

INOVASI PEMASARAN PRODUK SUSU KAMBING ETAWA UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK KONSUMEN DAN PENJUALAN

Ady Lesmana¹, Aditya Rahmadani², Andri Puspita Sari³, Alvita Nur Rohkayah⁴, Achmad Nurul Mustofa⁵, Setiawan⁶, Lilla Puji Lestari⁷

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

1adylesmana164@gmail.com

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

2Adityarahmadani054@gmail.com

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

3andriuspita59@gmail.com

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

4alvita_nur_rohkayah@student.umaha.ac.id

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

5achmadnuru10988@gmail.com

Universitas Maarif Hasyim Latif Sidoarjo

7lillapuji@gmail.com

Abstrak

KKN atau biasa disebut Kuliah Kerja Nyata merupakan kegiatan kerjasama antara lembaga pendidikan dan masyarakat. Kegiatan kuliah kerja nyata Universitas Ma'arif Hasyim Latif (UMAHA) kembali diselenggarakan di tahun 2022 ini. Kegiatan KKN adalah bentuk pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa. Saat KKN mahasiswa sebagai orang yang terdidik harus bisa membantu program yang sedang atau akan dilaksanakan oleh desa atau tempat yang ditempati. Tujuannya agar UMKM yang ada di desa setempat dapat mengembangkan usahanya menjadi lebih baik dari segi kemasan, strategi pemasaran, hingga pengenalan produk. KKN bertujuan untuk memberi pengalaman kepada mahasiswa untuk memecahkan masalah yang dihadapi oleh masyarakat. Hasil dari KKN kelompok Panglungan 1 adalah "Inovasi Pemasaran Produk Susu Kambing Etawa", yang bertempat di desa Panglungan, Jombang.

Kata Kunci: KKN, Kambing Etawa, Susu, Inovasi, Pemasaran

Abstract

KKN or commonly called Real Work Lecture, is a collaborative activity between educational institutions and society. UMAHA real work college activities will be held again in 2022. Community service activities are a form of service to the community by students. During KKN students as educated people must be able to help the program that is being or will be implemented by the village or place occupied. The goal is that MSMEs in local villages can develop their businesses both in terms of packaging, marketing strategies, to product introductions. The results of the Panglungan 1 KKN group were "Marketing Innovations for Etawa Goat Milk Products", which took place in Panglungan village, Jombang.

Keywords: KKN, Etawa Goat, Milk, Innovation, Marketing

1. PENDAHULUAN

Keberadaan kambing perah Etawa di Indonesia memiliki perjalanan yang cukup panjang. Kambing awalnya merupakan hewan liar yang berpencar di sekitar pegunungan yang ada di Asia, Barat, Persia dan sekitarnya. Kambing etawa merupakan hasil perkawinan dari peranakan kambing Jamnapari dari India dengan kambing lokal Indonesia. Pada tahun 1930-an pemerintah kolonial Belanda membawa kambing Jamnapari ke kecamatan Kaligesing, Purworejo, Jawa Tengah. Kambing tersebut kemudian disilangkan dengan kambing lokal dan hasil dari keturunan dua jenis kambing tersebut yang biasa kita kenal dengan jenis Kambing Etawa. Menurut produk yang dihasilkan, kambing etawa dibagi menjadi beberapa jenis yaitu, penghasil daging, penghasil susu, dan penghasil daging.

Dikarenakan banyak hasil yang diperoleh dari peternakan kambing etawa seperti, penjualan induk, anakan, susu hingga kotoran kambing (pupuk organik). Membuat peternakan kambing peranakan etawa banyak diminati. Salah satu produk yang diminati merupakan olahan susu segar dari kambing etawa. Karena jika dikelola dengan baik, susu kambing etawa memiliki banyak kelebihan dibanding susu ternak lainnya. Sebagian masyarakat mempercayai dengan mengkonsumsi susu kambing, dapat meningkatkan vitalitas dan mengobati berbagai macam penyakit dikarenakan kandungannya yang memiliki protein yang lebih tinggi dibanding susu sapi, sumber kalsium, fosfor, dan juga vitamin yang dibutuhkan tubuh.

Berbagai alasan di atas membuat kambing perah jenis etawa ini, menjadi primadona dikalangan peternak kambing. Kelompok ternak Arjosari merupakan kelompok ternak yang

berada di daerah Arjosari, Panglungan, Jombang. Dimana kelompok ternak Arjosari melakukan budidaya ternak kambing jenis etawa. Produk olahan yang dihasilkan oleh kelompok ternak Arjosari adalah susu segar kambing etawa. Namun, dikarenakan belum adanya branding produk dan juga manajemen pemasaran. Membuat olahan susu yang dihasilkan kelompok ternak Arjosari memiliki daya jual serta konsumen yang relatif kecil.

