

MANAJEMEN PEMASARAN BERBASIS ONLINE BAGI USAHA RUMAHAN SUSU KEDELAI

Riski Nur Istiqomah Dinnullah¹, Yuniar Ika Putri Pranyata²

^{1,2} Universitas Kanjuruhan Malang, Malang

Jl. S. Supriyadi No. 48 Malang, (0341) 801488

E-mail: ky2_zahra@unikama.ac.id

Abstrak

Susu kedelai merupakan produk minuman berbahan baku kedelai dengan tujuan untuk meningkatkan konsumsi protein. Susu kedelai telah banyak dikenal sebagai susu alternatif pengganti susu sapi bagi orang yang alergi dan tidak menyukai susu sapi atau bagi mereka yang tidak dapat menjangkau harga susu sapi yang relatif mahal. Proses pengolahan kedelai menjadi susu kedelai yang baik dapat menciptakan nilai tambah dan juga nilai guna dari produk tersebut sehingga dapat meningkatkan perkembangan UKM susu kedelai saat ini. Mitra pada kegiatan ini adalah UKM susu kedelai milik Bapak Salim dan Ibu Farida Yati yang berada di Kelurahan Bugul Lor, Kecamatan Panggung Rejo, Kota Pasuruan. Pada industri rumahan tersebut, manajemen pemasaran yang dilakukan hanya terbatas pada produk yang dititipkan pedagang keliling, warung dan toko yang berada didekat tempat produksi. Kurangnya manajemen pemasaran tersebut tentunya menyebabkan kurang luasnya daerah pemasaran produk. Oleh karena itu, diperlukan suatu manajemen pemasaran yang berbasis online. Melalui pemanfaatan media sosial ini, selain memperluas area pemasaran, masyarakat dapat mengenal susu kedelai yang diproduksi UKM tersebut.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran, Online, Susu Kedelai, UKM

Abstract

Soy milk is a beverage product made from soybeans in order to increase protein consumption. Soy milk has been widely known as alternative milk to cow's milk for people who are allergic and do not like cow's milk or for those who can not reach the price of cow milk is relatively expensive. Processing soybeans into good soy milk can create added value and the value of the product so that it can improve the development of UKM soy milk. Partners in this activity are Mr. Salim and Mrs. Farida Yati UKM's are located in Kelurahan Bugul Lor, Panggung Rejo Subdistrict, Pasuruan City. In the home industry, marketing management is done only limited to the products that are entrusted by traveling traders, stalls and shops near the production site. Lack of marketing management is certainly caused less widespread area of product marketing. Therefore, an online marketing management is required. Through the utilization of social media, in addition to expanding the marketing area, people can recognize the soy milk produced by the UKMs.

Keywords: Marketing Management, Online, Soy Milk, UKM

1. PENDAHULUAN

Kedelai (*Glycyne max* (L) Merrill) merupakan tanaman kacang-kacangan yang saat ini banyak diolah menjadi berbagai macam pangan olahan. Tanaman ini memiliki kandungan gizi yang sangat besar diantaranya 35% protein, 85% asam lemak tak jenuh, dan 35% karbohidrat [1].

Kandungan dari vitamin kedelainya juga sangat lengkap. Kedelai mengandung vitamin seperti tiamin, riboflavin, niasin, piridoksin, asam pantotenat, biotin, asam askorbat dan inositol, disamping itu kedelai juga mengandung provitamin A (karoten). Vitamin lain yang terkandung dalam jumlah cukup banyak adalah vitamin E dan K. sedangkan vitamin A dan D terkandung dalam jumlah yang sangat sedikit. Kedelai juga banyak mengandung kalsium dan fosfor sedangkan zat besi terdapat dalam jumlah yang sangat sedikit (kurang dari 9%) [2].

Nilai gizi lengkap yang dimiliki oleh kedelai memberikan manfaat besar bagi tubuh. Selain harganya yang terjangkau, kedelai sangat mudah dijumpai di masyarakat. Hal inilah yang mendorong masyarakat banyak membuka industri rumah tangga atau UKM yang mengelola produk olahan berbahan dasar kedelai. Salah satu produk tersebut adalah susu kedelai.

