

Prosiding

Hasil Pengabdian kepada Masyarakat
SEMIRATA FEB BKS-PTN BARAT 2019

“Peran PTN dalam Mewujudkan SDM Unggul melalui Pengelolaan Penelitian dan Pengabdian Berkualitas”

27-28 September 2019
Hotel The Zuri, Palembang



Didukung oleh:



**PROSIDING HASIL-HASIL PENGABDIAN PADA MASYARAKAT
SEMINAR NASIONAL DAN RAPAT KERJA TAHUNAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
BKS PTN BARAT**

Tema:

**“Peran PTN dalam Mewujudkan SDM Unggul Melalui Pengelolaan
Pengabdian Pada Masyarakat yang Berkualitas”**

Hotel The Zuri Palembang, 27-28 September 2019

Diselenggarakan Oleh:

Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya

Didukung Oleh :



**PROSIDING HASIL-HASIL PENGABDIAN PADA MASYARAKAT
SEMINAR NASIONAL DAN RAPAT KERJA TAHUNAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
BKS PTN BARAT**

ISBN: 978 - 979 - 587 - 8209

Tema:

**“Peran PTN dalam Mewujudkan SDM Unggul Melalui Pengelolaan
Pengabdian Pada Masyarakat yang Berkualitas”**

Editor:

Prof. Badia Perizade, M.B.A, Ph.D. (Universitas Sriwijaya)
Prof. Dr. Sulastri, M.E., M.Komp. (Universitas Sriwijaya)
Prof. Dr. Bernadette Robiani, M.Sc. (Universitas Sriwijaya)
Prof. Nurlina Tarmizi, M.S, M.Si, Ph.D. (Universitas Sriwijaya)
Drs. Isnurhadi, M.B.A., Ph.D. (Universitas Sriwijaya)
Dr. Yulia Saftiana, S.E., M.Si., Ak. (Universitas Sriwijaya)

SUSUNAN PANITIA
SEMINAR NASIONAL DAN RAPAT KERJA TAHUNAN
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
BKS PTN BARAT
Palembang, 27-28 September 2019

Steering Committee : 1. Rektor Universitas Sriwijaya
2. Wakil Rektor I Universitas Sriwijaya
3. Wakil Rektor II Universitas Sriwijaya
4. Wakil Rektor IV Universitas Sriwijaya
5. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
6. Ketua Forum Dekan FEB BKS PTN Barat
7. Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
8. Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
9. Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
10. Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan FE UNSRI
11. Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi UNSRI
12. Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNSRI

Penanggung Jawab : Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya

Dewan Editor : 1. Prof. Badia Perizade, M.B.A, Ph.D.
2. Prof. Dr. Sulastri, M.E., M.Komp.
3. Prof. Dr. Bernadette Robiani, M.Sc.
4. Prof. Nurlina Tarmizi, M.S, M.Si, Ph.D.
5. Drs. Isnurhadi, M.B.A., Ph.D.
6. Dr. Yulia Saftiana, S.E., M.Si, Ak.

Reviewer : 1. Dr. Zunaidah, M.Si.
2. Dr. Suhel, M.Si.
3. Dr. Anna Yulianita, S.E., M.Si.
4. Isni Adriana, S.E., M.Fin, Ph.D.
5. Dr. Mukhlis, S.E., M.Si.
6. Dr. Imam Asngari, S.E., M.Si.
7. Dr. Tertiaro Wahyudi, MAFIS, Ak.
8. Dr. Inten Meutia, S.E., M.Acc, Ak, CA.
9. Dr.E. Yusnaini, S.E., M.Si., Ak.
10. Dr. Kemas Muhammad Husni Thamrin, S.E., M.M

- Panitia Pelaksana : 1. Dr. Mukhlis, S.E., M.Si (Ketua)
2. Agil Novriansa, S.E., M.Sc., Ak., CA., ACPA. (Sekretaris)
3. Patmawati, S.E., M.Si., Ak., CA (Bendahara)
4. Dr. Kemas Muhammad Husni Thamrin, S.E., M.M.
5. Dr. Imam Asngari, S.E., M.Si
6. Dr. Sukanto, S.E., M.Si
7. Abdul Bashir, S.E., M.Si
8. Dirda Pratama Atiyatna, S.E., M.Si
9. Deassy Apriani, S.E., M.Si
10. Alghifari Mahdi Igamo, S.E., M.S.E.
11. Imelda, S.E., M.S.E
12. Mardalena, S.E., M.Si
13. Ichsan Hamidi, S.H.I., M.Si
14. Fida Muthia, S.E., M.Sc.
15. Muhammad Farhan, S.E., M.Si
16. Reza Ghasarma, S.E., M.M., M.B.A
17. Agung Putra Raneo, S.E., M.Si
18. Ahmad Maulana, S.E., M.M
19. Liliana, S.E., M.Si
20. Media Kusumawardani, S.E., M.S.i
21. Dwi Darma Puspita Sari, S.E
22. Hamira, S.E
23. Andi Nurul Astria Arief, S.E
24. Fitrah Minangsari, S.E.
25. Renaldi Setiawan
26. Kevin Henrico