Berdasarkan observasi dan diskusi yang telah dilakukan kelompok KKN Panglungan 1 dengan mengamati secara langsung ke lokasi, terdapat beberapa masalah yang dihadapi mitra. Terutama pada aspek pengenalan produk dan pemasaran. Dimana kemasan olahan susu masih belum memiliki identitas. Dan untuk pemasaran produk konsumen berasal hanya di sekitar lingkup desa.

2. METODE

Berikut beberapa metode yang diambil kelompok KKN Panglungan 1 dalam pengembangan branding dan pemasaran produk:

Pemberian Label Produk

Dikarenakan sebelumnya produk etawa masih belum memiliki label produk pada hasil olahan yang dijual. Kelompok KKN Panglungan 1 mengambil langkah pemberian label pada produk susu etawa. Label yang merupakan bagian dari produk dengan berbentuk gambar, tulisan, atau kata yang memuat informasi mengenai merk dagang, bahan baku, dan juga masa kadaluarsa. Label atau kemasan akan dijadikan ciri dan identitas yang membedakan suatu produk dengan produk sejenis yang lain. Maka dari itu penggunaan kemasan yang menarik dapat menjadi salah satu daya tarik

konsumen agar tertarik membeli produk kita.

Guna membantu Kelompok Ternak Arjosari, kelompok KKN Panglungan 1 membuat desain kemasan yang dapat digunakan untuk pelabelan produk olahan susu etawa. Berikut merupakan tampilan olahan susu etawa yang sudah diberi label guna identitas produk. Berikut merupakan tampilan olahan susu etawa yang sudah diberi label guna identitas produk.



Gambar 1
Produk susu etawa setelah diberi label

Dengan adanya label pada kemasan, dapat dilihat bahwa produk olahan susu etawa terlihat lebih menarik dipandang untuk kemasan menggunakan botol plastik bening, karena selain mudah ditemukan dan juga murah. Tujuan penggunaan kemasan bening agar konsumen dapat melihat secara langsung isi dari susu etawa yang berada dalam kemasan.

Pendaftaran Alamat Kelompok Ternak Arjosari Di Google Maps

Langkah selanjutnya yang diambil oleh kelompok KKN Panglungan 1 adalah pendaftaran alamat UMKM pada Google Maps. Dengan harapan yang ingin dicapai adalah perluasan keberadaan bisnis. Dengan masuknya lokasi UMKM pada google maps, akan

mempermudah untuk membuat orang yang ingin mencari olahan susu etawa datang ke tempat produksi. Dengan hal ini target pasar produk susu etawa akan semakin luas.

Selain itu, dengan masuknya informasi-informasi seputar UMKM di google maps seperti alamat, kontak yang bisa dihubungi, deskripsi bisnis hingga foto lokasi UMKM. Akan membuat reputasi tempat produksi dianggap baik oleh para pelanggan.

Pemasaran Produk Susu Etawa Secara Offline Ke Beberapa Desa Sekitar

Langkah ketiga yang diambil kelompok KKN Panglungan 1 adalah pemasaran dan pengenalan produk susu etawa ke beberapa swalayan dan juga toko-toko di beberapa desa sekitar. Dengan datang langsung menawarkan produk ke desa-desa sekitar merupakan langkah lanjutan guna memperluas target pasar. Dengan dilakukannya pemasaran secara langsung, diharapkan dapat menarik kepercayaan konsumen untuk membeli produk susu etawa. Dikarenakan calon pembeli dapat melihat secara langsung produk yang ditawarkan layak dibeli atau tidak.

Pemasaran secara langsung juga bertujuan agar dapat memberikan pelayanan yang maksimal untuk calon pembeli, jadi jika ada perihal yang kurang jelas atau kurang memuaskan, pembeli dapat langsung menanyakan kepada penjual. Selain itu pemasaran secara offline juga tidak terlalu banyak pesaing. Dibandingkan dengan pemasaran online, peluang untuk mendapat pelanggan baru dan tetap akan tetap akan lebih besar didapatkan dengan pemasaran secara langsung.



Gambar 2
Mahasiswa KKN Panglungan 1 yang sedang melakukan pemasaran produk secara langsung

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Branding Produk Susu Etawa

Label merupakan suatu gambar dan tulisan yang memuat informasi mengenai produk tertentu. Label juga memiliki peran penting bagi pengenalan produk. Dengan adanya label dapat menjadi sarana komunikasi antara produsen dengan konsumen. Keberadaan label pada kemasan atau tidak tentu memiliki peran penting dalam penjualan produk.

Hasil dari pemberian label pada kemasan susu kambing etawa, memudahkan konsumen dalam membedakan produk mana yang dihasilkan oleh kelompok ternak Arjosari. Dikarenakan produk sudah memiliki identitas dan ciri tersendiri membuat pelanggan susu etawa tidak kesusahan dalam memutuskan pembelian produk, karena dalam kemasan sudah memuat semua informasi terkait produk yang dijual.