Susu kedelai merupakan ekstrak frasi terlarut dari kedelai yang menjadi produk minuman dengan tujuan untuk meningkatkan konsumsi protein. Pola konsumsi protein cenderung difokuskan pada konsumsi protein nabati, karena sumber protein tersebut relatif mudah diperoleh dan harganya relatif murah serta bergizi tinggi [2]. Sementara itu, beberapa keunggulan susu kedelai selain harganya terjangkau adalah (1) susu kedelai cocok dikonsumsi untuk penderita laktose intolerant, (2) susu kedelai juga disarankan untuk penderita diabetes mellitus, (3) susu disukai oleh anak-anak/balita, dan (4) mudah dalam pembuatannya [3].

Susu kedelai telah banyak dikenal sebagai susu alternatif pengganti susu sapi bagi orang yang alergi dan tidak menyukai susu sapi atau bagi mereka yang tidak dapat menjangkau harga susu sapi yang mahal karena susu kedelai harganya lebih murah jika dibandingkan dengan susu hewani, serta susu kedelai memiliki nilai gizi yang baik dan cocok untuk dikonsumsi untuk semua golongan usia [4]. Perbedaan kandungan gizi susu kedelai dengan susu sapi dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Komposisi Susu Kedelai dan Susu Sapi per 100 Gram

Komposisi	Susu Kedelai	Susu Sapi
Air (%)	88,60	88,60
Kalori (kkal)	52,99	58,00
Protein (%)	4,40	2,90
Karbohidrat (%)	3,80	4,50
Lemak (%)	2,50	0,30
Vit. B1 (%)	0,04	0,04
Vit. B2 (%)	0,02	0,15
Vit. A (%)	0,02	0,20
Kalsium (mg)	15	100
Fosfor (mg)	49	90
Natrium (mg)	2	16
Besi (mg)	1,20	0,10
Asam lemak jenuh (%)	40-48	60-70
Asam lemak tak jenuh (%)	52-60	30-40
Kolesterol (mg)	0-9	0,24-9,9
Abu (g)	0,5	0,7

Data dari tabel 1 [2]., kandungan gizi susu sapi dari energi, lemak, karbohidrat, abu, kalsium, fosfor, natrium, vitamin B2 dan asam lemak jenuh lebih tinggi jika dibandingkan dengan kandungan gizi pada susu kedelai. Dapat juga diketahui bahwa kandungan gizi pada susu kedelai seperti air, protein, besi dan niasin lebih tinggi jika dibandingkan dengan susu sapi.

Beberapa industri rumahan yang mengelola usaha susu adalah UKM milik Bapak Salim dan

Ibu Farida Yati. UKM ini bertempat di Kelurahan Bugul Lor di wilayah Kecamatan Panggung Rejo, Kota Pasuruan. Pada UKM ini produksi susu kedelai dilakukan secara sederhana dengan menggunakan blender dan saringan kain. Produk susu kedelai mitra memiliki bermacam rasa, antara lain original, melon, strawberry dan coklat yang banyak diminati oleh masyarakat sekitar. Ada pula yang menjadi reseller untuk menjual kembali susu kedelai tersebut. Susu kedelai ini juga dijual di beberapa warung, toko-toko, pabrik maupun sekolah.

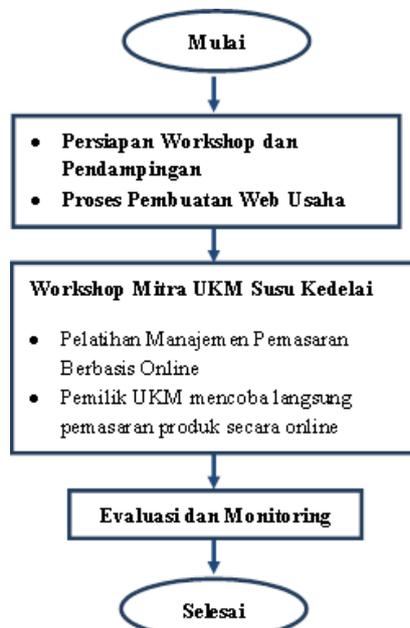
Setiap harinya, produksi susu kedelai yang dihasilkan oleh Bapak Salim kurang lebih sekitar 500 buah/hari yang dijual seharga Rp. 1.500,- dan omzet yang diperoleh sekitar 500.000/bulan. Sementara, Produksi susu kedelai yang dibuat oleh Ibu Yati sekitar 750 buah/hari yang dijual seharga Rp. 2.000,- dan omzet yang diperolehnya sekitar ± Rp. 750.000,-. Dalam produksinya Pak Salim dan Ibu Farida yati dibantu oleh 1 orang karyawan.

