

STRATEGI PEMASARAN DAN PENINGKATAN PENDAPATAN BUMDES TERATAI JURUAN DAYA SUMENEP MELALUI PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PENENTUAN HARGA PRODUK

Berlina Hidayati¹, Tiara Sevi Nurmanita², Sucipto³,

Dewi Wardah Mazidatur Rohmah

Universitas Terbuka

berlina@ecampus.ut.ac.id¹

Abstrak

Katakunci:
Penentuan
Harga
Produk,
Strategi
Pemasaran,
Pengurus
BUMDes

Penentuan harga produk merupakan strategi krusial dalam bisnis untuk meningkatkan keuntungan, membentuk penilaian konsumen, meningkatkan daya saing, dan menentukan posisi produk dalam pasar terutama bagi produk komoditas. BUMDes Teratai menjual produk utama keripik dan terasi yang memiliki sedikit perbedaan dengan produk yang sudah ada dipasaran sehingga penting untuk menentukan harga produk untuk membentuk persepsi nilai produk tersebut dipasar. Metode yang digunakan adalah dengan cara diskusi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi harga secara berkala selama periode pengabdian agar pengurus BUMDes Teratai secara mandiri dapat menentukan harga produk.

Hasil dari kegiatan ini memberikan dampak positif, pengurus BUMDes Teratai menunjukkan antusiasme yang luar biasa dan turut berperan aktif untuk menghitung dan merumuskan penentuan harga produk hingga mampu meningkatkan kompetensi dan keterampilan BUMDes Teratai untuk meningkatkan pendapatan dan menggunakan strategi pemasaran produk yang lebih baik. Luaran pengabdian ini antara lain berupa; 1) memberikan kesadaran dan pemahaman bagi pengurus BUMDes pentingnya penentuan harga produk untuk kelangsungan bisnis BUMDes, 2) pengurus BUMDes memiliki keterampilan untuk menentukan harga produk dengan beragam metode sesuai dengan skenario pemasaran yang ingin dipersepsikan kepada konsumen, 3) pengurus BUMDes memiliki kemampuan membuat daftar aktivitas utama yang diperlukan dalam kegiatan bisnis BUMDes yang kemudian dimanfaatkan untuk proses identifikasi biaya dan perhitungan biaya secara sederhana hingga tercipta harga produk lebih akurat sesuai dengan tujuan posisi produk dipasar melalui penentuan harga produk.

A. Pendahuluan

Perekonomian Indonesia sangat bergantung pada sektor usaha kecil dan menengah (UKM) yang memberikan kontribusi signifikan dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat, terutama di wilayah pedesaan (Wati et. al, 2024). Satu diantara penggerak utama ekonomi desa adalah Badan Usaha Milik Desa (BUMDes), yang didirikan untuk memberdayakan potensi lokal dan membantu masyarakat mencapai kemandirian ekonomi. Dalam konteks ini, BUMDes Teratai di Desa Juruan Daya, Sumenep, memiliki lini bisnis berupa jasa rias, jasa katering, wisata pantai, dan bisang makanan ringan khususnya BUMDes Teratai berperan penting dengan menawarkan produk lokal berupa keripik dan terasi yang memiliki potensi pasar besar.

Meskipun memiliki produk yang diminati, BUMDes Teratai dihadapkan pada tantangan ketatnya persaingan di pasar. Hal ini menuntut strategi pemasaran yang tepat agar produk mereka bisa bersaing dengan produk serupa yang telah ada di pasaran. Salah satu aspek penting dalam strategi pemasaran ini adalah penetapan harga, karena harga tidak hanya mencerminkan biaya produksi, tetapi juga mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas produk. Pemahaman yang mendalam tentang target pasar sangat krusial dalam menetapkan harga yang kompetitif dan sesuai. Jika target pasar adalah konsumen dengan daya beli tinggi, BUMDes Teratai dapat menerapkan harga premium. Sebaliknya, jika daya beli konsumen rendah, harga yang lebih kompetitif diperlukan. Dengan memahami karakteristik target pasar, BUMDes Teratai dapat menyesuaikan harga produk agar tetap diminati oleh segmen konsumen yang mereka tuju.

