

**Kualitas Produk Olahan Tomat Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada
UMKM Di Desa Kotapulu Kecamatan Dolo Kabupaten Sigi**

*The Quality Of Processed Tomato Products To Increase Consumer Buying Interest
UMKM In Kotapulu Village, Dolo District, Sigi Regency*

Siti Handayani R. Dahab¹, Farid Farid², Anisah Anisah³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako

E-mail : sitihandayani.dahab1999@gmail.com¹, faridmnj45@gmail.com², maomaos16icha@gmail.com³

Article History:

Received: 30 Maret 2023

Revised: 24 April 2023

Accepted: 15 Mei 2023

Keywords: *Quality Product,
Purchase Interest and
MSMEs*

Abstract: *This service activity aims to add insight and knowledge to business actors regarding product quality to increase consumer buying interest in their products with the importance of labeling, packaging and marketing in order to increase added value, profit and product sales. MSMEs in Kotapulu village are quite developed, but the packaging and labels used are still very simple, the marketing techniques used are also not optimal, they only market to stall owners and market traders around the village. The method used in this activity is brief counseling and training. The purpose of implementing this community service activity is to introduce through counseling and training activities to MSMEs in Kotapulu village so that they can become more familiar with product labeling and packaging as well as good and attractive marketing techniques so as to increase consumer buying interest.*

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk menambah wawasan dan pengetahuan para pelaku usaha mengenai kualitas produk untuk meningkatkan minat beli konsumen pada produk mereka dengan pentingnya label, kemasan dan pemasarannya dalam rangka meningkatkan nilai tambah, profit dan penjualan produk. UMKM di desa Kotapulu ini cukup berkembang akan tetapi kemasan dan label yang digunakan masih sangat sederhana, teknik pemasaran yang digunakan juga belum maksimal hanya memasarkan ke pemilik-pemilik warung dan pedagang pasar di sekitar desa saja. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah penyuluhan dan pelatihan singkat. Tujuan Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk mengenalkan melalui kegiatan penyuluhan dan pelatihan kepada pelaku UMKM di desa Kotapulu agar dapat lebih mengenal tentang pelabelan produk dan pengemasan serta teknik pemasaran yang baik dan menarik sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Minat Beli dan UMKM

PENDAHULUAN

Membangun Desa Mandiri merupakan salah satu program MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) yang memberikan pengalaman belajar dan kesempatan kepada mahasiswa untuk berbaur dengan masyarakat di luar kampus dan mengidentifikasi potensi serta permasalahan yang dialami oleh Desa. Hasil identifikasi tersebut dapat dijadikan sebagai landasan bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan, teknologi, keterampilan dan solusi yang tepat, kemudian diintegrasikan dengan berbagai pihak yang berkepentingan dalam mengatasi rangka mengatasi permasalahan dan meningkatkan kualitas dan mutu masyarakat desa. Peningkatan kualitas dan mutu masyarakat menjadi fokus utama bagi pemerintah Indonesia untuk diperbaiki (Muzaiyanah et al., 2022).

Desa Kotapulu merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Dolo, Kabupaten Sigi Sulawesi Tengah yang terdiri dari 4 dusun dengan jumlah penduduk 2.187 jiwa dan diantaranya memiliki pekerjaan pada sektor pertanian, peternakan dan wirausaha. Desa Kotapulu sendiri memiliki beberapa potensi yang dapat dikembangkan baik itu potensi ekonomi, potensi pertanian maupun potensi sumber daya alam lainnya. Namun, masyarakat belum dapat melihat peluang kesempatan ini sebagai potensi desa yang dapat dikelola dan dimanfaatkan dengan baik agar dapat membantu perekonomian masyarakat dalam membangun desa. salah satu potensi yang dapat dikembangkan didesa ialah UMKM desa. Program Membangun Desa mandiri merupakan upaya pemberdayaan peningkatan dan ketahanan desa dalam membangun desa agar terciptanya desa maju dan mandiri serta dapat mensejahterakan masyarakat desa itu sendiri. Melakukan pemberdayaan pada UMKM desa merupakan salah satu upaya dalam membangun ekonomi desa dan menciptakan peluang kerja didesa. UMKM desa yang menjadi pusat pengembangan ialah UMKM Produk Olahan Saos Tomat yang ada di Desa Kotapulu.