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas berkat dan rahmat-Nya kegiatan "Seminar Nasional dan Rapat Kerja Tahunan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis BKS PTN Barat 2019 (Semirata FEB BKS-PTN Barat 2019)" ini dapat terselenggara dengan baik dan menerbitkan Prosiding Seminar Hasil Pengabdian kepada Masyarakat. Kegiatan ini mengangkat tema "Peran PTN dalam Mewujudkan SDM Unggul melalui Pengelolaan Pengabdian kepada Masyarakat yang Berkualitas". Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 27-28 September 2019 di Hotel The Zuri yang beralamat di Jl. Radial (Area Transmart) Kecamatan Bukit Kecil Palembang. Kami mengucapkan terima kasih kepada pembicara utama dan moderator kegiatan ini yang terdiri dari:

1. Askolani, S.E., M.A. (Direktur Jendral Anggaran Kementerian Keuangan)
2. Dr. Muhammad Dimiyati (Direktur Jendral Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi)
3. Prof. Hj. Sulastri, M.E., M.Komp. (Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya)

Kami berterima kasih juga kepada seluruh pemakalah yang telah berpartisipasi dalam kegiatan ini. Ucapan terima kasih kami sampaikan juga kepada Rektor Universitas Sriwijaya; Kementerian Keuangan; Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi; serta seluruh panitia yang sudah berperan aktif dalam mendukung suksesnya kegiatan ini. Kami harap Prosiding Seminar Hasil Pengabdian kepada Masyarakat ini dapat memberikan kontribusi kepada akademisi, mahasiswa, pemerintah dan praktisi dalam mempersiapkan SDM Unggul untuk Indonesia Maju.

Palembang, 30 September 2019
Dekan FE Unsri,

Prof. Dr. Taufiq, S.E., M.Si.
NIP.196812241993031002

DAFTAR ISI

SUSUNAN PANITIA SEMINAR NASIONAL	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
Pemberdayaan Petani Kopi di Nagari Muaro Sei Lolo melalui Pembelajaran Usaha Kebun dalam rangka Peningkatan Produktivitas Petani <i>Yulhendri, Hamdi, Okki Trinanda</i>	1
Pemberdayaan Masyarakat melalui Pelatihan Pengembangan Wisata Kampung Wisata Pancer Kasemen Serang <i>Asih Machfuzhoh, Mira Maulani Utami, Widya Nur Bhakti Pertiwi</i>	19
Pendampingan Pengelolaan Literasi Keuangan Syariah Bagi Guru Madrasah Dan Guru SMA di Kota Palembang <i>Sa'adah Yuliana, Imelda Imelda, Deassy Apriani, Fera Widyanata</i>	31
Pengelolaan Aset Ekonomi Desa Melalui Pembentukan BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) Kota Daro II Kabupaten Ogan Ilir <i>Imelda Imelda, Azwardi Azwardi, Harunurrasyid Harunurrasyid, Deassy Apriani</i>	39
Pelatihan Perpajakan bagi Aparat Pemerintah Desa di Desa Kota Daro II <i>Luk Luk Fuadah, Asfeni Nurullah, Ahmad Subeki, Burhanudin</i>	47
Pengembangan Usaha Kemplang Desa Arisan Gading Melalui Perluasan Pemasaran Dan Inovasi Pengemasan <i>Sri Andaiyani, Muhammad Teguh, Eka Roostartina, Imelda Imelda</i>	55
Pelatihan Pengelolaan Keuangan Rumah Tangga Bagi Keluarga Muda Di Desa Kota Daro 2 Kecamatan Rantau Panjang <i>Yunisvita Yunisvita, Imelda Imelda, Anna Yulianita, Saadah Yuliana</i>	63
Pengembangan Program dan Kegiatan Dalam Penyusunan Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJMDES) Desa Kota Daro II <i>Syamsurijal Kadir, Harunurrasyid Harunurrasyid, Muhammad Subardin, Imelda Imelda</i>	71
Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga Dalam Pemanfaatan Pekarangan Untuk Apotik Hidup (Di Desa Kerinjing, Kecamatan Tanjung Raja, Ogan Ilir) <i>Siti Rohima, Zulkarnaen Ishak, Rosmiyati Chodijah, Liliana, M. Nur Budiyanto</i>	79
Anggaran Kas Bagi Kelompok Usaha Tani dan Nelayan Desa Surabaya Kecamatan Banding Agung Kabupaten Ogan Komering Ulu Selatan <i>Yuliani, H.M.A. Rasyid Hs Umrie, Wita Farla WK</i>	91

