



Assistance in the Sales Strategy of "Rainbow Pancakes" Product Innovation in Sumenep Regency

Izzatul Eriliyah¹, Aprilya Dwi Yandari^{2*}, Isnani Yuli Andini³, Miftahol Arifin⁴, Syahril⁵

Universitas Wiraraja Madura

Corresponding Author: Aprilya Dwi Yandari aprihya@wiraraja.ac.id

ARTICLE INFO

Keywords: Creativity, Innovation, Marketing, Sales Rainbow

Received : 22, December

Revised : 20, January

Accepted: 19, February

©2023 Eriliyah, Yandari, Andini, Arifin, Syahril : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Population growth is not proportional to economic growth. Difficult job opportunities are a hope for some people for creativity, innovation or ideas to seek opportunities and even create new jobs. In this activity the service team provides assistance related to product innovation and sales strategies that can affect the development of a business home very rapidly. The methods used include planning, testing, product revision, and field testing. So that the existence of this assistance is very beneficial for the owners and employees of these business actors in terms of knowledge of marketing strategies and being able to provide a responsibility related to a good market. In addition, the dedication team provides direction for the continuation of this activity in the process of assisting in the preparation of financial reports so that the business becomes a more competitive business and becomes a good pilot business actor in the Sumenep Regency area.

Pendampingan Strategi Penjualan Produk Inovasi “Pancake Pelangi” di Kabupaten Sumenep

Izzatul Eriliyah¹, Aprilya Dwi Yandari^{2*}, Isnani Yuli Andini³, Miftahol Arifin⁴, Syahril⁵

Universitas Wiraraja Madura

Corresponding Author: Aprilya Dwi Yandari aprihya@wiraraja.ac.id

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Kreativitas, Inovasi, Pemasaran, Penjualan Pelangi

Received : 22, December

Revised : 20, January

Accepted: 19, February

©2023 Eriliyah, Yandari, Andini, Arifin, Syahril : This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Pertumbuhan penduduk tidak sebanding dengan pertumbuhan ekonomi. Lapangan pekerjaan yang sulit menjadi harapan bagi sebagian orang untuk kreativitas, inovasi atau ide untuk mencari peluang bahkan menciptakan lapangan pekerjaan baru. Dalam kegiatan ini tim pengabdian melakukan pendampingan terkait inovasi produk dan strategi penjualan yang dapat mempengaruhi perkembangan rumah usaha jadi sangat pesat. Metode yang digunakan diantaranya perencanaan, uji coba, revisi produk, dan uji lapangan. Sehingga dengan adanya pendampingan ini sangat memberikan manfaat bagi pemilik dan karyawan pelaku usaha tersebut dalam hal pengetahuan strategi pemasaran serta mampu memberikan suatu tanggung jawab terkait dengan *market* yang baik. Selain itu, tim pengabdian memberikan arahan untuk keberlanjutan kegiatan ini pada proses pendampingan penyusunan laporan keuangan sehingga usaha tersebut menjadi usaha yang lebih berkompetisi dan menjadi pelaku usaha percontohan yang baik di daerah Kabupaten Sumenep.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan penduduk tidak sebanding dengan pertumbuhan ekonomi, pada kondisi masyarakat saat ini sungguh sebuah dilema kehidupan yang tetap dijalani oleh setiap lapisan masyarakat. Lapangan pekerjaan yang sulit menjadi harapan bagi sebagian orang untuk kreatifitas atau ide untuk mencari peluang bahkan menciptakan lapangan pekerjaan baru. Sebuah keharusan bagi setiap individu maupun instansi untuk dapat menciptakan lapangan pekerjaan dalam rangka menciptakan sebuah tatanan kehidupan yang seimbang.