Untuk meningkatkan kompetensi pengurus dalam penentuan harga, BUMDes Teratai mendapatkan pelatihan tentang berbagai metode penetapan harga, seperti metode berbasis biaya, nilai, dan pasar. Melalui pelatihan ini, pengurus BUMDes diharapkan mampu memilih metode yang sesuai dengan karakteristik produk dan kondisi pasar, sehingga dapat menetapkan harga yang tidak hanya menutupi biaya produksi tetapi juga menghasilkan keuntungan yang memadai.

Selain itu, pendampingan juga mencakup strategi penyesuaian harga sesuai dengan kondisi pasar yang dinamis. Dalam kondisi tertentu, BUMDes Teratai dapat menggunakan strategi promosi atau diskon untuk menarik lebih banyak konsumen. Fleksibilitas dalam penentuan harga ini penting untuk menjaga daya saing produk mereka, memastikan produk tetap relevan dan menarik bagi konsumen meskipun terjadi perubahan di pasar.

Melalui pelatihan dan pendampingan ini, diharapkan BUMDes Teratai dapat menetapkan harga yang kompetitif dan mendukung peningkatan pendapatan secara berkelanjutan. Dengan harga yang strategis, produk BUMDes memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan perhatian konsumen dan membangun loyalitas pelanggan. Pada akhirnya, hal ini akan memperkuat posisi ekonomi BUMDes Teratai dan memberikan manfaat nyata bagi masyarakat Desa Juruan Daya.

Di dalam pendahuluan berisi hasil analisis situasi terhadap wilayah dan mitra, sehingga daerah tersebut/mitra laik dijadikan sebagai tempat kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

B. Metode Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini berupa pelatihan yang dilaksanakan 2 (dua) kali untuk memberikan pengetahuan yang holistik terkait keterampilan penentuan harga untuk BUMDes. Pelatihan yang pertama dilaksanakan dengan memberikan materi secara teori terkait metode-metode dan studi kasus penentuan harga sehingga peserta dapat berlatih secara langsung dan dapat diterapkan dalam beragam lini bisnis. Pelatihan yang kedua berfokus pada perhitungan hingga penentuan harga untuk lini bisnis makanan kering milik BUMDes Teratai dengan beragam momen dan segmen pasar.

Peserta pelatihan ini melibatkan pengurus BUMDes Teratai Juruan Daya dan pemuda pemudi karangtaruna Desa Juruan Daya. Pelatihan mengedepankan partisipasi aktif dari peserta untuk memberikan input-input atas studi kasus dari pengalaman yang ditemui para peserta saat penyampaian materi teori dan studi kasus. Pada saat praktik perhitungan dan penetapan harga langsung menghitung terkait biaya-biaya yang benar-benar yang terjadi pada produk keripik pisang dan terasi di BUMDes Teratai.

Kegiatan PkM ini menggunakan pendekatan penelitian eksperimen dengan model quasi-experiment, yaitu desain one group pretest-posttest (Cook Campbell, 1979; Sholikhah et al., 2020). Tingkat keberhasilan pelatihan ini dapat diukur dari peningkatan kemampuan peserta pelatihan yang terlihat melalui hasil perhitungan N-Gain Test, berdasarkan nilai pretes dan postes setiap peserta (Hermanto et al., 2021).

Table 1. Kriteria pada Tes N-Gain.

Interval	Kriteria
$N\text{-Gain} > 0.7$	Tinggi (<i>High</i>)
$0.3 < N\text{-Gain} < 0.7$	Tengah (<i>Middle</i>)
$N\text{-Gain} < 0.3$	Rendah (<i>Low</i>)

Data dianalisis menggunakan metode N-Gain Test untuk mengukur keberhasilan program. Hasil pretes dan postes dihitung untuk menentukan interval N-Gain yang dicapai (Arlinwibowo & Retnawati, 2015).

Instrumen yang digunakan dalam kegiatan ini adalah instrument tes –pretes dan postes, dan instrument non-tes berupa lembar kerja yang digunakan untuk peserta berpraktik sehingga dapat mengukur tingkat pemahaman peserta.

C. Hasil dan Pembahasan

Pengabdian kepada Masyarakat ini diperinci menjadi beberapa bagian sebagai berikut.

1. Analisis potensi kondisi awal

Pada tahap awal ini, tim pelaksana melakukan survei potensi produk makanan ringan yang ditawarkan oleh BUMDes Teratai, Desa Juruan Daya, yaitu berupa keripik pisang dan terasi. Produk masih dikemas dengan plastik dan cara yang sederhana sehingga tidak tampak keunggulan dari sisi kemasan dan sulit untuk menembus segmen pasar yang lebih tinggi.