Pelatihan Mengenai Pengembangan Produk Pada Usaha Mikro (UM) Kue Semprong di Desa Meranjat Kabupaten Ogan Ilir <i>Dwirini, Eka Roostartina, and Efya Octavina D. G.</i>	103
Pelatihan Pengembangan Ketrampilan Membuat Tas Dari Tali Kur, Desa Kerinjing, Kecamatan Tanjung Raja Kabupaten Ogan Ilir <i>Anna Yulianita, Feny Marissa, M. Komri Yusuf</i>	113
Pemberdayaan Perempuan dengan Peluang Usaha Kerajinan Rajut dan Pengembangan Industri Rumah Tangga Melalui Online Viral Marketing <i>Iisnawati, Aslamia Rosa</i>	121
Pelatihan Pembinaan Olimpiade Sains Nasional Bidang Ekonomi Kepada Guru Dan Siswa MAN Insan Cendekia Kabupaten Ogan Komering Ilir <i>Imam Asngari, Suhel, Andi Nuru Astria, Era Susanti, M. Rifqi, Novi Afrianti, Dinna Syaskia Fadila</i>	127
Peningkatan Keahlian Komunikasi Bisnis Berbasis Teknologi Bagi Pelaku Usaha Di Desa Kerinjing Ogan Ilir <i>Dessy Yunita, Achmad Widad</i>	145
Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku Usaha Kecil Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Surabaya Timur Kecamatan Banding Agung Kabupaten Komering Oku Selatan <i>Marlina Widiyanti, Mohamad Adam, dan Isnri Adriana</i>	153
Pelatihan Pengelolaan Dan Pelaporan Administrasi Keuangan Dana Masjid Pada Pengurus Masjid Di Kota Palembang <i>Achmad Soediro, Media Kusumawardani, Muhammad Farhan, Fardinant Adhitama</i>	163
Pembinaan Ketrampilan Daur Ulang Kertas Sebagai Bahan Kerajinan Seni Kertas Bagi Ibu Rumah Tangga Dan Remaja Putri Di Desa Kota Daro II, Rantau Panjang, OI <i>Deassy Apriani, Sa'adah Yuliana, Imelda Imelda, Anna Yulianita, Alghifari Mahdi Igamo</i>	171
Asistensi Akuntansi Keuangan Desa di Desa Kerinjing Kabupaten Ogan Ilir <i>Agil Novriansa, Fida Muthia, Mardalena, Renaldi Setiawan</i>	181
Pelatihan Menghitung Angsuran Kredit Bagi Pelaku Usaha Kecil Di Desa Kota Daro II Kabupaten Ogan Ilir <i>Wita Farla, Umar Hamdan</i>	193

Perencanaan Pembangunan Perdesaan di Desa Kerinjing, Kecamatan Tanjung Raja Selatan Kabupaten Ogan Ilir Provinsi Sumatera Selatan <i>Mukhlis, Bernadette Robiani, Dirta Pratama Atiyatna, Ichsan Hamidi, Abdul Bashir, Dwi Darma Puspita Sari, Hamira, Nurul Aulia</i>	199
Peningkatan Produktivitas Pengolahan Buah Mangga dengan Fasilitasi Peralatan Pengeringan Tenaga Matahari <i>Sulastri, Yulia Hamdaini Putri, Fida Muthia, Nadya</i>	205
Pelatihan Pengelolaan Keuangan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Berbasis Teknologi Informasi <i>Abdul Rohman, Rochmawati Daud</i>	219
Pembekalan Kewirausahaan pada Masyarakat dalam menunjang Pembentukan Desa Wisata Pulau Semambu Kecamatan Indralaya Utara di Kabupaten Ogan Ilir <i>Liliana, Abdul Bashir</i>	227
Manajemen Pendayagunaan dan Pelaporan Dana Masjid di Kota Palembang <i>Muhammad Farhan, Ferdinant Adhitama, Achmad Soediro, Media Kusumawardani</i>	233
Pelatihan Perpajakan Pada UMKM Di Lingkungan Unsri Kampus Indralaya <i>Nilam Kesuma, Ahmad Subeki, Eka Meirawati</i>	245
Pelatihan Pembuatan Kain Jumputan Khas Palembang Di Desa Kerinjing, Kecamatan Tanjung Raja Selatan Kabupaten Ogan Ilir <i>Ahmad Maulana, Nurkardina Novalia</i>	253
Pelatihan Dasar Prinsip Perbankan Syariah serta Prosedur Pengajuan Pembiayaan pada Bank Syariah bagi Pelaku UMKM <i>Muhammad Ichsan Hadjri, Badia Perizade, Zunaidah, Samadi W Bakar</i>	261
Pendampingan Perhitungan Harga Pokok Penjualan (HPP) Sebagai Dasar Penentuan Harga Jual Produk Bagi Usaha Rumah Tangga dan Usaha Usaha Kecil Di Desa Kerinjing, Ogan Ilir <i>Yulia Saftiana, Mukhtaruddin, Umi Kalsum, Muhammad Hidayat</i>	269
Pelatihan Inventarisasi Barang Milik Bumdes dan Pendampingan Penyusunan Neraca Awal Pada Badan Usaha Milik Desa <i>Meita Rahmawati, Rochmawati Daud, Abdul Rohman, Patmawati</i>	275
Pendampingan dan Pelatihan Inovasi Pembuatan Aneka Kerupuk Kemplang Berbahan Sayuran pada Kelompok Usaha Mikro di Kelurahan Karang Anyar Kecamatan Gandus Kota Palembang <i>Mardalena, Fera Widyanata, Ariodillah Hidayat, M. Nur Budiyanto</i>	283