Pada industri rumahan tersebut, pemasaran dilakukan secara langsung dengan menitipkan produk di warung-warung maupun toko yang berada didekat tempat produksi. Padahal saat ini,

teknologi pemasaran sangat canggih. Hal ini tentunya menyebabkan pemasaran produk ini semakin menurun dan kala saing dengan produk minuman lainnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan pelatihan manajemen pemasaran yang dilakukan secara online dan beberapa jejaring sosial lainnya. Dengan mengguna-kan Hp Android, pemilik usaha akan dengan mudah mengakses penjualan produknya dengan mudah dan lebih efisien. Sehingga pelanggan dapat dengan cepat menerima info mengenai produk susu kedelai yang dijual oleh pemilik usaha rumahan ini. Dengan demikian, diharapkan nantinya melalui pelatihan ini dapat meningkatkan penjualan produk susu kedelai UKM tersebut.

2. METODE

Rencana kegiatan yang akan dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan pemilik usaha ini dapat dilihat pada gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Diagram Alir Pelaksanaan Kegiatan

Dari diagram di atas dapat dijelaskan rencana kegiatan yang akan dilakukan antara lain sebagai berikut:

2.1. Persiapan Workshop dan Pendampingan

Setelah mengidentifikasi permasalahan pemilik usaha rumahan susu kedelai, langkah selanjutnya adalah persiapan acara workshop dan pendampingan yaitu:

- a. Pembuatan web untuk pemasaran produk.
- b. Pembuatan akun produk di media sosial facebook, twitter, instagram, dll.

Kegiatan persiapan workshop yang tidak kalah pentingnya adalah komunikasi dengan mitra sebagai sasaran dari kegiatan ini dalam keikutsertaannya pada kegiatan workshop terutama dalam menentukan jadwal dan waktu pelaksanaan workshop.

2.2. Pelaksanaan Workshop dan Pendampingan

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, akan dilakukan workshop dan pendampingan secara langsung bersama mitra dalam pelatihan pemasaran produk susu kedelai melalui media online. Dalam kegiatan ini pemilik usaha juga akan mencoba mengakses secara langsung web produk yang telah dibuat dan beberapa akun produk di media sosial. *Trainer* yang akan mengisi kegiatan workshop adalah dari tim pengabdian masyarakat UNIKAMA yang dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 2. Jadwal Materi dan Pemateri

No	Materi	Pemateri
1	Workshop pemasaran produk berbasis online.	Riski Nur I. D.
2	Pelatihan akses web produk dan akun produk di media sosial.	Yuniar Ika P. P.

2.3. Partisipasi dari UKM Yoghurt

Dalam kegiatan ini, seluruhnya melibatkan partisipasi dari mitra secara langsung. Kegiatan ini dimaksudkan untuk menanamkan rasa kepemilikan mitra dalam kegiatan ini, sehingga dengan model partisipasi penuh dari mitra akan mensukseskan kegiatan pengabdian masyarakat ini serta dapat membantu dalam pemasaran produk dalam meningkatkan pendapatan usaha rumahan susu kedelai tersebut. Dengan demikian diharapkan kedepannya dapat membantu mitra untuk menghasilkan omzet yang lebih besar secara berkelanjutan.

2.4. Monitoring dan Evaluasi

Tahap monitoring dan evaluasi dilakukan agar proses keberlanjutan oleh mitra yang tentunya masih membutuhkan pembimbingan dalam proses pelaksanaan program. Dengan demikian tujuan dari tahap ini adalah sebagai berikut :

- a. Melihat perkembangan program yang telah dilaksanakan.
- b. Mengetahui kendala yang ada dalam proses pelaksanaan program.
- c. Mencari solusi terhadap masalah yang ada.

Proses monitoring dan evaluasi ini akan dilakukan oleh Tim bersama mitra. Dengan demikian, kendala maupun kekurangan yang terjadi dalam pelaksanaan program dapat diperbaiki menjadi lebih baik sehingga program yang dilaksanakan benar-benar efektif dan maksimal serta bersinergis.

