

Strategi Pemasaran Untuk Peningkatan Penjualan Produk Kosmetik Herbal di desa Bitera Gianyar Bali

^{1*}Ni Wayan Deswiniyanti, ²Natalia Sri Endah, dan ³I Made Wisnu Adhi Putra

^{1,2,3}Program Studi Biologi, Universitas Dhyana Pura)

*Email: deswiniyanti@undhirabali.ac.id

ABSTRAK

Usaha mikro Alam Jaya Herbal berada di daerah Desa Bitera Kabupaten Gianyar Provinsi Bali dengan jarak lebih kurang 33 km dari Kampus Universitas Dhyana Pura. Pemilik usaha ini adalah Ibu Novi Yanti yang memiliki keinginan untuk memanfaatkan tanaman sekitar agar dapat dimanfaatkan untuk produk kesehatan dan kosmetik yang organik, alami dan aman untuk digunakan sehari-hari. Alam Jaya Herbal sudah memproduksi beberapa produk diantaranya 1) Minyak kemiri Kirana murni 100%; 2) Minyak Kalpataru herbal; 3) Linglang herbal oil untuk bayi dan anak-anak; 4) Komorebi shampoo; 5) Komorebi kondisioner; 6) Kiredaun face and body soap; 7) Kirara Herbal Anti Lice shampoo (anti kutu); 8) Kenempilo hand & body lotion. Ada beberapa permasalahan yang dihadapi usaha ini antara lain kemasan produk yang kurang menarik sehingga penjualan masih kurang, sulitnya mendapatkan supplier botol kemasan, strategi pemasaran penjualan produk yang masih terbatas. Telah dilakukan pendampingan terkait solusi yang ditawarkan yaitu semua produk sudah memiliki desain kemasan produk yang baru dan menarik, telah disediakan supplier botol kemasan, serta sudah memiliki katalog cetak maupun digital sebagai alat pemasaran. Penjualan produk pada bulan Juli 2019 belum sepenuhnya menggunakan desain yang baru, sedangkan bulan Agustus dan September 2019 sudah 100% menggunakan desain kemasan yang baru. Sehingga dari data dapat dilihat peningkatan penjualan produk masing-masing produk mencapai 20-50%. Luaran pada kegiatan ini adalah seminar nasional, submit artikel pada jurnal ber ISSN serta publikasi pada media online youtube. Disarankan untuk dapat melanjutkan kegiatan pengabdian fokus pada pengurusan ijin masing-masing produk, karena baru hanya satu produk yang sudah memiliki ijin UMOT yaitu minyak kemiri. Perlu diadakan pelatihan untuk destilasi minyak dengan destilator serta pengembangan penjualan produk melalui website.

Kata kunci: Alami, gianyar, herbal, pemasaran, produk

ABSTRACT

Alam Jaya Herbal microbusiness is located in Bitera Village, Gianyar Regency, Bali Province, approximately 33 km from Dhyana Pura University Campus. The owner of this business is Mrs. Novi Yanti who has a desire to utilize the surrounding plants to be used for health and cosmetic products that are organic, natural and safe for daily use. Alam Jaya Herbal has produced several products including 1) 100% pure Kirana hazelnut oil; 2) Kalpataru herbal oil; 3) Linglang herbal oil for babies and children; 4) Komorebi shampoo; 5) Komorebi conditioner; 6) Kiredaun face and body soap; 7) Kirara Herbal Anti Lice shampoo (anti-lice); 8) Kenempilo hand & body lotion. There are several problems faced by this business, including unattractive product packaging so that sales are still lacking, difficulty in obtaining packaging bottle suppliers, limited product sales marketing strategies. Assistance has been provided related to the solutions offered, namely all products already have new and attractive product packaging

designs, packaging bottle suppliers have been provided, and already have printed and digital catalogs as marketing tools. Product sales in July 2019 have not fully used the new design, while August and September 2019 have 100% used the new packaging design. So that from the data it can be seen that the increase in product sales of each product reached 20-50%. The output of this activity is a national seminar, submitting articles to ISSN journals and publications on YouTube online media. It is recommended to be able to continue the service activities to focus on managing the licenses of each product, because only one product already has a UMOT license, namely hazelnut oil. It is necessary to hold training for oil distillation with a distillator and develop product sales through the website.