Pelatihan Pengelolaan Ekonomi Rumah Tangga (PERT) Usaha Mikro Binaan Program PPMK Program Kota Tanpa Kumuh di Kota Palembang <i>Ariodillah Hidayat, Syaipan Djambak, Harunurrasyid, Mardalena</i>	291
Pelatihan Pengelolaan Rapat Bagi Pengurus PKK dan Pegawai Desa Pusaka Rakyat Jawa Barat <i>Marsofiyati</i>	297

Pelatihan Mengenai Pengembangan Produk Pada Usaha Mikro (UM) Kue Semprong di Desa Meranjat Kabupaten Ogan Ilir

Dwirini^{1*}, Eka Roostartina¹, and Efva Octavina D. G.²

Dwirini, SE., M.Si., Ak, CA, University of Sriwijaya, Indonesian : e-mail: dwirini@unsri.ac.id

Dra. Hj. Eka Roostartina., M.Si, University of Sriwijaya, Indonesian : e-mail: eka.rostartina@unsri.ac.id

*Efva Octavina D. G., SE., M.Si., Ak, CA, University of Sriwijaya, Indonesian : email: efvagozali@unsri.ac.id

Abstract: Kue semprong merupakan jenis makanan tradisional khas Indonesia yang selalu hadir saat acara besar atau sebagai suguhan para tamu. Makanan tradisional ini terbuat dari campuran tapioka, terigu, gula pasir, mentega, telur, dan wijen. Kue Semprong sebagai salah satu usaha mikro dengan skala rumah tangga mampu menyerap tenaga kerja dan melibatkan wanita yang pada awalnya merupakan Ibu Rumah Tangga di Desa Meranjat Kabupaten Ogan Ilir. Pada kenyataannya di Desa Meranjat, banyak produsen usaha mikro kue semprong yang mengembangkan produknya ini. Kegiatan pelatihan mengenai pengembangan produk di Desa Meranjat untuk memberikan pemahaman kepada produsen UM kue semprong dalam melakukan perluasan pengembangan produk dalam hal strategi diversifikasi dan dapat memperoleh produk baru ataupun dalam rangka pengembangan produk yang telah ada. Adapun pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan dua tahap selama dua hari. Acara dimulai dengan kata sambutan ketua kelompok, dalam hal ini Dosen Akuntansi Universitas Sriwijaya, kemudian sambutan dilanjutkan oleh kepala desa Kerinjing. Selanjutnya, diawali dengan registrasi peserta pelaku usaha mikro (UM) dan pembukaan. Setelah acara pembukaan, kemudian dilanjutkan dengan penyampaian materi yang disampaikan oleh pemateri dengan topik pengenalan dan pemahaman mengenai dasar pemasaran dan konsep pengembangan usaha. Para peserta cukup antusias menyimak dan memperhatikan bagaimana proses strategi menciptakan suatu produk yang unik, yang berbeda dengan pesaing sehingga dapat memberikan *value* bagi pelaku UM. Kegiatan pengabdian ini dapat dikategorikan berhasil. Hal ini ditunjukkan dengan hadirnya 30 pelaku usaha mikro (UM) kue semprong di desa Meranjat diatas target yang diharapkan 20 pelaku UM. Peserta yang mengikuti secara aktif dan antusias kegiatan pelatihan ini sampai selesai untuk mendapatkan pemahaman yang memadai dan merasakan manfaat pelatihan mengenai pengembangan produk di Desa Meranjat dalam hal strategi diversifikasi.

Keywords: Pemasaran, Pengembangan Usaha, Diversifikasi Produk.

1. INTRODUCTION (PENDAHULUAN)

Desa Meranjat yang berada di Kecamatan Indralaya Selatan, Kabupaten Ogan Ilir. Jumlah penduduk Meranjat adalah 2.541 jiwa mayoritas dengan suku penesak atau disebut suku Meranjat, meliputi penduduk di Kecamatan Tanjung Batu, Payaraman, sebagian Kecamatan Lubuk Keliat dan sebagian Kecamatan Indralaya Selatan (desa-desa ex Kecamatan Tanjung Batu), berbahasa Melayu Palembang atau Bahasa Meranjat.

