



Strategi Pemasaran Menggunakan Sistem Konsinyasi Terhadap Produk Stik Kelor Desa Tambu

Ikkal Pratama M. Supu

Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako

Email: ikbaluntad@gmail.com

Muhammad Din

Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako

Email: didi.kaili83@gmail.com

Maskuri Sutomo

Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako

Email: maskuri.sutomo@yahoo.com

Korespondensi penulis: ikbaluntad@gmail.com

Abstract. *Business actors have various ways to market their products so that these products can be found by consumers. With various theories about marketing strategy carried out by business actors, and demanded to balance their business with current progress, especially in terms of sales. One of the policies regarding the strategy in selling products is that it can be done by selling (consignation). Consignation or commonly used to be used by selling is a sale by the way the owner entrusts the goods to other parties to be sold at the price and conditions that have been set in the agreement. In this case we use a consignation sales system in marketing moringa stick products in tambu village. By using the FGD method, observation and interviews in determining the place of marketing carried out. Hopefully in this way the tambu village business group can be helped in marketing the products.*

Keywords: *Marketing Strategy, Consignation System, Moringa Stick Products*

Abstrak. Para pelaku usaha berbagai macam cara untuk memasarkan produknya agar produk tersebut dapat di temui oleh konsumen. Dengan bermacam-macam teori tentang strategi pemasaran yang di lakukan oleh para pelaku usaha, serta di tuntutan untuk menyeimbangkan usahanya dengan kemajuan yang ada saat ini, terutama dalam hal penjualan. Salah satu kebijakan mengenai strategi dalam penjualan produk yaitu dapat di lakukan secara titip jual (konsinyasi). Konsinyasi atau biasa di kerap dengan titip jual adalah penjualan dengan cara pemilik menitipkan barang kepada pihak lain untuk di jualkan dengan harga dan syarat yang telah di atur dalam perjanjian. Dalam hal ini kami menggunakan sistem penjualan konsinyasi dalam pemasaran produk stik kelor desa tambu. Dengan menggunakan metode FGD, observasi dan wawancara dalam menentukan tempat pemasaran yang di lakukan. Semoga dengan cara ini kelompok usaha desa tambu dapat terbantu dalam pemasaran produk tersebut.

Kata kunci: Strategi Pemasaran, Sistem Konsinyasi, Produk Stik Kelor

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan era, tingkat persaingan didunia bisnis semakin deras. Setiap pelaku usaha memiliki tujuan untuk mencapai keuntungan yang ditargetkan. Pelaku usaha melakukan kegiatan usaha secara maksimal dengan berbagai macam cara agar dapat memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga pencapaian tujuan yang diharapkan oleh pelaku dapat terwujud. Pada era ekonomi yang berkembang saat ini pelaku usaha sering kali disulitkan pada permasalahan pemasaran produk mereka yang disebabkan oleh berbagai macam aspek, diantaranya persaingan dari perusahaan sejenis dan kejenuhan pasar yang menambah kesulitan pelaku usaha yang bersangkutan. Pelaku usaha yang dahulunya adalah pemain tunggal pada suatu wilayah tertentu, kini harus membagi *market share* (pasang pasar) yang sama dengan pelaku usaha lainnya. Dengan demikian, pelaku usaha saling bersaing dalam merebut pasar yang sama (Handayani, 2018).

Dari beberapa kebijakan penjualan, Salah satu yang perlu ditentukan oleh pelaku usaha adalah kebijakan mengenai strategi dalam penjualan produk. Penjualan produk dapat dilakukan dengan beberapa bentuk, antara lain penjualan secara kontan, kredit, cicilan, maupun penjualan secara konsinyasi (Handayani, 2018).

Penjualan konsinyasi adalah pengiriman atau penitipan barang dari pemilik kepada pihak lain yang bertindak sebagai agen penjualan. Hak milik atas barang, tetap masih berada pada pemilik barang sampai barang tersebut terjual. Dalam hubungan dengan penjualan konsinyasi, pihak yang menyerahkan barang disebut pengamanat (*consignor*), dan pihak yang menerima titipan barang disebut komisioner (*consignee*). Sistem penjualan konsinyasi dapat dipakai untuk penjualan semua jenis produk. Dari segi pengamanat transaksi jenis produk-produk kepada penerima barang, biasa disebut barang konsinyasi (Musrifah, 2021).

