokasi rest area, focus group discussion (FGD), sosialisasi dan pendampingan para pelaku usaha industri rumahan dalam pemasarannya. Hasil dari kegiatan ini cukup signifikan terlihat dari pendampingan yang dilakukan, karena adanya antusiasme masyarakat dan juga dukungan desa dalam mengembangkan para pelaku usaha yang tergabung daam kelompok industri rumahan untuk mewujudkan pembangunan rest area ini hingga rest area ini dapat terkonsep dalam sebuah desain lokasi dan kesiapan para pelaku usaha di kelompok usaha Desa Sumbersekar.

Kata kunci— Industri Rumahan, Pemasaran, Rest Area

Abstract

This community service activity aims to support the community in Sumbersekar Village, Dau District in Malang Regency, which are members of the home industry in managing their business by establishing a rest area. This rest area is expected to become a forum that supports and facilitates business actors in marketing their products. The resulting product has its characteristics based on the potential in the village. The community's enthusiasm is the motivation for the village to develop this rest area until it is successful and able to support business actors. The methods used in this activity include surveys of rest area locations, focus group discussions (FGD), socialization, and assistance to home industry business actors in marketing. The results of this activity are quite significant, as can be seen from the assistance carried out in the enthusiasm of the community and also village support in developing business actors who are members of the home industry group to realize the construction of this rest area so that this rest area can be conceptualized in a location design and the readiness of the community members business actors in the Sumbersekar Village business group.

Keywords— Home Industry, Marketing, Rest Area

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu sektor perekonomian yang potensial dan memberikan banyak manfaat bagi masyarakat, khususnya masyarakat golongan menengah kebawah. Menurut Suci (2017) UMKM mempunyai peran dalam pertumbuhan ekonomi dan

penyerapan tenaga kerja. UMKM mampu menjadi prioritas atau tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan untuk mengurangi masalah kemiskinan dan pengangguran. Bismala (2016) menyatakan kehadiran UMKM dapat memberikan kesempatan kerja yang lebih besar terhadap masyarakat menengah kebawah. Menurut Fadhilah et al. (2018) industri kecil dan rumah tangga memiliki tiga alasan penting

yang mendasari keberadaannya di Indonesia. Pertama, karena kinerja industri kecil dan rumah tangga cenderung lebih baik dalam menghasilkan tenaga kerja yang produktif. Kedua, sebagian dari dinamikanya. Industri Kecil dan rumah tangga yang sering mencapai peningkatan produktifitasnya melalui Investasi dan perubahan teknologi. Ketiga, bahwa industri kecil dan rumah tangga memiliki keuntungan dalam hal fleksibel dari pada usaha besar.

Industri rumah tangga merupakan salah satu agroindustri berskala mikro, kecil dan menengah yang sedang berkembang pesat sekarang ini. Keadaan ini akan menyebabkan persaingan yang tajam karena banyaknya pelaku industri. Joesyiana (2017) menyatakan industri rumah tangga harus lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi industri, agar industri rumah tangga dapat mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang efektif yang harus diterapkan. Menurut Kuncoro dan Widjajanto (2001) Industri rumah tangga harus mengevaluasi strategi pemasarannya untuk menciptakan strategi pemasaran yang tepat agar industri dapat berkembang dan bertahan di pasaran. Salah satu Industri Rumah Tangga yang ada di Desa Sumbersekar, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang memiliki potensi untuk dikembangkan.