Keywords: Gianyar, Herbal, Marketing, Natural, Product financial

PENDAHULUAN

Rumah Alam Jaya Herbal merupakan suatu usaha mikro yang berada di daerah Desa Bitera Kabupaten Gianyar Provinsi Bali dengan jarak lebih kurang 40 km dari Kampus Universitas Dhyana Pura Kabupaten Badung. Rumah Alam Jaya herbal mulai dibentuk dan beroperasi sejak tahun 2016. Pemilik usaha ini adalah Ibu Novi Yanti yang memiliki keinginan untuk memanfaatkan tanaman sekitar agar dapat dimanfaatkan untuk produk kesehatan dan kosmetik yang organik, alami dana man untuk digunakan sehari-hari. Beliau sempat mendapatkan pelatihan terkait produksi sederhana produk herbal seperti pembuatan minyak kemiri dan shampoo herbal sehingga beliau tertarik untuk memproduksi bahkan mengembangkan produk herbal tersebut untuk dijadikan usaha keluarga. Seiring beliau terus berusaha untuk membuat produk herbal lainnya sehingga lebih banyak varian produk yang dapat ditawarkan kepada pembeli dan berkeinginan agar memiliki serangkaian paket lengkap untuk produk herbal kosmetik dari ujung kepala hingga ujung kaki di seluruh tubuh. Oleh karena itu akhirnya hingga saat ini Rumah Alam Jaya Herbal sudah memproduksi beberapa produk diantaranya 1) Minyak kemiri Kirana murni 100%, 2) Minyak Kalpataru herbal, 3) Linglang herbal oil untuk bayi dan anak-anak, 3) Komorebi shampoo dan conditioner, 4) Kiredaun face and body soap, 5) Kirara Herbal Anti Lice shampoo (anti kutu), 6) Kenempilo hand & body lotion.

Minyak kemiri kirana adalah minyak asli dari bahan kemiri murni 100% herbal dengan campuran daun pandan wangi sebagai

penambah aroma . minyak ini berkhasiat untuk mengatasi kerontokan rambut, menyuburkan dan menumbuhkan rambut menghitamkan rambut serta mencegah tumbuhnya uban pada rambut. Produk minyak kemiri ini merupakan salah satu produk andalan dan paling laris yang diproduksi dan dijual oleh Rumah Jaya Herbal. Minyak Kalpataru herbal yang terbuat dari beberapa tanaman herbal seperti jahe, pala, bunga dll yang berkhasiat untuk mengatasi beberapa sakit atau keluhan seperti gatal gatal pada permukaan kulit, meredakan demam, hipertensi, diabetes serta reumatik. Linglang herbal oil adalah produk khusus untuk bayi dan anak-anak yang terbuat dari jahe, sereh, daun jeruk, kunyit dan kayu putih. Manfaat dari minyak ini adalah meredakan batuk, pilek dan demam pada bayi atau anak-anak serta mengatasi bayi atau anak-anak yang susah tidur sehingga minyak ini aman pada kulit bayi dan dengan aroma yang tidak terlalu menyengat. Komorebi shampoo dan conditioner merupakan salah prduk kosmetik herbal alami yang terbuat dari bahan seperti minyak kemiri, daun pandan, bayam, minyak kelapa dan bunga jempiring sebagai aroma pada shampo. Manfaat dari shampoo herbal ini adalah selain sebagai pembersih atau bahan pencuci rabut rambut juga bermanfaat untuk mengoptimalkan menyuburkan rambut dengan paket penggunaan minyak kemiri, menghilangkan ketombe serta menghilangkan rasa gatal pada kulit kepala. Kiredaun face and body soap juga merupakan produk kosmetik herbal berupa sabun yang terbuat dari tanaman pegagan, daun papaya, kemoning, cengkeh dll.

Manfaat dari produk ini adalah sebagai bahan pembersih untuk kulit, menjaga kelembaban kulit dan menyehatkan kulit. Kirara herbal anti lice shampoo adalah produk langka dipasaran karena ini merupakan produk shampoo anti kutu herbal dan biasanya dipasaran yang tersedia adalah dari bahan kimia. Produk ini terbuat dari pandan, mimba, daun jeruk, minyak kemiri, daun sirsak, minyak kelapa dan sereh wangi. Sesuai dengan namanya produk ini memiliki khasiat sebagai anti kutu atau merontokkan dan menghambat pertumbuhan kutu yang ada di rambut maupun kulit kepala serta mencegah kulit kepala mengalami iritasi sehingga produk ini aman digunakan oleh anak-anak. Kenempilo hand & body lotion merupakan salah satu produk herbal moisturizer yang terbuat dari minyak nilam, sandalwood atau cendana dan glycerine dll. Manfaat dari produk ini adalah sebagai pelembab kulit dan menjaga kesehatan kulit agar tidak kering dan iritasi terpapar sinar matahari.