Penjualan konsinyasi memiliki keuntungan tertentu jika dibandingkan dengan penjualan secara langsung. Salah satu keuntungan penjualan konsinyasi yaitu pelaku usaha dapat memperluas daerah atau lokasi pemasaran produk. Dengan demikian lokasi yang menjadi tujuan pemasaran perusahaan akan lebih mudah terjangkau. Semakin luas lokasi pemasaran, maka semakin besar peluang bagi pelaku usaha untuk mengoptimalkan penawaran atas produk tersebut.

Di desa tambu kondisi perekonomiannya tidak lepas dari adanya potensi sumberdaya alam yang dapat mendukung proses peningkatan kesejahteraan masyarakat. Di desa tambu sebelumnya sudah melakukan UMKM berupa *Home Industry*. Namun *Home Industry* tersebut vakum, di karenakan sistem pemasaran yang belum terencana dengan jelas. Dalam hal ini, kami memberikan ide inovasi pembuatan daun kelor menjadi stik kelor. Kerena desa tambu ini

memiliki salah satu potensi alam yaitu tumbuhan kelor yang bisa di lihat di setiap pekarangan rumah masyarakat tambu. Dengan adanya produk ini, kami pengupayakan mencari *Place* (tempat) pemasaran yang di lakukan serta menentukan kebijakan mengenai strategi dalam penjualan produk stik kelor desa tambu. Agar *Home Industry* ini bisa berjalan terus, dan dapat membantu perekonomian masyarakat desa tambu kedepannya.

Dalam sebuah perusahaan untuk mencapai kejayaan tidak luput dari kegiatan pemasaran yang sangat menunjang keberhasilan perusahaan. peran utama perusahaan adalah melakukan strategi pemasaran. Strategi pemasaran adalah metode untuk memilih dan menganalisis target pasar, mengembangkan, dan menjaga bauran pemasaran yang dapat memuaskan kebutuhan konsumen. Strategi pemasaran bertujuan untuk bertujuan untuk menentukan target dari *market share* (pasang pasar) yang telah kita segmenkan dalam pemasaran produk yang kita tawarkan. Hal tersebut di lakukan agar pemasaran produk yang dilakukan dapat lebih terorganisir agar mendapatkan hasil sesuai harapan yang kita prediksi sebelumnya. Akibat terlalu banyak faktor-faktor internal dan eksternal yang akan mengganggu pemasaran didalam pengaplikasian nanti (Karinda, 2018).

Menurut Utoyo Widayat (1991) Keuntungan Penjualan Konsinyasi bagi pemilik barang (Consignor) adalah :

- a) Untuk memperluas daerah pemasaran suatu produk oleh pemilik barang (consignor) yang disebabkan oleh beberapa hal, antara lain; memperkenalkan produk baru, dimana masyarakat belum mengetahui produk tersebut, dan untuk membuka devisi penjualan di suatu daerah adalah sangat mahal investasinya.
- b) Pemilik barang dapat mengontrol harga jual dari agen (penerima barang konsinyasi). Hal ini dimungkinkan karena agen hanya menjual dengan harga yang telah ditetapkan oleh pemilik barang dan agen hanya menerima komisi atas penjualan tersebut, tanpa mengambil keuntungan dari harga jual barang konsinyasi.
- c) Barang konsinyasi tidak ikut disita apabila terjadi kebangkrutan pada pihak penerima barang sehingga resiko kerugian dapat ditekan.
- d) Pemilik barang dapat memperoleh spesialis penjualan, terutama untuk penjualan gandum, ternak, dan hasil bumi. Imbalan untuk jasa seperti ini seringkali berupa komisi, yang dapat berupa persentase harga jual atau dapat juga berupa jumlah yang tetap untuk setiap unit batang yang terjual.

Sedangkan Keuntungan yang diperoleh penerima barang (Consignee). Melalui penjualan konsinyasi, antara adalah:

- a) penerima barang tidak dibebani resiko menanggung rugi bila gagal dalam penjualan barang- barang konsinyasi.
- b) penerima barang tidak mengeluarkan biaya operasi penjualan konsinyasi karena semua biaya akan diganti atau ditanggung oleh pengamanat.
- c) Apabila terdapat barang konsinyasi yang rusak dan terjadi fluktuasi harga, maka hal tersebut bukan tanggungan penerima barang.
- d) Kebutuhan modal kerja dapat dikurangi, sebab consigne hanya berfungsi sebagai penerima dan penjual barang konsinyasi.
- e) Penerima barang berhak mendapatkan komisi dari hasil penjualan konsinyasi.

