

Sosialisasi Strategi Penentuan Harga Dan Pengembangan Marketing Produk Sawi Pakcoy

Eliza Sari Ayu¹, Dea Afria Fernanda², Donisia Sati³, Yosi Ara Garbela⁴, Arifatul Safitri⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas PGRI Kanjuruhan Malang, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Eliza Sari Ayu

E-mail: elizasariaayu@gmail.com

Abstrak

Produk yang dikembangkan oleh penulis adalah tanaman sawi. Kegiatan memanen sawi ini dilakukan pada setiap hari sabtu/minggu di beberapa titik lahan anggota kelompok sawi. Latar belakang kegiatan yang dilakukan di Posyandu Dusun Mondoroko, serta memiliki tujuan yang dimana kami memberikan arahan kepada ibu-ibu pengiat kampung sawi bagaimana strategi penentuan harga dan pengembangan marketing menggunakan media sosial serta media massa agar inovasi produk Nugget yang ditawarkan dapat dikembangkan oleh ibu-ibu pengiat kampung sawi. Metode kegiatan yang dilakukan pada kegiatan ini dilakukan dengan beberapa tahapan mulai dengan Perizinan dan koordinasi ke kantor desa, Survey lokasi kegiatan, Pelaksanaan program Sosialisasi strategi penentuan harga dan pengembangan marketing dalam memunculkan inovasi baru pada produk sawi pakcoy dan dokumentasi serta Evaluasi.

Kata kunci – Strategi, Harga, Pemasaran, Sawi

Abstract

The product developed by the author is mustard greens. This mustard harvesting activity is carried out every Saturday / Sunday at several points of the mustard group members' land. The background of the activities carried out at Posyandu Dusun Mondoroko, and has a goal where we provide direction to the mustard village activist women on how to start pricing strategies and marketing development using social media and mass media so that the Nugget product innovation offered can be developed by the mustard village activist women. The method of activities carried out in this activity is carried out in several stages starting with Licensing and coordination to the village office, Survey of activity locations, Implementation of the program Socialization of pricing strategies and marketing development in generating new innovations in pakcoy mustard products and documentation and Evaluation.

Keywords - Strategy, Price, Marketing, Mustard

PENDAHULUAN

Desa Banjararum merupakan desa yang terletak di kecamatan Singosari, Kabupaten Malang, Provinsi Jawa Timur, dengan jumlah penduduk sejumlah 17.055 jiwa dengan perincian 8.799 jumlah penduduk laki-laki dan 8.589 penduduk perempuan (Lahardo, 2021). Desa Banjararum merupakan Desa terbesar kedua di Kecamatan Singosari yang terletak di sebelah utara Kabupaten Malang, terdiri dari 3 Dusun, 16 RW, dan 78 RT dengan batas-batas sebagai berikut : Sebelah Utara : Desa Watugede Kec. Singosari Sebelah Selatan : Kelurahan Bale Arjosari Kec. Blimbing Sebelah Barat : Desa Tunjungtirto Kec. Singosari Sebelah Timur : Desa Tirtomoyo Kec. Pakis. Desa Banjararum memiliki luas wilayah 427.190 Ha terdiri dari : Pemukiman ABRI : 1 Unit Asrama Polisi Pemukiman Real-Estate : 113 Ha Pemukiman Umum, : 25.144 Ha Luas Bangunan Desa Banjararum sebagai berikut : Perkantoran & Sekolah : 76.34 Ha Pasar Kempyeng : 0,125 Ha.

Mayoritas masyarakat desa Banjararum beragama Islam dan rata-rata penduduk dengan mata pencaharian pertanian sebagai sumber penghasilan. Dengan sektor pertanian menjadi salah satu sektor utama di Desa Banjararum. Hal ini diperkuat dengan adanya kelompok tani yang bernama “ Poktan Morodadi ” yang beralamat di salah satu Dusun yaitu Dusun Tanjung. Poktan Morodadi sendiri nantinya akan dijadikan wisata edukasi pertanian. Selain itu, karena mayoritas dari Desa Banjararum adalah persawahan, Desa Banjararum menjadi pilot project oleh Kabupaten Malang. Dimana setiap hektar sawah di Desa Banjararum bisa menghasilkan kurang lebih 10 Ton padi.