Selain itu, dengan diberi label membuat produk memiliki kesan lebih baik dimata konsumen. Dengan model kemasan transparan serta adanya label yang memuat informasi membuat susu

kambing etawa olahan kelompok ternak arjosari membuat daya tarik tersendiri bagi konsumen yang melihat. Jadi produk terkesan sebagai produk abal-abal.

Pendaftaran UMKM Di Google Maps

Dengan di daftarkannya ukm kelompok ternak arjosari kedalam google maps. Tentu memiliki peran penting. Karena sudah terdaftar dalam google maps membuat pembeli jarak jauh hanya perlu memasukkan kata kunci satu kambing etawa pada pencarian google maps. Pembeli dapat mengetahui dan datang langsung ke tempat penjualan produk. Karena dalam google maps tersebut, jelas sudah memuat informasi mengenai kontak yang dapat dihubungi serta alamat produk. Untuk itu jangkauan pembelian dapat tersebar luas.

Selain itu, dalam google maps terdapat kolom ulasan yang dapat diisi pembeli. Tentunya dengan menjual produk olahan dengan kualitas yang bagus akan mendapat penilaian bagus dari konsumen. Penilaian bagus dari pembeli dapat meningkatkan daya tarik konsumen lain agar membeli produk. Tentu hal ini akan sangat menguntungkan bagi ukm dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk.

Pemasaran Secara Langsung Ke Desa Sekitar

Pemasaran langsung dengan konsumen. Dengan pemaaran secara langsung dari rumah ke rumah membuat produk dapat dikenal. Dengan lebih dikenalnya produk, maka akan lebih banyaknya pembeli yang datang. Hal ini dapat dilihat dari penjualan mingguan olahan susu kambing etawa. Dimana sebelumnya produk hanya memiliki konsumen dari orang sekitar tempat

pertenakan. Penjualan dalam seminggu hanya sekitar 21 liter per minggu.

Setelah dilakukannya pemasaran secara langsung. Banyak konsumen baru yang tertarik dan membeli produk. Hal ini tentu meningkatkan penjualan dari yang sebelumnya hanya 21 liter per minggu. Saat ini menjadi sekitar 35 liter per minggu. Terjadi pelonjakan sekitar 2 liter per harinya. Hasil saat ini hanya perhitungan dari minggu pertama dijalankannya metode pemasaran langsung. Diharapkan akan terus mengalami peningkatan penjualan jika metode dilakukan secara berkala.

Aspek	Sebelum dijalankan metode pemasaran langsung	Setelah dijalankan metode penjualan langsung
Penjualan susu per bulan	630 liter	1.050 liter
Hasil yang didapatkan per bulan	Rp. 2.700.000	Rp. 4.500.000

Tabel 1
Perbandingan penjualan sebelum dan sesudah dilaksanakannya program KKN oleh kelompok Panglungan 1

4. KESIMPULAN

Mitra KKN kelompok ternak Arjosari Panglungan Jombang memiliki strategi bisnis yang baru dalam pemasaran produk olahan yang diproduksi. Metode tersebut berhasil diterapkan dan membuat produk susu etawa mengalami peningkatan penjualan setelah dilakukannya metode pendukung

perluasan pembeli.

Strategi bisnis tersebut berupa memberikan branding dengan pembuatan label logo pada botol kemasan. Kedua mendaftarkan UMKM pada google map untuk memudahkan para calon pembeli mencari lokasi UMKM dan melihat review customer tentang produk mitra. Ketiga melakukan pemasaran langsung ke desa sekitar.

Hasil yang didapatkan dengan diberlakukannya strategi yang sudah diberikan yaitu berupa peningkatan penjualan dalam sebulan.

Semoga secara signifikan strategi pemasaran tersebut bisa benar-benar membantu meningkatkan dan mengembangkan UMKM kelompok ternak Arjosari Panglungan Jombang.

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Tim KKN Panglungan 1 mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada mitra kelompok ternak Arjosari Panglungan Jombang yang sudah memberi izin dan kepercayaan kelompok KKN Panglungan 1 dalam memberi masukan serta inovasi pada strategi pemasaran produk yang dihasilkan.

Kelompok KKN Panglungan 1 juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada masyarakat desa Arjosari Panglungan Jombang yang sudah mengizinkan dan memberi tempat tinggal sementara bagi kami kelompok KKN Panglungan 1 untuk melakukan pengabdian kepada masyarakat selama satu bulan penuh.

6. DAFTAR PUSTAKA

Bidari, Annisa. (2020). Asal Usul Kambing Etawa. Jagad Tani.

- Dumadi. Teguh, Arifianto. Dian, Marsini. Dewi, Indah. (2021). Peningkatan Pengetahuan Mengenai Manfaat Pelabelan Pada Kemasan Produksi Nugget Telor Asin. Jurnal Abdi Masyarakat UMUS.
- Terralogiq. (2021). 6 Manfaat Menggunakan Google Maps Untuk Bisnis. Terralogiq.com
- Wasiati, Hera. (2018). Peternakan Kambing Peranakan Etawa Di Kabupaten Bantul. Jurnal Abdimas.