BUMDes hanya menjual kembali keripik pisang dan terasi yang telah diproduksi oleh warga sehingga tidak ikut dalam proses manufaktur. BUMDes hanya mengebas dengan lebih baik untuk dipasarkan dan mengambil margin keuntungan dari harga yang ditentukan produsen atau rumah tangga produksi.

2. Pelatihan Penetapan Harga Produk

1) Pelatihan pertama: penyampaian teori dan studi kasus

Pelatihan tahap awal dilaksanakan pada Senin, 5 Agustus 2024. Lokasi pelatihan dilaksanakan di Balai Desa Juruan Daya. Peserta pelatihan ini terdapat 24 orang dihitung dari peserta yang mengerjakan pretes. Pelatihan diawali dengan peserta mengerjakan instrumen pretes agar dapat diukur tingkat pemahaman awal sebelum pelatihan dan tingkat pemahaman akhir setelah pelatihan.

Materi yang disampaikan lebih terkait teori penetapan harga produk dengan beragam metode. Hal ini diharapkan agar peserta mendapatkan pemahaman yang menyeluruh terkait metode-metode penetapan harga produk dapat dipilih atau dicocokkan untuk digunakan dengan menyesuaikan kondisi yang dihadapi oleh pelaku usaha.

Selain itu juga, terdapat sesi penyampaian studi kasus dengan produk yang sama dan harga yang berbeda dapat memunculkan persepsi yang berbeda dan menjadi strategi pemasaran untuk peningkatan pendapatan. Agar lebih mampu menembus segmen pasar menengah atas, unit usaha juga diharapkan dapat menyiapkan diferensiasi kemasan untuk lebih menarik untuk mempresentasikan harga produk yang setara tingginya.

Oleh karena itu, pelatihan ini mengedepankan sesi *sharing* dan partisipasi aktif dari peserta dan tim pemateri untuk menyampaikan beragam pengalaman untuk penentuan harga. Pelatihan di akhiri dengan pengisian instrumen postes oleh peserta.

Gambar 1.
Pelatihan awal penyampaian materi teori dan studi kasus.



Gambar 2.
Peserta pelatihan mengerjakan pretes



2) Pelatihan kedua: praktik penentuan harga produk BUMDes Teratai

Pelatihan tahap kedua dilaksanakan pada Hari, September 2024 di Balai Desa Juruan Daya. Peserta pelatihan ini terdapat 20 orang dihitung dari peserta yang mengerjakan postes sehingga untuk pengolahan data N-Gain hanya bisa diperhitungkan sebanyak 20 peserta.

Pelatihan pada tahap dua dilaksanakan metode *focus group dicussion* (FGD) untuk tim dan peserta secara bersama-sama mengolah data-data keuangan dan non-keuangan yang menjadi penggerak biaya untuk penentuan harga produk BUMDes Teratai agar sesuai dengan segmen pasar yang disasar dnegan kemasan baru yang telah diperbaiki.

Pada tahap ini, secara bersama-sama dilakukan proses perhitungan biaya yang terjadi untuk 1 *item* produk, dimulai dari kegiatan pengadaan barang atau pembelian keripik pisang dan terasi dari warga atau rumah produksi, kemudian kegiatan pengemasan,

hingga pemasaran dan produk siap jual. Hasilnya diperoleh beberapa skema harga tergantung dengan jenis kemasan yang digunakan dan pasar yang dituju dari penjualan produk keripik pisang dan BUMDes Teratai ini.

Hasil dari harga yang telah ditentukan akan dijadikan harga jual dan/atau referensi untuk proses evaluasi penjualan produk selain agar pendapatan BUMDes Teratai meningkat namun juga dapat menjangkau pasar yang lebih luas sehingga penjual produk juga naik secara signifikan.

Gambar 3.
Peserta pelatihan mengerjakan postes



Dari hasil pengisian pretes dan postes oleh peserta pelatihan dilakukan perhitungan N-Gain untuk menentukan tingkat keberhasilan kegiatan pelatihan ini, berikut hasil dari pretes dan postes ditunjukkan pada table 2. Nilai Pretes, Postes, dan N-Gain Peserta.

Table 2.
Nilai Pretes, Postes, dan N-Gain Peserta.