Usaha ini masih usaha industry rumah tangga sehingga untuk tempat produksi masih sederhana dan tempat produksi dengan kapasitas yang lebih besar masih tahap pembangunan (Gambr 1.1). Status usaha Rumah Jaya Herbal saat ini sudah memiliki ijin usaha mikro tradisional minyak kemiri dari Dinas Kesehatan Kabupaten Gianyar Rumah dengan nomor SK SK 503/07/Dinkes/2017. Rumah Alam Jaya Herbal sudah memproduksi total 200-300 pcs per bulan kemasan total dari seluruh tujuh jenis produk tersebut dan sudah dijual secara online secara langsung maupun menggunakan sistem reseller dan sudah terjual ke beberapa wilayah di Indonesia seperti Sulawesi dan Jawa serta Bali khususnya. Saat ini usaha mikro ini memiliki tujuh orang tenaga diantaranya empat orang tenaga tetap dan tiga orang tenaga harian.

Berdasarkan dari hasil survei yang tim lakukan bahwa dari pihak Rumah Jaya Herbal masih memiliki beberapa kendala dan berharap mendapatkan solusi untuk permasalahan tersebut guna dapat mengembangkan usaha ini. Adapun permasalahan tersebut berupa ketersediaan bahan baku, semua bahan baku sampai saat ini masih di peroleh dari pasar tradisional dan

diperoleh dari lingkungan sekitar sehingga belum memiliki pensuplai bahan baku tetap. Permasalahan kedua adalah ketersediaan botol kemasan yang sulit dan konsisten serta pengemasan yang masih sangat sederhana dan terkesan kaku sehingga kurang menarik pembeli. Permasalahan ketiga adalah permasalahan paling utama yang dihadapi oleh pemilik usaha yaitu teknik pemasaran baku yaitu mereka ingin dapat memasarkan produk ini secara E-commerce ataupun memiliki website khusus agar dapat mudah memasarkan produk bahkan hingga ke sector internasional dengan menggunakan dua Bahasa yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Oleh karena itu tim pengabdi menawarkan beberapa solusi untuk permasalahan-permasalahan yang disampaikan oleh pemilik usaha Rumah Jaya Herbal.

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Solusi

Pendampingan inovasi desain kemasan produk dan informasi distributor botol kemasan, pelatihan terkait pengembangan inovasi atau alat untuk promosi penjualan produk terutama menambah jumlah reseller menggunakan katalog produk, pendampingan terkait strategi untuk melakukan promosi dan penjualan melalui media sosial, membantu dan mendampingi untuk membuat video singkat terkait produk – produk Alam Jaya Herbal, Memberikan bantuan beberapa jenis tanaman yang digunakan sebagai bahan baku untuk produksi sehingga dapat menambah koleksi.

Target Luaran

Mitra memiliki desain kemasan inovasi baru pada semua produk ALAM Jaya Herbal dan sudah dipasarkan dan hasil penjualan sangat meningkat dengan mengganti desain kemasan baru dengan menekankan nama dagang produk adalah “ALAM” Jaya Herbal

METODE PELAKSANAAN

1. Pertemuan awal untuk persiapan dan koordinasi kegiatan bersama Tim PKM dan Kelompok Mitra
2. Sosialisasi kegiatan dilakukan dengan menghadirkan seluruh anggota maupun ketua kelompok mitra bersama dengan Tim PKM dan mahasiswa
3. Pendampingan budidaya bibit tanaman herbal dalam pengadaan bahan baku untuk produksi
4. Pendampingan teknik atau cara destilasi minyak atsiri dengan alat destilator
5. Pendampingan membuat inovasi kemasan produk yang baru agar lebih menarik pembeli dan meningkatkan daya jual produk
6. Pembuatan katalog produk untuk membantu untuk promosi
7. Pendampingan strategi pemasaran produk, pembuatan situs online untuk promosi
8. Evaluasi, publikasi dan pelaporan kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut hasil dari beberapa kegiatan yang telah dilaksanakan pada kegiatan PKM usaha kosmetik herbal Alam Jaya Herbal di Desa Bitera Gianyar Bali yang telah disesuaikan dengan solusi yang ditawarkan terkait permasalahan yang ada pada mitra.