METODE

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini di laksanakan dengan beberapa metode, yaitu sebagai berikut :

a) FGD

Menurut adrizal (2018:104) FGD merupakan sebagai suatu metode dan teknik pengumpulan data kualitatif terhadap suatu kelompok diskusi tentang suatu objek atau atau fokus masalah tertentu yang di pandu oleh moderator atau fasilitator. FGD bertujuan untuk mendapatkan informasi terhadap suatu topik tertentu secara mendalam dan intensif. Dalam FGD ini pengabdian melakukan bersama pemerintah desa dan warga desa tambu mengenai program-program yang akan pengabdian lakukan di desa tambu. Dalam FGD ini pengabdian mendapatkan informasi terkait salah satu program pemberdayaan ekonomi masyarakat, bahwa desa tambu sebelumnya sudah memiliki UMKM berupa Home Industry. Namun, Home Industry ini vakum di karenakan sistem pemasaran yang belum terencana dengan jelas.

b) Observasi

Menurut Sogiono (2018:229) Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri yang spesifik jika di dibandingkan dengan teknik lain. Dalam metode ini, pengabdian melakukan pengamatan langsung ke lokasi pasar di desa batusuya dan di toko jajanan oleh-oleh khas Sulawesi tengah bernama BINTANG RURAYYA, di Jl. Jaelangkara , kec. Palu barat, kota palu.

c) Wawancara

Melakukan Tanya jawab dan diskusi secara langsung dengan pemilik toko terkait sistem konsinyasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hari senin, 26 desember 2022 kami lakukan koordinasi kembali dengan kepala desa terkait pencarian *place* (tempat) pemasaran yang akan di lakukan serta penjualan menggunakan sistem konsinyasi. Dalam hal ini, kami menggunakan metode observasi serta wawancara dalam menentukan place (tempat) dan mengetahui tempat itu menggunakan sistem konsinyasi atau tidak. Ada beberapa tempat yang kami lakukan pengamatan yaitu sebagai berikut :

a. Desa Batusuya

Di hari yang sama, kami lakukan pengamatan di Desa Batusuya. Desa batusuya ini salah satu desa pusat penjualan yang ada di kec. Sindue Tombusadora, kab. Donggala, Sulawesi Tengah. Namun tempat ini belum kami pastikan akan di jadikan tempat penitipan produk. Dalam hasil wawancara yang kami lakukan, si pemilik toko atau tempat tidak menerima konsinyasi.



Gambar 1. Pengamatan di Desa Batusuya

b. Kota palu

Pada hari selasa, 27 desember 2022 kami lanjutkan pengamatan lagi di bagian kota palu. Ada salah satu tempat jajanan oleh-oleh khas Sulawesi tengah bernama Toko Bintang Surayya, Jln. Jaelangkara, kec. Palu barat, kota palu. Toko Bintang Surayya ini menjual beragam produk, dari produk hasil produksi Bintang Surayya dan produk khas kota palu sampai luar kota palu. Produk unggulan Bintang Surayya ini adalah olahan kopi, seperti kopi jahe, Robusta, kopi gula dan produk tambahan lain. Toko Bintang Surayya juga melakukan penerimaan barang konsinyasi. Untuk aturan konsinyasi di toko Bintang Surayya tidak musti memiliki BPOM dan Sertifikat HALAL terlebih dahulu. Karena si pemilik toko hanya melihat bentuk produk apa yang akan di jual. Produk konsinyasi di Toko Bintang Surayya ini ada dari Kota Palu, Sigi, dan Parigi, seperti aneka abon, kripik,

bawang goreng, dan beberapa produk titipan yang lain. Untuk olahan daun kelor di Toko Bintang Suaryya hanya ada produk Teh Kelor yang di produksi dari daerah Sigi. Terkait aturan konsinyasi di Toko Bintang Suryya tersebut, memberi peluang untuk bisa melakukan penitipan terhadap produk desa tambu. Karena untuk produk stik kelor desa tambu ini memang belum kami lakukan pengurusan BPOM dan sartfikat HALAL. Kami hanya fokus dalam tahap pencarian *Place* (tempat) pemasaran yang menerima konsinyasi. Dan terkait olahan daun kelor menjadi stik kelor yang belum ada di Toko Bintang Surayya, kami lakukan penawaran produk desa tambu kepada si pemilik toko tersebut. hasilnya Si pemilik toko menerima tawaran tersebut dengan berdasarkan perjanjian yang telah di sepekati bersama..