Kualitas produk merupakan salah satu komponen penting dalam menciptakan maupun mempertimbangkan strategi dalam suatu perusahaan, apabila kualitas produk yang dihasilkan bagus maka akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam menentukan pilihan untuk membeli suatu produk, sebaliknya jika kualitas produk buruk atau tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan beralih pembeliannya pada produk yang sejenis lainnya. Untuk mencapai kualitas produk yang diharapkan maka

diperlukan suatu standarisasi kualitas, cara ini bertujuan untuk menjaga produk yang dihasilkan mampu memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga tepat pada segmentasi pasar yang dituju. Suatu produk dapat dikatakan berkualitas jika produk tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli (Arianty, 2015).

Minat beli merupakan suatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu dalam waktu tertentu. Pembelian nyata terjadi apabila konsumen telah memiliki minat untuk membeli sebuah produk. Pembelian nyata merupakan sasaran akhir konsumen dimana minat beli merupakan pernyataan mental konsumen yang merefleksikan perencanaan untuk membeli sejumlah produk dengan merk tertentu, pengetahuan akan produk yang akan dibeli sangat diperlukan oleh konsumen (Duriyanto et al. 2019).

Keberhasilan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan dengan cara menciptakan inovasi-inovasi baru pada produk yang ingin ditawarkan dengan mengikuti trend permintaan yang ada pada saat ini, hal ini dilakukan karena sikap konsumen yang cenderung selalu mengikuti perkembangan zaman. Kualitas produk mempunyai korelasi dengan minat beli dan nantinya dapat menjadi suatu keputusan seseorang di mana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Kualitas produk ialah harus memiliki mutu sebagai suatu dasar strategi bisnis yang menyediakan barang atau jasa untuk memuaskan konsumen, sehingga nantinya akan tercipta minat beli. Minat beli akan muncul dengan sendirinya dalam diri seseorang. Merasa tertarik, terdorong terhadap apa yang dilihat dan berencana untuk membeli produk yang dilihat atau ditawarkan dan nantinya akan dikonsumsi oleh konsumen (Karundeng, 2019).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau lebih dikenal dengan nama UMKM merupakan salah satu pendukung kemajuan dan keberhasilan perekonomian di Indonesia. UMKM adalah guru perekonomian selain koperasi. Secara teori UMKM merupakan unit usaha yang produktif, berdiri sendiri yang dikerjakan secara perorangan ataupun berbadan usaha dalam semua sektor ekonomi. (T. Tambunan, 2012). Besarnya dampak yang diberikan UMKM dalam sektor perekonomian Indonesia, menjadikan pengembangan UMKM menjadi salah satu urgensi untuk dapat menggerakkan perekonomian nasional. UMKM merupakan salah satu jenis usaha yang tidak terlalu terdampak oleh krisis global. Salah satu wujud dari UMKM adalah industri rumah

tangga.

Pelaku UMKM biasanya akan menggunakan alat atau teknologi sederhana untuk memproduksi produk makan yang dihasilkan. Hal ini karena terbatasnya modal dan tempat produksi. Produk yang dihasilkan UMKM sering tidak bisa menembus pasar besar karena keterbatasan yang dimiliki, seperti jumlah produksi yang sedikit, pengemasan dan pelabelan yang kurang menarik sehingga tidak bisa masuk ke pasar yang lebih besar seperti supermarket atau pasar swalayan.

Desa Kotapulu memiliki beberapa UMKM yang dapat dikembangkan untuk mengembangkan perekonomian masyarakat guna membangun perekonomian desa. Para pengusaha ini mengaku masih belum bisa mengembangkan usahanya, sehingga pengelolaan usahanya masih sangat sederhana, salah satunya adalah usaha produk olahan tomat. Ketika datang ke pengembangan bisnis, kami bermaksud untuk memulai inovasi produk dan pemasaran produk agar meningkatkan minat beli. Salah satu produk UMKM yang menjadi sasaran pengembangan pedesaan UMKM adalah produk olahan tomat yaitu Saos Tomat.

IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan wawancara dan observasi langsung, Adapun permasalahannya yaitu :