Pendampingan inovasi desain logo dan kemasan. UMKM dalam perekonomian Indonesia merupakan kelompok usaha yang memiliki jumlah paling besar dan terbukti tahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi (Ragimun dkk., 2015). Kegiatan pendampingan inovasi desain logo dan desain kemasan produk merupakan agenda utama pada kegiatan ini karena keperluan dari pemilik usaha ingin mengganti semua desain lama dengan desain yang baru agar tampilan kemasan produk lebih menarik dan menjual. Oleh karena itu setelah tim berdiskusi dan menentukan konsep desain bersama dengan mitra, maka hasilnya adalah desain logo dan label kemasan pada botol berubah 100% dari desain sebelumnya. Konsep desain logo adalah terdiri dari empat komponen yaitu, buah apel, daun tiga helai dengan perbedaan warna, garis vertikal ke atas di kanan gambar sebagai kayu dan garis horizontal dibawah buah sebagai lambang

akar. Arti dari logo tersebut adalah produk ALAM Jaya Herbal terbuat dari segala komponen tumbuhan yaitu dari berbagai jenis daun, bunga, buah dan akar-akaran. Garis lambang kayu diletakkan disebelah artinya perusahaan akan senantiasa dalam kegiatannya berusaha jujur dan menjaga kualitas.



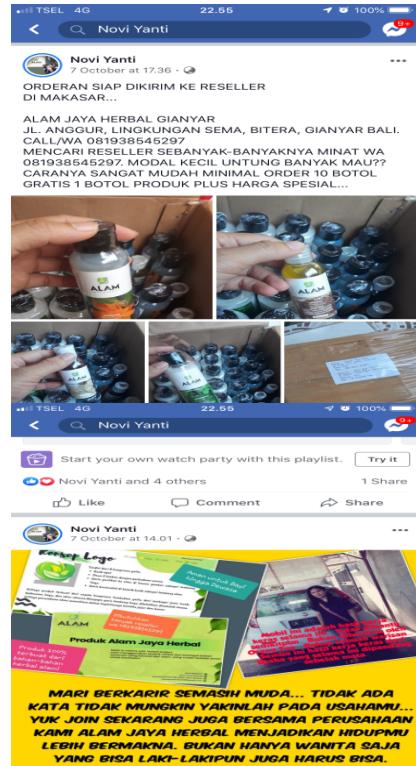
Gambar 1. Kemasan baru produk

Pendampingan pembuatan katalog produk. Kegiatan berikutnya adalah pendampingan untuk konsep pembuatan katalog produk dalam bentuk digital maupun cetak. Tujuan pembuatan katalog produk adalah sebagai salah satu alat pemasaran atau promosi agar lebih mudah dan rinci sehingga mitra dapat membagikan katalog produk kepada calon pembeli atau reseller tanpa menjelaskan satu persatu produk karena pada katalog segala penjelasan atau deskripsi terkait produk sudah dijelaskan secara detail. Mitra sebelumnya sudah memiliki desain brosur sederhana akan tetapi kurang detail dan desain kurang menarik oleh karena itu konsep katalog ini adalah penuh warna dan modern style agar menarik pembeli. Berikut desain katalog produk yang lama dan yang baru

Pendampingan Strategi pemasaran produk. Kegiatan pendampingan terkait strategi pemasaran produk dilakukan untuk memberikan tambahan informasi lebih lengkap dengan tujuan dapat meningkatkan penjualan produk. Materi yang diberikan seperti Marketing Mix yaitu *Produk, Price, Placement* dan *Promotion* (Kotler dan Armstrong, 2010). Menjelaskan beberapa sistem penjualan seperti sistem grosir dan member card dan reseller maupun dropship serta bagaimana cara membangun reseller di beberapa daerah untuk mengembangkan dan meningkatkan jumlah penjualan produk (Cahyono dan Adi, 2003). Pada kegiatan ini

telah dilakukan pretest dan post test dan hasilnya sangat meningkat yaitu pengetahuan atau informasi terkait strategi pemasaran meningkat 60% setelah diberikan pendampingan dibandingkan sebelum diberikan pendampingan. Akan tetapi UMKM memiliki kendala salah satunya pada umumnya memiliki sumberdaya manusia dan keuangan yang terbatas, sehingga kemungkinan kurang siap untuk melakukan perubahan secara signifikan dan drastic (Caldeira & Ward, 2001).

Pendampingan promosi di media sosial. Kegiatan pendampingan promosi melalui media sosial juga dilakukan karena sebelumnya promosi melalui media sosial kurang aktif dilakukan. Media sosial yang kami gunakan saat ini adalah Facebook. Berikut kami berikan beberapa konsep apa saja yang perlu di bagikan pada media sosial untuk menarik calon pembeli dan reseller. Selain itu sedang progress kami akan membuat satu video produk dan masing-masing deskripsi manfaatnya agar mudah disebarluaskan. Setelah dua bulan cara ini dilakukan dan semakin aktif mempromosikan dimedia sosial menunjukkan bahwa penjualan produk semakin meningkat. Menurut Harto dkk., (2019) penerapan teknologi internet dapat membantu meningkatkan omzet dan perluasan usaha. Grafik data penjualan dapat dilihat pada Gambar 4.6.