Kelompok usaha industri rumah tangga Desa Sumbersekar memproduksi aneka makanan ringan, minuman dan beberapa produk kerajinan tangan yang berpotensi untuk dijadikan oleh-oleh untuk mendukung wisata sekitar bagi para wisatawan. Melihat banyaknya produk yang dihasilkan oleh industri rumah tangga di Desa Sumbersekar, Kecamatan Dau, Kabupaten Malang ini menjadi daya tarik tersendiri untuk lebih mengembangkan strategi pemasaran industri rumah tangga melalui pemanfaatan *rest area* sebagai *icon* desa. Produk yang dihasilkan terus bervariasi dan beragam sesuai dengan karakteristik dari komoditas pertanian yakni bersifat musiman. Sehingga produk yang dihasilkan kadang tidak menentu dan terus berinovasi sesuai dengan musim. Karena hal inilah, sehingga perlu ditentukan prioritas produk apa yang seharusnya diunggulkan oleh industri rumah tangga. Menurut Soetarto et al. (2011) dengan memiliki rekomendasi produk unggulan industri rumah tangga dapat memudahkan penentuan skala prioritas strategi pengembangan pemasaran produk yang tepat. Menurut Suryandari dan Pramerta (2018), potensi industri rumah tangga dapat dikembangkan melalui ketersediaan sumber daya manusia yang terampil dan penggunaan teknologi untuk menjamin mutu produk. Selain itu dengan meningkatkan potensi produk unggulan dapat meningkatkan nilai usaha dalam menghadapi persaingan industri. Selain itu, kunci

keberhasilan dalam menghadapi persaingan yakni adanya kemampuan dalam proses pengambilan keputusan secara tepat sasaran, cepat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Pemilihan pemasaran industri rumah tangga melalui *rest area* merupakan salah satu pilihan tepat untuk mengembangkan kelompok usaha yang ada di Desa Sumbersekar Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Hal ini merupakan salah satu upaya warga dalam pengembangan potensi lokal setempat. Harapannya dengan adanya *rest area* nantinya tidak meleburkan karakter daerah setempat dan menyesuaikan dengan era kebutuhan saat ini yang menekankan pengungkapan karakteristik suatu daerah atau tempat dalam penampilan produk-produk yang dipasarkan dan mampu menjadi unggulan desa setempat dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dengan demikian, masyarakat yang tadinya hanya mengandalkan mata pencaharian sebagai petani, dengan adanya pengembangan kelompok usaha industri rumahan melalui *rest area* akan dapat memberikan alternatif pemenuhan kebutuhan. Kotler dan Armstrong (2008) menyatakan kegiatan pemberdayaan masyarakat melalui industri rumahan pada pembangunan *rest area* dianggap telah mampu mengangkat potensi lokal ke kancah nasional dengan sistem pengelolaan dan strategi yang khusus yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi lingkungan sekitar, sehingga perlu dikembangkan penataan manajemen pengembangan pemasaran industri rumahan melalui penguatan persiapan pengelolaan *rest area* di Desa Sumbersekar Kecamatan Dau Kabupaten Malang.

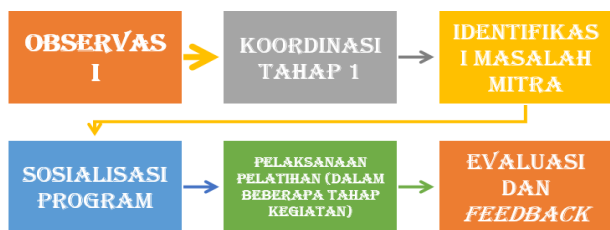
Sehingga target yang ingin dicapai dalam kegiatan pengabdian ini antara lain: (1) Bertambahnya keterampilan masyarakat sekitar dalam pengembangan produk unggulan yang berdaya saing dan dapat menjadi produk unggulan desa sebagai produk yang dapat dijual di *rest area* desa sumbersekar kecamatan Dau Kabupaten Malang; (2) Peningkatan pengetahuan pengelolaan manajemen bagi para pengelola pengembangan pemasaran industri rumahan melalui penguatan persiapan pengelolaan *rest area* di Desa Sumbersekar Kecamatan Dau Kabupaten Malang, Aparatur Desa, BUMDes dan Masyarakat Setempat; (3) Peningkatan perilaku pentingnya manajemen dalam pengelolaan pengembangan pemasaran industri rumahan melalui penguatan persiapan pengelolaan *rest area* yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan dan perekonomian masyarakat dan pemerintah desa.