Oleh karena itu, pemuda-pemudi merupakan sebagai dari pelaku masyarakat yang mana generasi muda mencoba untuk berbuat dan berpikir kreatif dalam menciptakan peluang usaha untuk mencari sumber-sumber penghasilan yang sedikit banyak dapat membantu kehidupan orang tua maupun orang lain. Pada proses pengabdian ini tim mencoba melakukan telaah pada salah satu usaha dimana usaha tersebut masih kurang dalam berinovasi. Objek pendampingan kami mengalami kendala dalam situasi marketingnya, dimana daerah setempat sudah mulai banyak meniru usahanya. Sehingga pelaku usaha tersebut merasa pesimis didalam melakukan penjualan, selain itu saat ini para pesaing adalah pesaing-pesaing muda yang sangat aktif dalam bermain sosial media. Dimana para pesaing mencoba melakukan pemasaran melalui online, dan objek meakukan secara tradisional saja. Menurut Rangkuti, Freddy (2006) menjelaskan bahwa pemasaran (*marketing*) adalah suatu proses kegiatan sosial, budaya, politik, ekonomi dan manajerial.

Strategi pemasaran terfokus pada mencari dan memberi kepada pelanggan superior, serta memiliki nilai yang berbeda untuk mengembangkan bisnis. Strategi pemasaran juga bertujuan untuk meningkatkan penjualan, karena penjualan merupakan ujung tombak dari strategi yang diterapkan disebuah perusahaan. Sehingga tim mencoba untuk melakukan pendampingan terkait titik kelemahan dalam usaha tersebut. Bentuk usaha kecil tersebut adalah usaha rumahan yang memang sangat digemari oleh para masyarakat atau bahkan wisatawan luar, karena produk tersebut adalah suatu usaha yang merupakan icon kota Sumenep. Berdasarkan hal tersebut, maka tim pengabdian mencoba melakukan suatu pendampingan terkait inovasi produk dan strategi penjualan yang nantinya akan membuat usaha rumahan tersebut menjadi berkembang snagat pesat.

PELAKSANAAN DAN METODE

Pada pengabdian yang dilakukan oleh tim, kami mencoba melakukan pada salah satu pelaku usaha yang bertepatan di desa Karanganyar, Kecamatan Kalianget. Usaha *Pancake Pelangi* kami pilih sebagai tempat pengabdian kami, dikarenakan metode pemasaran yang dilakukan oleh usaha tersebut hanya nomaden atau tetap. Dimana usaha tersebut hanya dilakukan dengan dirumah saja tanpa adanya desain pemasaran yang baik, sehingga tim pengabdian kami mencoba melakukan inisiatif dimana pancake yang sebelumnya sudah ada dan

hanya dengan satu rasa mencoba melakukan kreatifitas dengan berbagai rasa dan memberikan inovasi topping. Fokus peserta kami adalah pada salah satu usaha *Pancake* yang sudah ada sejak turun temurun dan memang yang terkenal akan cita rasanya.

Metode yang digunakan dalam pengabdian kami yakni diantaranya sebagai berikut:

1. Perencanaan

Dalam perencanaan produk untuk bisa memasuki pangsa pasar dengan meningkatkan daya tarik pembeli, kami mencoba melakukan pembuatan inovasi kreatifitas produk pancake dengan varian rasa yang berbeda dari pancake pada umumnya yaitu dengan 3 variasi rasa seperti, pandan, strawberry, dan durian (nanas), yang mana kami juga menambahkan beberapa variasi topping. Berdasarkan perencanaan bagian pemasaran, kami mencoba memasarkan di media social (Facebook, Whatsapp, Instagram), *door to door*, dan pada saat kegiatan-kegiatan rutin yang ada yakni *Car Free Day*.

2. Uji Coba

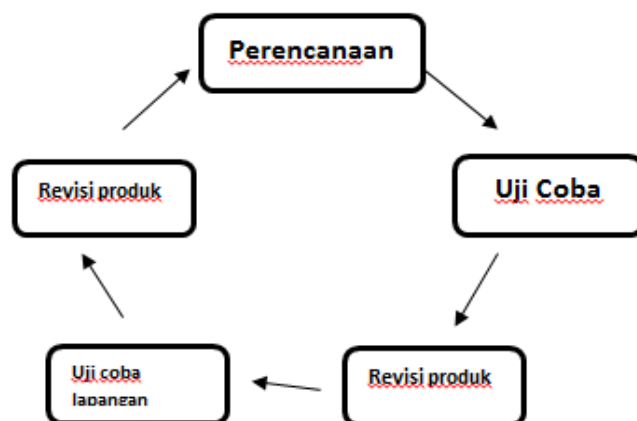
Pada bagian ini kami membuat produk pancake dengan testimoni kepada orang-orang sekitar tentang produk tersebut. Sehingga, dapat memperoleh kritik dan saran dari konsumen yang membangun dan memperbaiki produk.