1. jaringan bisnis yang lemah.
2. sarana dan prasarana yang terbatas.
3. resistansi hubung yang singkat.
4. produk memiliki label yang kurang menarik.
5. Kurangnya pengetahuan manajemen pemasaran usaha.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan melalui beberapa tahap kegiatan. Tahap awal dalam kegiatan ini adalah berkordinasi dengan pelaku UMKM di desa Kotapulu terkait dengan waktu pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan singkat. Hal ini bertujuan agar semua pelaku UMKM di desa Kotapulu dapat mengikuti kegiatan penyuluhan dan pelatihan tentang label dan pengemasan yang akan diberikan. Persiapan lain juga dilakukan pada tahap awal ini, antara lain persiapan materi untuk penyuluhan dan pelatihan, mempersiapkan video yang dapat memberikan informasi tentang teknik

pelabelan dan pengemasan serta persiapan dokumentasi dan alat bantu lain yang akan digunakan saat pelaksanaan kegiatan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan menggunakan skema sosialisasi dan pelatihan kepada masyarakat. Berdasarkan permasalahan yang terjadi di desa Kotapulu, maka ada beberapa solusi dalam bentuk metode penyelesaian masalah. adapun metodenya sebagai berikut:

1. Observasi dilakukan untuk mengetahui permasalahan apa saja yang terjadi pada usaha tersebut.
2. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan dan mengumpulkan data-data akurat yang dapat menganalisis permasalahan yang terjadi dan dapat menyajikan solusi yang tepat.
3. Penyuluhan dilakukan untuk mengenalkan strategi tentang pelabelan, pengemasan dan pemasaran yang baik dan menarik.
4. Pelatihan dilakukan untuk melatih skill para pelaku usaha UMKM mengenai cara pembuatan label, kemasan, dan pemasaran yang baik dan menarik.

Dukungan semua pihak, baik peserta maupun masyarakat desa Kotapulu secara umum merupakan salah satu faktor suksesnya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat, pengetahuan dan keterampilan bagi masyarakat khususnya pelaku UMKM agar dapat terus meningkatkan usahanya dan meningkatkan pendapatan dari usaha tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri Rumah Tangga dan UMKM yang ada di desa Kotapulu Kecamatan Dolo Kabupaten Sigi belum memiliki pemasaran produk yang luas, sehingga jumlah volume penjualan hasil Industri Rumah Tangga dan UMKM yang ada di desa tersebut masih rendah. Salah satu sebab rendahnya volume penjualan produk UMKM yaitu pelabelan dan pengemasan yang masih sederhana dan seadanya sehingga pengembangan usaha ini masih terhambat. Sebuah produk seharusnya dikemas dengan baik, praktis dan modern sehingga dapat menarik calon pembeli sehingga dapat meningkatkan minat beli dan volume penjualan pada produk tersebut (Lestari, N.T & Ulya H.N, 2021). Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pengetahuan dan pelatihan tentang teknik pengemasan dan pelabelan sebagai upaya untuk memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada.

1. Penyuluhan mengenalkan strategi branding yaitu pelabelan, pengemasan dan pemasaran yang baik dan menarik.

Tahap ini merupakan tahap pertama yang dilakukan setelah melakukan observasi atau peninjauan langsung di lapangan. Hasil dari kegiatan ini diharapkan peserta kegiatan dapat memahami konsep tentang pelabelan, pengemasan dan pemasarannya. Pada tahap ini pelaku UMKM di Desa Kotapulu diberikan pemahaman tentang pentingnya penggunaan label, kemasan dan pemasaran yang tepat. Dengan adanya label dan kemasan yang menarik, produk yang dihasilkan akan mudah dikenali oleh calon konsumen. Pembuatan kemasan yang sesuai dengan jenis produk dan *marketable* dapat memberikan nilai tambah produk dan minat beli konsumen produk yang dihasilkan. Selain itu Penyuluhan juga memberikan teknik pemasaran yang tepat sehingga mampu bertahan serta mampu meningkatkan pangsa pasarnya pada area pemasaran yang lebih Luas (Arianto, B, 2020).

Setelah kegiatan penyuluhan selesai, para pelaku UMKM dapat memahami tentang teknik Branding (Pelabelan dan pengemasan) serta mampu membuat kemasan yang lebih baik untuk melindungi produk yang dihasilkan dengan plastik yang lebih tebal yang memiliki Ziplock yang dapat mengunci kemasan sehingga tidak mudah terbuka. Selain itu peserta sudah mampu merancang label produk yang dapat memberikan identitas pada produk tersebut sehingga lebih mudah dikenali dan dapat bersaing dalam pemasaran berbasis online (e-commerce).



Gambar 1. Penyuluhan strategi branding dan teknik pemasaran yang baik dan menarik.

2. Pelatihan yaitu melatih skill masyarakat dan pelaku UMKM mengenai cara pembuatankemasan, label, dan pemasaran yang baik dan menarik.