Adapun kesepakatan bersama terkait kerjasama konsinyasi sebagai berikut :

a) Jumlah permintaan

Untuk jumlah permintaan tergantung dari si pemilik barang berapa jumlah yang akan di produksi.

b) Penentuan harga

Misalnya, harga dari si pemilik barang perkemasan Rp.9.000,00/100gram. Jadi, si pemilik toko harga jual kembali perkemasan Rp.10.000/100gram.

c) Pembagian hasil

Berdasarkan harga tambah yang akan di jual si pemilik toko.

d) Retur penjualan

Tergantung dari produk tersebut apakah sudah expired atau tidak.



Gambar 2. Pengamatan di Toko Bintang Surayya



Gambar 3. Produk Stik Kelor Desa Tambu

KESIMPULAN

Setelah kami sudah menentukan tempat pemasaran yang akan di lakukan. Kami lakukan koordinasi kembali dengan pemerintah desa terkait toko tersebut. Dari pemerintah desa akan tetap menindak lanjuti terkait kelompok usaha yang telah kami bangun kembali untuk melakukan produksi stik kelor tersebut. untuk saat ini, pemerintah desa masih dalam tahap pembuatan Website desa. Karena berdasarkan harapan pemerintah desa mengenai produk stik kelor ini, akan di jadikan produk unggulan desa tambu. Dalam kegiatan pengabdian ini belum dikatakan maksimal, karena dengan keterbatasan keilmuan kami. Akan tetapi kami suda berusaha dalam menyelesaikan permasalahan yang ada. Dan dari pemerintah desa sangat mengapresiasi hasil kerja kami. Semoga upaya yang kami lakukan bisa membantu perekonomian masyarakat desa tambu.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terimah kasih banyak atas kesempatan yang sangat berharga bagi kami selaku mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis universitas tadulako dalam mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat. Dengan telaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini, tidak terlepas dari dukungan serta doa berbagai pihak. Ucapan terimah kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Mahfudz, MP, selaku Rektor Universitas Tadulako.
2. Bapak Dr. M. Ikbal A. SE., Ak., CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako.
3. Ibu Harnida Wahyuni Adda, SE., MA., Ph.D, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako.

4. Ibu Dr. Juliana Kadang, SE, MM, selaku ketua mitra MBKM Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tadulako
5. Bapak Dr. Muhammad Din, SE., M.Si.,Ak., CA, selaku Dosen Pembimbing Lapangan (DPL)
6. Seluruh Tim Yayasan Galang Bersama Kami (YGBK).
7. Pemerintah Desa Tambu)
8. Seluruh masyarakat Desa Tambu yang telah menerima kami dengan baik
9. Teman-teman Posko Tambu MBKM Membangun Desa mandiri.
10. Alm. Bapak Moh Iksan H. Supu dan Ibu Sulfia S. Bande, selaku orang tua kandung tercinta.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Handayani, S. (2018). Analisis potensi hasil penjualan terhadap kelancaran pembayaran barang konsinyasi pada toko pakaian PD. Pasar Tingkat Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi (JPENSI)*, 3(3), 863-872. Dalam Widayat, Utoyo. 1991 . *Akuntansi Keuangan Lanjutan: Ikhtisar Teori dan Soal, Ed. Revisi*. Jakarta : LPFE UI.
- [2] Ummah, I. A. A. (2018). *Jual Beli Kue Kering Dengan Sistem Konsinyasi Dalam Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus di UD Sri Rejeki Kecamatan Cilongok Kabupaten Banyumas)* (Doctoral dissertation, IAIN Purwokerto).
- [3] Yendrawati, Reni. 2008. *Akuntansi Keuangan lanjutan 1* . Yogyakarta : EKONISIA.
- [4] Karinda, M. V., Mananeke, L., & Roring, F. (2018). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Produk Indihome Pt. Telkom Area Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- [5] Handayani, S. (2018). Analisis potensi hasil penjualan terhadap kelancaran pembayaran barang konsinyasi pada toko pakaian PD. Pasar Tingkat Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi (JPENSI)*, 3(3), 863-872.
- [6] Musrifah, M. (2021). Analisis Penerapan Akuntansi Penjualan Konsinyasi Minimarket Basmalah Klakah. *Counting: Journal of Accounting*, 3(4), 195-203.
- [7] Di, M. U. (2018). USAHA MIKRO KECIL. 225–229.
- [8] Nurhaifa, I., Hamdu, G., & Suryana, Y. (2020). Rubrik penilaian kinerja pada pembelajaran stem berbasis keterampilan 4C. *Indonesian Journal of Primary Education*, 4(1), 101-110.