Peserta	Pretes	Postes	N-Gain	Kriteria
Peserta 1	40.00	60.00	0.33	Middle
Peserta 2	30.00	40.00	0.14	Low
Peserta 3	10.00	50.00	0.44	Middle

Peserta 4	30.00	60.00	0.43	Middle
Peserta 5	80.00	100.00	1.00	High
Peserta 6	40.00	50.00	0.17	Low
Peserta 7	10.00	30.00	0.22	Low
Peserta 8	30.00	70.00	0.57	Middle
Peserta 9	10.00	40.00	0.33	Middle
Peserta 10	90.00	90.00	0.00	Low

Peserta	Pretes	Postes	N-Gain	Kriteria
Peserta 11	30.00	60.00	0.43	Middle
Peserta 12	20.00	40.00	0.25	Low
Peserta 13	40.00	60.00	0.33	Middle
Peserta 14	40.00	50.00	0.17	Low
Peserta 15	20.00	40.00	0.25	Low
Peserta 16	40.00	60.00	0.33	Middle
Peserta 17	10.00	30.00	0.22	Low
Peserta 18	20.00	40.00	0.25	Low
Peserta 19	10.00	30.00	0.22	Low
Peserta 20	40.00	90.00	0.83	High
Rata-Rata			0.35	Middle

Dari tabel di atas, terlihat bahwa pelatihan dilaksanakan secara efektif dengan rata-rata nilai N-Gain peserta sebesar 0,35, yang termasuk dalam

kategori Tengah (Middle) (Arlinwibowo & Retnawati, 2015; Hermanto et al., 2021), di mana terjadi peningkatan pemahaman.

D. Simpulan

Hasil dari kegiatan ini memberikan dampak positif, pengurus BUMDes Teratai menunjukkan antusiasme yang luar biasa dan turut berperan aktif untuk menghitung dan merumuskan penentuan harga produk hingga mampu meningkatkan kompetensi dan keterampilan BUMDes Teratai untuk meningkatkan pendapatan dan menggunakan strategi pemasaran produk yang lebih baik. Luaran pengabdian ini antara lain berupa; 1) memberikan kesadaran dan pemahaman bagi pengurus BUMDes pentingnya penentuan harga produk untuk kelangsungan bisnis BUMDes, 2) pengurus BUMDes memiliki keterampilan untuk menentukan harga produk dengan beragam metode sesuai dengan skenario pemasaran yang ingin dipersepsikan kepada konsumen, 3) pengurus BUMDes memiliki kemampuan membuat daftar aktivitas utama yang diperlukan dalam kegiatan bisnis BUMDes yang kemudian dimanfaatkan untuk proses identifikasi biaya dan perhitungan biaya secara sederhana hingga tercipta harga produk lebih akurat sesuai dengan tujuan posisi produk dipasar melalui penentuan harga produk.

E. Ucapan Terima Kasih

Tim PkM ini mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendukung terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terima kasih kepada LPPM Universitas Terbuka, pemerintah desa, dan masyarakat yang telah memberikan dukungan penuh, serta kepada para peserta pelatihan yang menunjukkan antusiasme dan komitmen yang tinggi selama proses berlangsung. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada seluruh tim pelaksana yang telah bekerja keras dalam merancang dan menjalankan program ini. Kami berharap hasil dari kegiatan ini dapat memberikan manfaat nyata bagi BUMDes Teratai dan masyarakat Desa Juruan Daya secara keseluruhan.

F. Referensi

- Arlinwibowo, J., & Retnawati, H. (2015). Developing Audio Tactile for Visually Impaired Students. *International Journal on New Trends in Education and Their Implications*, 6(4), 18–30.
- Cook, T. D., & Campbell, D. T. (1979). *Quasi-experimentation: Design & Analysis Issues in Field Settings*. MA: Houghton Mifflin.
- Hermanto, F. Y., Sutirman, Mar'atus, S., & Ranu, M. E. (2021). The effectiveness of distance practice learning for facing covid-19



pandemic in Indonesia. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 99(12), 2925–2936.

Sholikhah, M., Sutirman, S., & Hermanto, F. Y. (2020). Can The Social Mission Model Improve the Students' Interest? *Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis (JPEB)*, 8(1), 54–65.
<https://doi.org/10.21009/jpeb.008.1.6>

Wati, D. L., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Al-Qorni, Z. Q. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 3(1), 265-282.