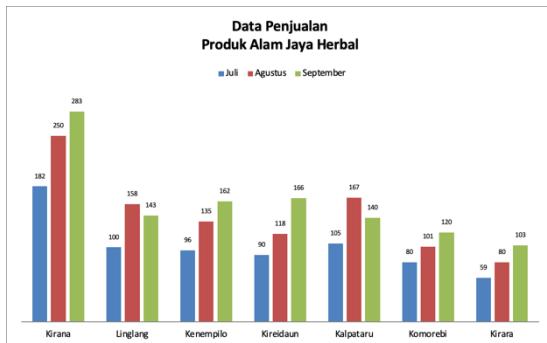


Gambar 2. Pengembangan media sosial

Penambahan koleksi tanaman herbal. Kegiatan pemberian koleksi tanaman herbal merupakan kegiatan tambahan, karena mitra memiliki kebun sendiri dengan beberapa koleksi tanaman untuk bahan baku produk. Bahkan ada beberapa jenis tanaman dibudidaya dan dikembangkan sendiri oleh mitra seperti tanaman pandan, pegagan, sodia dan lidah buaya. Budidaya tanaman menggunakan pupuk organik dari hasil limbah bahan baku pembuatan produk. Adapun pemberian beberapa koleksi tanaman yang diberikan Tim kepada Mitra antara lain dewandaru, jeruk purut, kayu putih dll. Budidaya dan koleksi tanaman yang menjadi bahan baku untuk produk merupakan salah satu usaha penting dalam produksi produk herbal (Soekartawi, 2005).

Hasil penjualan produk. Tujuan utama dilaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah agar dapat membantu kelompok mitra Alam Jaya Herbal untuk meningkatkan penjualan produk. Oleh karena itu beberapa konsep kami kembangkan dan disesuaikan dengan kondisi mitra. Dari serangkaian kegiatan tersebut yang sudah dilaksanakan ternyata memberikan dampak

positif dan nyata terhadap peningkatan penjualan produk. Berikut data hasil penjualan produk dari Bulan Juli, Agustus dan September 2019. Penjualan produk pada bulan Juli 2019 belum sepenuhnya menggunakan desain yang baru, sedangkan bulan Agustus dan September sudah 100% menggunakan desain kemasan yang baru. Hal ini karena jumlah reseller juga meningkat. Dengan meningkatnya jumlah pelanggan tentu juga berimbas pada meningkatnya jumlah penjualan. Peningkatan penjualan dapat memberikan keuntungan yang lebih tinggi (Pearce & Robinson, 2013). Sehingga dari data dapat dilihat peningkatan penjualan produk masing-masing produk mencapai 20-50%. Data dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Kenaikan hasil penjualan

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Kesimpulan pada kegiatan PKM ini adalah solusi yang ditawarkan untuk beberapa permasalahan pada mitra telah tercapai antara lain sudah memiliki desain logo, kemasan label yang baru, katalog produk, pemasaran melalui media social dan memiliki video untuk akun youtube maupun media social. Luaran lainnya pada PKM ini adalah telah diseminasi pada seminar Nasional SINAPTEK Undhira 2019 dan publikasi video kegiatan melalui media youtube secara online. Hasil penjualan produk setelah menggunakan desain kemasan baru, katalog produk serta pemasaran melalui media social

telah persentase peningkatan penjualan antara 20%-50% selama bulan Juli-Oktober 2019.

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, T.B., Adi, S. 2003. Manajemen Industri Kecil. Liberty. Yogyakarta
- Caldeira, M., Ward, J. 2001. Using Resource-Based Theory To Interpret the Successful Adoption and Use of Information Systems & Technology in Manufacturing Small and Medium Sized Enterprises. The 9th European Conference on Information Systems, 1159–1169.
- Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., Rahmawati, M. (2019). Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat, 3(1), 39–45.
- Kotler, P., Armstrong, G. 2010. Principles of Marketing 12th ed. Englewood Cliffs, Prentice Hall.
- Soekartawi. 2005. Agribisnis Teori dan Aplikasinya. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Pearce, J., Robinson, R.. 2013. Strategic Management : Formulation, Implementation, and Control Manajemen Strategis (12th) (12th ed.). Jakarta Selatan: MC Graw Hill.
- Ragimun, Sudaryanto, & Wijayanti, R. R. (2015). Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas Asean. Web Kementerian Keuangan, 1–32