Data nasional menunjukkan Kepala Desa yang memiliki latar belakang pendidikan sarjana berjumlah 4%, SMA 70 %, SMP 20% dan SD 6 %. Jenis lapangan usaha atau pekerjaan terbanyak adalah petani dan buruh tani, kemudian diikuti pada jasa, PNS, TNI, Polri, pedagang, industri kecil dan menengah.

Keanekaragaman produk Usaha Mikro dan Kecil (UMK) merupakan salah satu pengembangan produk atau pasar baru pelaku usaha dalam mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan dan profitabilitas. Bagi para pelaku usaha, khususnya UMK, strategi menjabarkan konsep pemasaran menjadi faktor penting yang harus diperhatikan dalam upaya menjaga kestabilan dan mengembangkan usaha ke arah yang lebih baik.

Kue semprong merupakan jenis makanan tradisional khas Indonesia yang selalu hadir saat acara besar atau sebagai suguhan para tamu. Makanan tradisional ini terbuat dari campuran tapioka, terigu, gula pasir, mentega, telur, dan wijen. Kue Semprong sebagai salah satu usaha mikro dengan skala rumah tangga mampu menyerap tenaga kerja dan melibatkan wanita yang pada awalnya merupakan Ibu Rumah Tangga di Desa Meranjat Kabupaten Ogan Ilir. Pada kenyataannya di Desa Meranjat, banyak produsen usaha mikro kue semprong yang mengembangkan produknya ini.

Ketercapaian suatu entitas bisnis tergantung pada penilaian konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Jika konsumen memberikan penilaian positif terhadap produk tersebut, maka secara otomatis produk yang ditawarkan akan laku di pasar, begitupun sebaliknya. Produsen harus memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen. Konsumen kerap kali lebih menyukai produk yang berkualitas dan prestasi paling baik. Oleh karena itu, konsep produk memusatkan perhatian pada usaha untuk menghasilkan produk yang unggul dan senantiasa melakukan perbaikan secara berkesinambungan.

Dengan adanya diversifikasi produk maka akan meningkatkan volume penjualan yang dapat dilakukan oleh entitas bisnis. Selanjutnya, suatu entitas bisnis tidak akan bergantung pada satu jenis produk tetapi juga dapat mengandalkan produk lainnya karena jika salah satu jenis produknya mengalami penurunan, maka akan dapat teratasi dengan produk jenis lainnya.

Pelaksanaan pengabdian dalam proposal ini adalah berupa pelatihan untuk mempermudah bagi produsen UM kue semprong dalam menaikkan penjualan dengan cara mengembangkan produk baru untuk pasar-pasar baru, dengan cara diversifikasi produk. Semakin beragam produk yang ditawarkan kepada konsumen, semakin besar ketertarikan konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan.

Kabupaten Ogan Ilir merupakan salah satu kabupaten dengan potensi sumber daya manusia, yang melibatkan wanitanya dalam industri kecil dengan skala rumah

tangga. Diskoperindag (2014) menyatakan bahwasanya sebanyak wanita terlibat dalam industri kecil kue semprong, untuk membantu perekonomian keluarga. Meskipun suami mereka bekerja, karakter kemandirian menuntut untuk membantu dalam perekonomian keluarga.

Banyak permasalahan di usaha mikro khususnya kue semprong yang berkaitan dengan aspek keuangan antara lain:

- a. pengembangan usaha yang tidak signifikan,
- b. laba usaha sulit meningkat,
- c. ketidakmampuan dan ketidakmauan sumber daya atau produsen usaha kecil untuk meningkatkan keuntungan yang maksimal dalam kaitannya kejenuhan terhadap suatu produk.

Diversifikasi produk membawa pengaruh baik karena dapat meningkatkan pendapatan, tetapi memberi dampak buruk karena dapat meningkatkan biaya dan kompleksitas produksi. Oleh karena itu entitas bisnis harus menawarkan tingkat keanekaragaman produk secara optimal yang dapat menyeimbangkan pengaruh baik dan buruk tersebut. Mengingat pentingnya persoalan ini, maka manajemen perlu melakukan keanekaragaman produk yang baik sehingga dapat menjadi sumber keunggulan kompetitif bagi entitas bisnis.