3. Revisi Produk

Dengan diadakannya revisi produk, kami dapat meningkatkan kualitas produk yang dibuat. Dalam hal tersebut berguna untuk kemajuan usaha dan minat pembeli dari segi rasa, tekstur dan pengemasan.

4. Uji Coba Lapangan

Dalam uji coba lapangan ini kami buat dengan skala yang sangat luas. dengan target 50-100 orang pada setiap minggunya.



Gambar 1. Skema Metode Strategi Penjualan Produk Inovasi Pancake Pelangi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Test Market

Pancake pelangi merupakan kue bulat berwarna warni, tipis, dan datar yang dibuat dari tepung terigu, telur, gula, susu, bahan-bahan dicampur dengan air membentuk adonan kental dan di masak diatas wajan panas. Pancake adalah kue cepat saji yang menggunakan bahan pengembang seperti baking powder, dan ada juga yang menggunakan ragi (Roring, 2016). Jumlah produk yang sudah terjual kepada konsumen 89 dengan kurun tanggal 5-19 Desember, Mengapa sedikit? Dikarenakan tim pengabdian mencoba melakukan *test market* yang dibatasi untuk mengetahui kelebihan serta kekurangan dari produk tersebut. Sehingga berdasarkan analisis *test market* tersebut, maka produk tersebut ternyata banyak diminati oleh konsumen.

Bisnis kuliner pastinya memiliki banyak tantangan yang perlu dihadapi. Tantangan dari produk tersebut yaitu tidak tahan lama hanya bisa bertahan sekitar paling lama kurang lebih 24 jam saja. Harga yang ditawarkan juga lebih mahal dari harga pancake pada umumnya, akan tetapi produk yang dipasarkan sangat berkualitas. Sehingga konsumen tidak akan menyesal jika membeli produk inovasi tersebut.

Tabel 1. Informasi Produksi

No	Tanggal	Total Produksi	Pengeluaran	Hasil Penjualan	Laba Bersih
1	05/12/22	18	Rp. 54.000	Rp. 90.000	Rp. 36.000
2	07/12/22	25	Rp. 75.000	Rp. 125.000	Rp. 50.000
3	12/12/22	20	Rp. 60.000	Rp. 100.000	Rp. 40.000
4	19/12/22	26	Rp. 78.000	Rp. 130.000	Rp. 52.000

Pengembangan produk mengacu pada seluruh konseptualisasi ide, merancang, mengembangkan dan akhirnya memperkenalkan produk baru di pasar sehingga tidak hanya menggauli pesaing tetapi juga memperoleh pendapatan besar bagi seorang wirausahawan. Ada banyak tantangan yang

terlihat dalam pengembangan produk baru dan penting bagi wirausahawan yang terkait dengannya untuk mengatasi hal yang sama sebelum mengambil langkah ahir. Produk baru ini bisa gagal karena banyak alasan mengabaikan atau salah menerjemahkan riset pasar berlebihan dalam memperkirakan ukuran pasar, biaya pengembangan tinggi, dan pesaing yang semakin banyak.

Analisa Strategi Pemasaran

Pemasaran produk juga akan menentukan performa perusahaan. Pemasaran produk dilakukan agar target pasar semakin mengenal mengenai produk yang akan dipasarkan. Berikut beberapa strategi yang kami gunakan untuk mengembangkan produk Pancake Pelangi:

1. Word of Mouth

Jenis strategi yang beragam, salah satunya WOM yaitu pemasaran yang dilakukan oleh konsumen dengan berbagi informasi soal produk ke orang lain. Strategi ini biasanya terjadi melalui percakapan secara langsung, melalui telepon, melalui postingan di media social.