2. METODE

Metode Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di subjek pengabdian ini dengan:

1. Pendekatan dengan perangkat desa setempat untuk mengetahui masalah terkait desa wisata;
2. Melakukan survey langsung ke lokasi yang ingin dikembangkan industri rumahan dan rest area di Desa Sumbersekar Kecamatan Dau Kabupaten Malang;
3. Melakukan pelatihan keterampilan Manajemen Pengelolaan rest area baik secara online dan offline;
4. Melakukan Dukungan pendampingan tentang secara praktek untuk pengelolaan manajemen pengembangan pemasaran industri rumahan melalui penguatan persiapan pengelolaan rest area di Desa Sumbersekar Kecamatan Dau Kabupaten Malang;
5. Melakukan evaluasi dari model manajemen yang telah dikembangkan sebagai bahan rekomendasi lanjutan kegiatan pengabdian dan pendampingan ini.

Rencana kegiatan yang akan dilakukan untuk membantu menyelesaikan permasalahan kelompok usaha yang ada di Desa Sumbersekar Kecamatan Dau Kabupaten Malang melalui penataan manajemen pengembangan pemasaran industri rumahan melalui penguatan persiapan pengelolaan *rest area* di Desa Sumbersekar Kecamatan Dau Kabupaten Malang yang dapat digambarkan sebagai alur proses seperti Gambar 1.



Gambar 1. Alur Proses Pelaksanaan Pengabdian masyarakat

Metode pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini adalah dengan melakukan pembicaraan dengan kepala desa, sekretaris desa, dan ketua LKMD selaku mitra untuk mencapai kesepakatan. Selanjutnya pengabdian menemui kepala bidang pemberdayaan desa kabupaten Malang. Hasil diskusi dengan kepala bidang tersebut mengarah pada pengidentifikasian permasalahan mitra dan solusi yang dapat ditawarkan kepada mitra. Langkah selanjutnya adalah menemui mitra untuk keperluan persiapan pelaksanaan kegiatan. Persiapan pelaksanaan kegiatan dibantu oleh mitra dengan menentukan dan mengundang peserta pelatihan. Mitra juga membantu persiapan peralatan dan perlengkapan yang dibutuhkan dalam pelaksanaan pelatihan.

Pelatihan diadakan pada di Balai Desa yang terdiri dari perangkat desa, kelompok kerja (Pokja), kelompok usaha yang tergabung dalam pengelola

wisata desa, BUMDes dan Badan Pengawas Desa. Rangkaian kegiatan yang diberikan adalah presentasi dan tanya jawab membahas masalah yang dihadapi oleh peserta, pelatihan dan pendampingan secara berkala yang disesuaikan dengan kebutuhan desa, praktek pengelolaan manajemen dan evaluasi. Pengabdian masyarakat ini, dilakukan dengan memberikan Pendampingan tentang pengembangan pemasaran industri rumahan melalui penguatan persiapan pengelolaan *rest area* di Desa Sumbersekar Kecamatan Dau Kabupaten Malang. Adapun bahan yang dimaksudkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu Aplikasi pendukung untuk Rest Area melalui sosial media dan juga manajemen pengelolaan *Rest Area* Desa Sumbersekar. Sedangkan subjek kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah para masyarakat Desa Sumbersekar yang tergabung dalam kelompok usaha industri rumahan yang berada di bawah naungan BUMDes.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

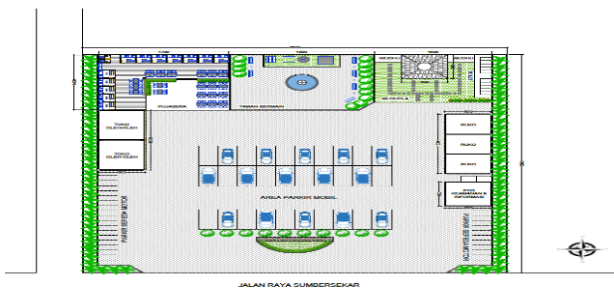
Lestari et al. (2015) menyatakan industri rumah tangga merupakan salah satu agroindustri berskala mikro, kecil dan menengah yang sedang berkembang pesat sekarang ini. Perkembangan sektor industri kecil dan menengah di Jawa Timur khususnya di Kota Malang mengalami peningkatan baik dari unit usaha, tenaga kerja maupun nilai produksi. Menurut Suryandari dan Pramerta (2018) Keadaan ini akan menyebabkan persaingan yang tajam karena banyaknya pesaing pelaku industri. Melihat hal tersebut, industri rumah tangga dituntut untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi industri, agar industri rumah tangga dapat mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang efektif yang harus diterapkan. Menurut Wahyuningsih et al. (2014) Industri rumah tangga harus mengevaluasi strategi pemasarannya untuk menciptakan strategi pemasaran yang tepat agar industri dapat berkembang dan bertahan di pasaran.