2. LITERATURE REVIEW (STUDI PUSTAKA)

Pada dasarnya pemasaran suatu barang mencakup perpindahan atau aliran dari dua hal, yaitu aliran fisik barang itu sendiri dan aliran kegiatan transaksi untuk barang tersebut, mulai dari penjual, produsen sampai kepada pembeli konsumen akhir. Konsep pemasaran yang harus diketahui antara lain :

1. Kebutuhan adalah sebuah kondisi dimana kita merasa kekurangan atas satu barang tertentu, dan ada sebuah dorongan untuk memenuhinya.
2. Keinginan adalah kebutuhan manusia yang sudah dibentuk oleh budaya dan kepribadian individu. Artinya individu mungkin mempunyai kebutuhan yang sama, seperti kebutuhan makan, minum, atau pakaian. Namun, individu bisa memiliki keinginan yang berbeda karena sudah ada peranan budaya dan kepribadian.
3. Permintaan adalah keinginan manusia yang didukung oleh daya beli. Manusia dapat memiliki keinginan, namun ia belum tentu merupakan *demand* atas produk tertentu bila ia tidak memiliki daya beli.
4. Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan kepada pasar agar dapat dibeli, digunakan atau dikonsumsi, yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan mereka.
5. Nilai pelanggan adalah sekumpulan manfaat yang diharapkan oleh pelanggan dari produk atau jasa tertentu.
6. Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.
7. Relationship marketing merupakan istilah yang erat kaitannya dengan meraih dan menjaga kepuasan pelanggan.

8. Pasar, dirumuskan sebagai mereka yang membeli barang sekarang, termasuk mereka yang potensial untuk membeli barang dari kita.

2.2. Pengembangan Usaha

Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas (Anoraga, 2007:66). Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar.

Kegiatan bisnis dapat dimulai dari merintis usaha (starting), membangun kerjasama ataupun dengan membeli usaha orang lain atau yang lebih dikenal dengan *franchising*. Namun yang perlu diperhatikan adalah kemana arah bisnis tersebut akan dibawa. Maka dari itu, dibutuhkan suatu pengembangan dalam memperluas dan mempertahankan bisnis tersebut agar dapat berjalan dengan baik. Untuk melaksanakan pengembangan bisnis dibutuhkan dukungan dari berbagai aspek seperti bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, SDM, teknologi dan lain-lain.

2.3. Diversifikasi Produk

Menurut Kotler dan Gary Amstrong (2008), diversifikasi produk merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kinerja bisnis yang ada dengan jalan mengidentifikasi peluang untuk menambah bisnis menarik yang tidak berkaitan dengan bisnis perusahaan saat ini.

Menurut Effendy (2001:109), diversifikasi produk didefinisikan sebagai suatu perluasan pemilihan barang dan jasa yang dijual oleh perusahaan dengan jalan menambah produk baru atau jasa ataupun memperbaiki tipe, warna, model, ukuran, jenis dari produk yang sudah ada dalam rangka memperoleh laba maksimal. Menurut Fandy Tjiptono, diversifikasi produk dapat dilakukan melalui tiga cara, yaitu:

- a) Diversifikasi Konsentris adalah produk-produk baru yang diperkenalkan memiliki kaitan atau hubungan dalam hal pemasaran, teknologi dengan produk yang sudah ada.
- b) Diversifikasi Horizontal adalah penambahan produk-produk baru yang tidak berkaitan dengan produk yang sudah ada, tetapi dijual kepada pelanggan yang sama.
- c) Diversifikasi Konglomerat adalah produk-produk yang dihasilkan sama sekali baru tidak memiliki hubungan dalam hal pemasaran maupun teknologi dengan produk yang sudah ada dan dijual kepada pelanggan yang berbeda.

Menurut J. Nijman (1997), diversifikasi sebagai suatu bagian daripada strategi produk ialah perluasan pengembangan barang dan jasa yang telah ditawarkan oleh perusahaan, dengan jalan penambahan produk atau jasa yang baru. Yang dimaksud baru, yakni di dalam rangka pengembangan barang yang ada. Dalam hal ini, dibedakan antara diversifikasi *praktis*, yang berarti peningkatan jumlah warna, model, ukuran, dan sebagainya, dengan diversifikasi *strategis*, yang mengandung konsekuensi produk yang *sama sekali berlainan*.

Adapun tujuan strategi diversifikasi produk (Fandy Tjiptono, 2005) adalah:

- a) Meningkatkan pertumbuhan bila pasar atau produk yang ada telah mencapai tahap kedewasaan dalam *Product Life Cycle (PLC)*.
- b) Menjaga stabilitas, dengan jalan menyebarkan fluktuasi laba.
- c) Meningkatkan kredibilitas di pasar modal.

Menurut Fandy Tjiptono(2005),menjelaskan tentang manfaat strategi diversifikasi yaitu:

- a) Perusahaan dapat mengerahkan *full capacity* karena tidak tergantung pada satu macam produk.
- b) Dapat memaksimalkan profitnya dengan cara mengadakan ekspansi pemisahan.
- c) Penemuan-penemuan baru yang menguntungkan bagi calon konsumen.