2. Media Sosial

Media sosial mampu berfungsi sebagai etalase bisnis. Media sosial merupakan alat yang sangat baik digunakan sebagai alat pemasaran. Hampir semua orang menggunakan media sosial dengan latar belakang lingkungan, agama etnis, suku, pendidikan yang berbeda-beda. Dengan menggunakan media sosial perusahaan akan lebih mudah menjangkau target pasar secara lebih luas dengan biaya yang lebih murah. Media social juga dapat memungkinkan perusahaan memilih komunitas yang sesuai untuk memasarkan produknya, sehingga memiliki peluang yang besar.

3. Content Marketing

Strategi ini berfokus pada pembuatan dan pendistribusian informasi atau konten yang relevan dengan kebutuhan yang akan menjadi suatu prospek. Hal tersebut untuk menarik minat konsumen dan mendorong kebutuhan konsumen.

Promosi adalah suatu tindakan untuk menyampaikan, menginformasikan, menawarkan, membujuk, atau menyebarkan suatu produk atau jasa kepada konsumen tersebut yang pada akhirnya melakukan pembelian (Budiman & Steven, 2021.). Tujuan dari promosi itu sendiri yaitu untuk meningkatkan kesadaran, meningkatkan persepsi konsumen, menarik pembeli pertama, mencapai proporsi pelanggan tetap lebih tinggi, menciptakan loyalitas merek, meningkatkan rata rata, meningkatkan penjualan tertentu atau waktu khusus memperkenalkan produk baru (Budiman & Steven, 2021).

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Pada kegiatan pendampingan IKM yang dilakukan di desa Karanganyar Kecamatan Kalianget telah dilaksanakan dengan baik dan lancar. Pemilik dari usaha *Pancake Pelangi* yang kami berikan pendampingan secara khusus sangat antusias sekali dalam menerimanya. Pemilik tersebut sangat aktif pada saat materi diberikan dan sangat aktif dalam proses *test market* dimana mereka bisa mengetahui dan melihat kondisi pasar yang ada. Selain itu, pemilik sangat berantusias dalam mengetahui bagaimana melakukan strategi pemasaran baik secara *word of mouth*, media sosial, dan *content marketing*. Sehingga hal tersebut sangat membantu pelaku usaha dalam mengembangkan bisnisnya agar nantinya dapat berkembang menjadi usaha yang besar. Oleh karena itu, adanya pendampingan sangat memberikan manfaat bagi pemilik dan karyawan pelaku usaha dalam hal pengetahuan strategi pemasaran serta mampu memberikan suatu tanggung jawab terkait dengan *market* yang baik. Selain itu tim pengabdian memberikan arahan untuk keberlanjutan kegiatan ini pada proses penamndampingan penyusunan laporan keuangan sehingga usaha tersebut menjadi usaha yang lebih berkompetisi dan menjadi pelaku usaha percontohan yang baik di daerah Kabupaten Sumenep.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan Rahmat karunia serta Hidayah-Nya kami dapat menyelesaikan pengabdian ini dengan baik. Sehingga kami sangat berterimakasih kepada pelaku usaha *Pancake Pelangi*, tim pengabdian, dan segenap mahasiswa yang turut membantu kegiatan pengabdian ini selesai sampai tahap akhir.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, J., & Steven, S. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Pada Pelanggan PT. Nusantara Surya Sakti Cabang Pontianak. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 94-102.
- Mohammad Ilham Cholif. (2021). Analisis Strategi Tahu Susun Dalam meningkatkan Produksi Tahu Di Desa Lalaongan Kecamatan Manding.
- Nur Anni Haya. (2021). Strategi Pemasaran
- Rangkuti, Freddy. (2006). Analisis SWOT Teknik Membdah Kasus Bisnis. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama. Hlmn 48
- Shinta, A. (2011). *Manajemen pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun@ Subur_Batik). *Widya Cipta: Jurnal Sekretari dan Manajemen*, 2(2), 271-278.