Salah satu Industri Rumah Tangga yang ada di Kota Malang yang berpotensi untuk dikembangkan adalah Industri Rumah Tangga Desa Sumbersekar. Industri Rumah Tangga Desa Sumbersekar ini memproduksi aneka makanan ringan dan minuman. Jenis-jenis produk yang diproduksi oleh industri rumah tangga Desa Sumbersekar ini tergabung dari perkumpulan ibu-ibu pengurus PKK yang secara continue melakukan kegiatan Bersama untuk pengembangan industri rumahan. Melihat banyaknya produk yang dihasilkan oleh industri rumah tangga Desa Sumbersekar, ini menjadi daya tarik tersendiri untuk lebih mengembangkan strategi pemasaran

industri rumah tangga dengan memanfaatkan kawasan yang strategis melalui pendirian *rest area*.

Produk yang dihasilkan terus bervariasi dan beragam sesuai dengan karakteristik dari komoditas pertanian yang juga bersifat musiman. Sehingga produk yang dihasilkan kadang tidak menentu dan terus berinovasi sesuai dengan musim. Karena hal inilah, sehingga perlu ditentukan prioritas produk apa yang seharusnya diunggulkan oleh industri rumah tangga Desa Sumbersekar. Kemudian, setelah mendapat rekomendasi produk unggulan industri rumah tangga ini akan memudahkan dalam menentukan rumusan prioritas pengembangan pemasaran produk unggulannya yang tepat.

Salah satu kunci keberhasilan dalam menghadapi persaingan yakni adanya kemampuan dalam proses pengambilan keputusan secara tepat sasaran, cepat dan dapat dipertanggungjawabkan. Maka dalam penelitian ini, metode pengambilan keputusan untuk menentukan prioritas dari beberapa faktor atau alternatif strategi digunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Demi mendukung keberhasilan produk industri rumah tangga ini, perlu dibuatkan desain *rest area* sebagai salah satu fasilitas yang nantinya mendukung para pelaku usaha dalam hal pemasarannya. Adapun desain *rest area* yang telah dikembangkan yaitu:



Gambar 2. Denah Lokasi Rest Area



Gambar 4. Lokasi Rest Area untuk Pusat Oleh-oleh dan fasilitas penunjang



Gambar 5. Lokasi Rest Area untuk Fasilitas Parkir



Gambar 3. Lokasi Rest Area Nampak Depan dan Keseluruhan

Perancangan *rest area* ini diharapkan dapat menjadi tempat yang memiliki potensi untuk pengembangan potensi desa. Tidak hanya sebagai tempat singgah atau istirahat total dengan adanya *rest area* ini diharapkan pengendara dapat melanjutkan perjalanan dalam kondisi yang Kembali bugar. Beberapa fungsi dengan adanya *rest area* ini antara lain:

1. Fungsi Primer

Fungsi primer adalah fungsi utama dalam pembangunan *rest area* agar dapat menjadi pusat keramaian yang menyuguhkan berbagai potensi yang dimiliki oleh desa sumbersekar.

2. Fungsi Sekunder

Fungsi sekunder merupakan fungsi yang mendukung perancangan dan perwujudan *rest area* yaitu pengalokasian sumberdaya yang ada untuk dapat memiliki nilai jual yang lebih.

3. Fungsi Penunjang

Fungsi penunjang merupakan fungsi yang mendukung terlaksananya kegiatan primer dan sekunder sekaligus dengan adanya fasilitas pelengkap seperti tempat bermain dan mushola.