Dengan mengadakan strategi diversifikasi produk, perusahaan tidak bergantung pada satu pasar saja

3. RESEARCH METHODS (METODE)

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tutorial, dan diskusi. Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

- a. Langkah pertama (Metode Ceramah): Peserta diberikan motivasi agar memiliki kemauan untuk menerapkan strategi diversifikasi produk dalam kegiatan usahanya. Selain itu, peserta diberikan materi gambaran umum tentang pemasaran dan peran penting pemasaran bagi UM. Langkah pertama diselenggarakan selama 1 jam.
- b. Langkah kedua (Metode Tutorial): Peserta pelatihan diberikan materi manajemen mulai dari pemasaran produk sampai dengan pengembangan produk. Langkah kedua diselenggarakan selama 4 jam.
- c. Langkah ketiga (Metode Dialog): Peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan pemasaran UM yang selama ini dihadapi. Langkah ketiga diselenggarakan selama 30 menit

4. RESULT AND DISCUSSION (HASIL PENGABDIAN)

4.1. Sub-sesi

4.1.1. Sub-sub sesi 1

Khalayak sasaran pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah peserta usaha mikro (UM) di Desa Meranjat Kabupaten Ogan Ilir dengan jumlah 30 orang pelaku usaha UM. Penetapan sasaran ini merupakan suatu upaya untuk memberikan kemudahan bagi para pelaku UM di Desa Meranjat dalam melaksanakan kegiatan usahanya dan dapat bertahan di dalam persaingan industry lainnya, maka diperlukan penerapan strategi kompetitif dalam pengembangan usaha mikro. Lebih jauh dari itu, harapannya peserta pelatihan dapat menularkan ilmu yang didapatkan kepada pelaku UM lain yang berada di sekitarnya

Berdasarkan data yang ada, usaha ini harus melalui tiga tahapan pemasaran sebagai berikut

1. Penyediaan sarana prasarana pembukuan yang tidak pemilik ketahui Pemasaran massal; penjual melakukan produksi secara besar-besaran (*massal*) dengan distribusi massal mempromosikan secara massal satu produk untuk seluruh pembeli.
2. Pemasaran dengan diferensiasi produk; penjual menghasilkan dan memasarkan dua atau lebih produk dengan perbedaan penampilan, gaya, mutu, ukuran, dan sebagainya.
3. Pemasaran sasaran (*target marketing*); penjual dan produsen membedakan di antara banyak segmen pasar tersebut sebagai sasaran pasar, dan mengembangkan atau menetapkan produk serta acuan pemasaran (*marketing mix*) yang berlaku untuk masing-masing segmen sebagai sasaran pasar itu.

4.1.1. Sub-sub sesi 2

Pada hari kedua peserta berdialog dan berdiskusi tentang aspek-aspek kewirausahaan, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, control kualitas, mesin-mesin dan teknik pemasaran terjadi. Beberapa dari peserta masih kebingungan untuk memperbaiki atau mempertahankan kualitas produk, meningkatkan efisiensi, dan produktivitas dalam produksi. Sesi ini cukup menyita waktu karena pembahasan kendala-kendala serius bagi teknik produksi dan pengembangan produk..

Pelatihan mengenai pengembangan produk memiliki tujuan yang ingin dicapai adalah memberikan pemahaman kepada produsen UM kue semprong untuk melakukan perluasan pengembangan produk dalam hal strategi diversifikasi dan dapat memperoleh penambahan produk baru serta dalam rangka pengembangan produk.

4.2. Tabel, Gambar dan skema

Tabel dan Gambar

Kegiatan pelatihan mengenai pengembangan produk di Desa Meranjat untuk memberikan pemahaman kepada produsen UM kue semprong dalam melakukan perluasan pengembangan produk dalam hal strategi diversifikasi dan dapat memperoleh produk baru ataupun dalam rangka pengembangan produk yang telah ada. Adapun pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dilakukan dua tahap selama dua hari. Dengan susunan kegiatan pengabdian adalah sebagai berikut:

Materi	
Hari I	Perkenalan dan Pemahaman mengenai pemasaran dan konsep pemasaran
	Istirahat, Sholat dan Makan
	Semua hal mengenai pembukuan akuntansi
Hari II	Proses teknis pengembangan produk usaha mikro (UM)
	Istirahat, Sholat dan Makan
	Metode diversifikasi produk pada UM yang tepat guna.
	Review dan diskusi masalah pemasaran UM



Pembelajaran monolog, merupakan pembelajaran orang dewasa adalah dengan cara memberikan materi satu arah kepada peserta. Peserta memberikan arahan dari narasumber berbagai materi dan arahan teknis pengisian formulir. Dalam proses pelatihan ini diusahakan memberikan beberapa contoh pencatatan berkaitan dengan *value* bagi pelaku UM untuk menerapkan strategi kompetitif dalam pengembangan usaha mikro.