Setelah kegiatan penyuluhan, dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan pembuatan label dan kemasan yang *Marketable*. Pada kegiatan ini, proses pembuatan label dilakukan bersama dengan pelaku UMKM dengan dibimbing oleh tim untuk mendesain label produk sampai para pelaku usaha tersebut mampu dan menyetujui label yang sudah dirancang. Label yang dibuat harus memuat nama produk, alamat Produksi, Alamat Pemesanan, Komposisi Produk dan jika ada akan lebih baik dengan mencantumkan izin dari Dinas terkait agar lebih meyakinkan konsumen. Selain pelatihan pembuatan label, juga diberikan pelatihan teknik pemasaran secara Online dengan membuat akun e commerce.



Gambar 2. Pelatihan membuat branding dan teknik pemasaran yang baik dan benar.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat memberikan manfaat bagi masyarakat dan pelaku UMKM di Desa Kotapulu dalam upaya memaksimalkan potensi UMKM dan solusi terhadap masalah yang dihadapi sehingga dapat terbantu dalam mengembangkan dan meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya pelaku UMKM. Selain itu, dengan penyuluhan dan pelatihan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini, para pemilik usaha dapat lebih mengembangkan usaha mereka dan pemasaran yang lebih luas sehingga akan meningkatkan meningkatkan minat beli dan jumlah penjualan produk yang dihasilkan. Keberlanjutan UMKM di desa Kotapulu membutuhkan keterlibatan pemerintah dan perguruan tinggi yang dapat memberikan dampak besar bagi peningkatan kreativitas dan inovasi masyarakat yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan hidup keluarga dan rumah tangga. Berdasarkan hasil kegiatan penyuluhan dan pelatihan maka dapat diketahui bahwa solusi yang dilakukan

untuk mengatasi permasalahan dan hambatan yang dialami adalah sebagai berikut; 1) Membangun kesadaran bagi pemilik UMKM melalui kegiatan penyuluhan tentang pentingnya branding (Pelabelan, pengemasan dan pemasaran produk yang baik. 2) Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pemilik UMKM tentang cara membuat kemasan, label dan teknik pemasaran yang baik dan menarik agar produk yang dihasilkan dapat lebih dikenal serta memiliki pasar yang lebih luas.

KESIMPULAN

Kegiatan penyuluhan dan pelatihan peningkatan kualitas pelabelan, pengemasan dan pemasaran produk pada UMKM desa Kotapulu dalam rangka meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan minat beli konsumen dan volume penjualan produk yang dihasilkan pelaku UMKM di Desa Kotapulu, Kecamatan Dolo, Kabupaten Sigi. Kemasan yang digunakan produk sudah lebih baik dengan menggunakan kemasan yang lebih tebal untuk melindungi produk serta menggunakan perekat dengan pemanas listrik sehingga kemasan tidak mudah terbuka. Selain itu label yang dibuat lebih menarik dan informatif yang menunjukkan identitas dari produk serta teknik pemasaran yang lebih luas dengan memanfaatkan e-commerce yang tersedia di media sosial agar usaha yang dijalankan tetap bisa bertahan di era modern ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako yang telah memberikan kesempatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kotapulu, Kecamatan Dolo, Kabupaten Sigi.
2. Pihak MBKM fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membina kami dalam pengabdian kepada masyarakat pada program Membangun Desa Mandiri.
3. Bapak Farid S.E M.M. selaku dosen pendamping lapangan yang telah mengarahkan dan membina kami dalam pelaksanaan hingga akhir pada penyelesaian program Membangun Desa Mandiri.
4. Kepala Desa beserta jajarannya dan masyarakat Desa Kotapulu yang telah berpartisipasi dalam pelaksanaan program kerja kami.
5. Bapak Syarifudin selaku pemilik UMKM produk olahan tomat di Desa Kotapulu, Kecamatan Dolo, Kabupaten Sigi.

REFERENSI

- Arianty, Nel. (2015). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai, *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14(2), 144-150.
- Arianto, B. (2020). Pembangunan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Atrabis : Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 233-247.
- Durianto, Darmadi, D. (2019). Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merk, *112*, 25-47.
- Karundeng, Nikita. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen Konsumen Pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 83-90.
- Lestari, N. T., & Ni, H. (2021). Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Strategi. *Abdimas Indonesia Journal*, 1, 19-34.
- Muzaiyanah, Syaifuddin, M., & Winarto, W. W. A. (2022). Pelatihan Ekonomi Kreatif Dan Pendampingan Edukatif Untuk Meningkatkan Mutu Masyarakat Di Desa Sambiroto. *Abdimas Mandalika*, 1(2), 73- 81.
- T. Tambunan. (2012). Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting. LP3ES