Tempat persinggahan kendaraan atau dikenal secara lebih luas sebagai *rest area* adalah tempat beristirahat sejenak untuk melepaskan kelelahan, kejenuhan, ataupun ke toilet selama dalam perjalanan jarak jauh. Menurut Laskara (2021) hadirnya kebutuhan akan tempat singgah selama perjalanan mendorong banyak investor untuk mendirikan fasilitas *rest area* yang lengkap. Munculnya tempat peristirahatan kendaraan di Desa Sumbersekar dapat menjadi salah satu alternatif dalam menyelesaikan gangguan lalu lintas seperti kemacetan dan persinggahan para wisatawan menuju kota wisata Batu.

Penempatan persinggahan yang dikelola secara spontan oleh masyarakat mampu memberikan peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam hal perekonomian sehingga mendapat respon yang luar biasa dari masyarakat setempat. Masyarakat yang tergabung dalam kelompok usaha rumahan memberikan kontribusi berupa kesiapan industri yang dibangun dan disediakan untuk mendukung keberhasilan *rest area* ini.

4. SIMPULAN

Alternatif produk unggulan industri rumah tangga Desa Sumbersekar yang menjadi prioritas pertama melalui perwujudan *rest area* sebagai alternatif untuk memberikan fasilitas pemasaran bagi para pelaku usaha industri rumah tangga. Dengan adanya *rest area* ini nantinya diharapkan mampu memberikan informasi kepada khalayak luas akan potensi yang dimiliki oleh masyarakat di Desa Sumbersekar Kabupaten Malang. Dengan tetap mempertahankan mutu, kualitas produk dan pengemasan yang menarik, maka dapat menjadikan *rest area* menjadi tempat yang berpotensi untuk dikunjungi oleh para pengunjung lokal, nasional dan internasional untuk tidak hanya menikmati lokasi *rest area* namun juga konsumsi produk yang dikembangkan oleh desa setempat.

DAFTAR RUJUKAN

- Bismala, L. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Enterpreuner Dan Entrepreneurship*, 5(1), 19–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.37715/jee.v5i1.383>
- Fadhilah, A., Darma, R., & Amrullah, A. (2018). Strategi Pengembangan Usaha Rumah Tangga (Development Strategy Of Household Business). *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(3), 233. <https://doi.org/10.20956/jsep.v14i3.3718>
- Joesyiana, K. (2017). Strategi Pengembangan Industri Rumah Tangga di Kota Pekanbaru (Studi Kasus Usaha Tas Rajut Industri Pengolahan Kreatifitas Tali Kur). *Jurnal Valuta*, 3(1), 159–172. <https://journal.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/1275/801>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 (2)). Erlanga.
- Kuncoro, M., & Widjajanto, K. (2001). Analisis Profil dan Masalah Industri Kecil dan Rumah Tangga; Studi Kasus di Kabupaten Ngawi, Jawa Timur. *Ekonomi Pembangunan*, 6(1), 33–51. <https://doi.org/https://doi.org/10.20885/ejem.v6i1.6980>
- Laskara, G. (2021). Prinsip Perencanaan dan Kriteria Pengendalian Pengembangan Fasilitas Rest-Area pada Jalan Tol di Indonesia. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 5(2), 123–133. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2021.5.2.123-133>
- Lestari, D., Sukiyono, K., & Badrudin, R. (2015). Strategi Pengembangan Pemasaran Industri Rumah Tangga Raflesia Di Desa Sumber Agung Kecamatan Arma Jaya Kabupaten Bengkulu Utara. *Jurnal AGRISEP Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 3(2), 147–158. <https://doi.org/10.31186/jagrisep.14.2.147-158>
- Soetarto., Muqorobin, A., & Mabrurroh. (2011). Produk Unggulan Dan Nilai PAD: Kasus di Kab.Sukoharjo, Jawa Tengah. *Seminar Nasional Ilmu Ekonomi Terapan*, 182–192.
- Suci, Y. (2017). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos*, 6(1), 51–58.
- Suryandari, N., & Pramerta, I. (2018). Tantangan Umkm dalam Menghadapi Persaingan Bisnis. *Jurnal Akses*, 10(2).
- Wahyuningsih, N., Dania, W., & Dewi, I. (2014). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Minuman Kopi Menggunakan Metode Analytical Hierarchy Process (AHP) dan Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution (TOPSIS) (Studi Kasus pada Coffee Story Malang). *Jurnal Lulusan TIP FTP UB*, 1–10.