Pelatihan yang diberikan kepada peserta pelatihan menggunakan metode pembelajaran pedagogi. Metode ini memberikan pelatihan kepada peserta dimana peserta dianggap sebagai orang dewasa. Pembicaraan memberikan pelatihan dengan monolog kemudian dilanjutkan dengan cara dialog dua arah antara narasumber dengan peserta.



diperoleh dari kegiatan pemasaran yang dilakukan UM untuk produknya.

Usaha Mikro (UM) kue semprong merupakan salah satu usaha mikro yang bergerak dibidang kuliner yang terdapat di Desa Meranjat. Usaha ini berkembang dan diminati kalangan masyarakat khususnya ibu rumah tangga. Walaupun usaha mikro “kue semprong” harus pandai berjaga-jaga apabila sewaktu terjadi krisis ekonomi keluarga. Salah satu upaya yang dilakukan adalah strategi pemasaran yang sukses ditentukan oleh tingkat kepuasan konsumen yang

Atas dasar ini maka dapat dikatakan bahwa tujuan dan sasaran pemasaran produk adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen produk tersebut, dimana perlu ditetapkan strategi pemasaran yang tepat.

Faktor keuangan seringkali dipertimbangkan sebagai ukuran terbaik atau kekuatan posisi persaingan UM. Penetapan kekuatan dan kelemahan keuangan UM merupakan hal yang penting dalam formulasi strategi secara efektif. Dengan tidak



adanya pemasaran yang pasti menjadi kendala utama usaha mikro “kue semprong” dalam hal pengembangan usaha. Faktor yang harus dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah keadaan pasar atau persaingan, perkembangan teknologi, keadaan ekonomi, peraturan dan kebijakan pemerintah, keadaan sosial budaya dan keadaan politik. Masing-masing faktor ini dapat menimbulkan adanya kesempatan atau ancaman/hambatan bagi pemasaran produk suatu UM. Faktor internal bagi UM yang dianalisis dalam penyusunan strategi pemasaran adalah faktor yang terkait dengan pelaksanaan fungsi UM, yang meliputi keuangan/pembelanjaan, pemasaran, produksi dan sumber daya manusia.

5. CONCLUSIONS (KESIMPULAN)

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini, dapat disimpulkan: Kegiatan pengabdian ini dapat dikategorikan berhasil. Hal ini ditunjukkan dengan hadirnya 30 pelaku usaha mikro (UM) kue semprong di desa Meranjat diatas target yang diharapkan 20 pelaku UM. Peserta yang mengikuti secara aktif dan antusias kegiatan pelatihan ini sampai selesai untuk mendapatkan pemahaman yang memadai dan merasakan manfaat pelatihan mengenai pengembangan produk di Desa Meranjat dalam hal strategi diversifikasi

ACKNOWLEDGMENTS (UCAPAN TERIMA KASIH)

Pada kesempatan ini kami mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Sriwijaya atas bantuan dananya sekaligus ucapan terimakasih untuk Kepala Desa Meranjat dan para usaha mikro (UM) di Desa Meranjat yang telah berpartisipasi dalam kegiatan ini serta semua pihak yang telah membantu pelaksanaan kegiatan PPM ini dan tim dalam melakukan pengabdian di desa meranjat ini.

Tentunya laporan ini masih terdapat kekurangan dalam penyampaiannya, oleh karena itu besar harapan kami akan ada saran dan masukan guna kesempurnaan laporan pelaksanaan PPM. Semoga bermanfaat

REFERENCES (REFERENSI)

American Marketing Association. (2003). *Perilaku Konsumen dan Implikasi dalam Strategi Pemasaran*. Terjemahan Nugroho Setiadi J. PT. Prenada Media. Jakarta.

Effendy Rustam. (2001). *Marketing Manajemen*. Penerbit Institut Ekonomi dan Manajemen: Malang.

R.S.H.J.Nijman, S.E Van Der Wolk. 1997. *Strategi Pemasaran Modern*. PT Erlangga: Jakarta.

Kotler, Philip. (1997). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta : Prenhallido.

Kotler, Philip., dan Armstrong, Gary. (2008). *Principles Of Marketing*, International Edition. Jilid 12. Prentice Hall, London.

Miller dan Layton. (2000). *Pemasaran Jasa*. Dikutip dari <http://windasirumapea.wordpress.com/2003/01/konsep-dasar-pemasaran-jasa-dan-ruang-lingkup-pemasaran-jasa//>, pada tanggal 23 Maret 2018.

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 30 Tahun 2006 Tentang Tatacara Penyerahan Urusan Pemerintah Kabupaten/Kota ke Desa.

Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 2015 Tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 43 Tahun 2014 Tentang Desa.

Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 111 Tahun 2014 Tentang Pedoman Teknis Penyusunan Peraturan Desa.

Tjiptono, Fandy. (2005). *Pemasaran Jasa*. Edisi pertama. Bayu medi Publishing: Malang.

Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. CV. Andy Offset: Yogyakarta.