Salah satu produk yang dikembangkan oleh penulis adalah tanaman sawi. Kegiatan memanen sawi ini dilakukan pada setiap hari sabtu/minggu di beberapa titik lahan anggota kelompok sawi, setelah melakukan panen semua hasil panen di sortir dan di timbang setelah itu di jual di Surabaya. Dalam Memunculkan Inovasi Baru Pada Produk Sawi Pakcoy. Melatarbelakangi kegiatan yang dilakukan di Posyandu Dusun Mondoroko, serta memiliki tujuan yang dimana memberikan arahan kepada ibu-ibu pengiat kampung sawi bagaimana strategi penentuan harga dan pengembangan marketing menggunakan media sosial serta media massa agar inovasi produk Nugget yang di tawarkan dapat dikembangkan oleh ibu-ibu pengiat kampung sawi.

METODE

Metode kegiatan yang dilakukan pada kegiatan ini dilakukan dengan beberapa tahapan mulai dengan Perizinan dan koordinasi ke kantor desa, Survey lokasi kegiatan, Pelaksanaan program Sosialisasi strategi penentuan harga dan pengembangan marketing dalam memunculkan inovasi baru pada produk sawi pakcoy dan dokumentasi serta Evaluasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi pemasaran merupakan salah satu komponen penting dalam pengendalian perusahaan (Lubis, 2004). Unsur harga menjadi isu yang relevan ,di antara berbagai unsur dalam strategi pemasaran, bila dikaitkan dengan kondisi ekonomi nasional yang sedang menghadapi krisis saat ini. Dengan kata lain faktor harga menjadi salah satu masalah utama yang harus dipertimbangkan oleh marketer (Secapramana, 2000). Sosialisasi Strategi Penentuan Harga dan Pengembangan Marketing Dalam Memunculkan Inovasi Baru Pada Produk Sawi Pakcoy. Melatarbelakangi kegiatan yang dilakukan di Posyandu Dusun Mondoroko, serta memiliki tujuan yang dimana kami memberikan arahan kepada ibu-ibu pengiat kampung sawi bagaimana strategi penentuan harga dan

pengembangan marketing menggunakan media sosial serta media massa agar inovasi produk Nugget yang kami tawarkan dapat dikembangkan oleh ibu-ibu pengiat kampung sawi



Gambar 1.

Kegiatan Sosialisasi Penentuan Harga dan Pengembangan Marketing

KESIMPULAN

Strategi pemasaran merupakan salah satu komponen penting dalam pengendalian perusahaan. Unsur harga menjadi isu yang relevan ,di antara berbagai unsur dalam strategi pemasaran, bila dikaitkan dengan kondisi ekonomi nasional yang sedang menghadapi krisis saat ini. Latar belakang kegiatan yang dilakukan di Posyandu Dusun Mondoroko, serta memiliki tujuan yang dimana kami memberikan arahan kepada ibu-ibu pengiat kampung sawi bagaimana startegi penentuan harga dan pengembangan marketing menggunakan media sosial serta media massa agar inovasi produk Nugget yang kami tawarkan dapat dikembangkan oleh ibu-ibu pengiat kampung sawi

DAFTAR PUSTAKA

- Lahardo, D. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Dalam Penatalaksanaan Hipertensi Pada Lansia Untuk Menciptakan Lansia Sehat Dan Mandiri Di Desa Banjararum Kec. Singosari Kab, Malang. *Jurnal Humanis (Jurnal Pengabdian Masyarakat ISTEK ICsada Bojonegoro)*, 6(2), 7–12.
- Lubis, A. N. (2004). Strategi Pemasaran dalam persaingan bisnis.
- Secapramana, L. V. H. (2000). Model dalam strategi penetapan harga. *Unitas*, 9(1), 30–43.