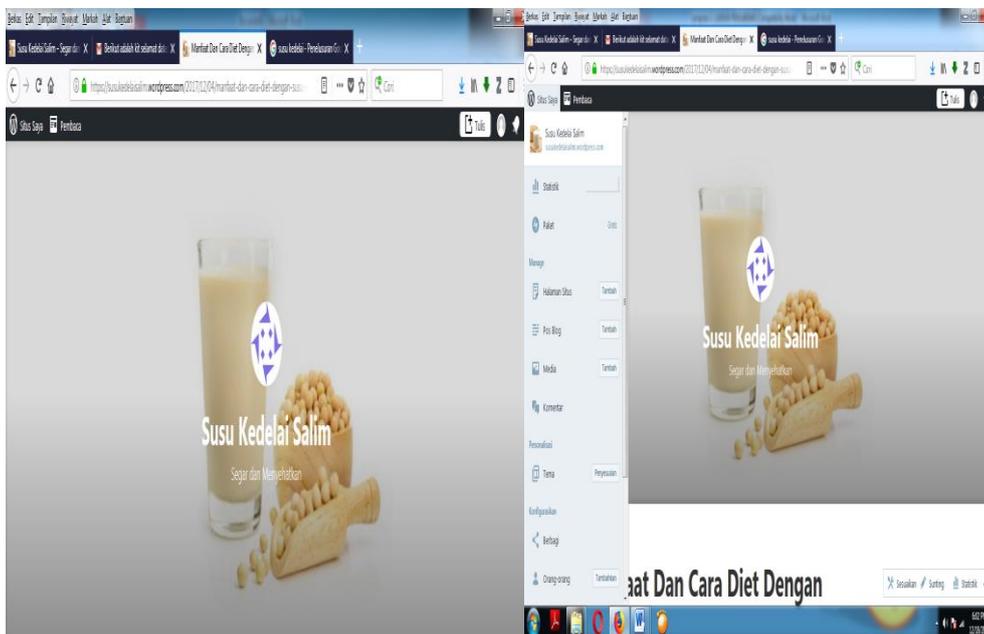
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Desain Web Pemasaran Susu Kedelai Online

Sebelum pelaksanaan kegiatan dilakukan, tim pengabdian membuat desain web untuk memasarkan susu kedelai secara online. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 6 Juni s/d 16 Juli 2017. Tahap-tahap yang dilakukan dalam pembuatan desain web ini adalah

- a. Observasi terhadap mitra untuk mengetahui kebutuhan web yang akan dibuat. Pada kegiatan ini, tim meminta kepada mitra untuk mengumpulkan foto-foto serta uraian singkat mengenai proses produksi kedelai yang ada di UKM tersebut. Hasil foto dan uraian singkat produksi nantinya akan dimasukkan dalam web sehingga masyarakat dapat mengetahui produksi susu kedelai UKM dari web yang dibuat dan nantinya dapat menarik minat pembeli untuk order susu kedelai dari mitra tersebut.
- b. Membuat portfolio online perusahaan. Pada tahap ini pilih platform online yang bisa membantu kamu membuat website yang cocok. Untuk membuat portfolio online perusahaan, bisa menggunakan Wordpress.com.
- c. Pengisian fitur. Tahap ini dilakukan pengisian nama domain dan konten yang akan dimasukkan dalam web.

Berikut ini desain web susu kedelai mitra.



Gambar 2. Desain Web Online Pemasaran Susu Kedelai Mitra

3.2. Pelaksanaan Workshop & Pendampingan

Untuk lebih jelasnya, urutan kegiatan pengabdian masyarakat ini diberikan sebagai berikut:

Tabel 3. Urutan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Waktu	Kegiatan	Tempat
Observasi	4 Mei 2017	Rumah Bapak Salim & Ibu Yati
Koordinasi tim	12 Mei 2017	UNIKAMA
Persiapan kegiatan (Desain Web)	6 Juni - 22 Juli 2017	UNIKAMA
Diskusi Tim sebelum kegiatan	24 Juli 2017	AMA
Pelaksanaan Workshop	2 Agustus 2017 & 5 Agustus 2017	Rumah Bapak Salim & Ibu Yati
Pelaksanaan Pendampingan	13 Agustus 2017 & 18 Agustus 2017	Rumah Bapak Salim & Ibu Yati
Evaluasi Tim dengan Mitra	25 Agustus 2017 & 27 Agustus 2017	Rumah Bapak Salim & Ibu Yati
Diskusi antar Tim untuk perbaikan usaha ke depan	15 September 2017	UNIKAMA
Diskusi tim dengan mitra perbaikan usaha ke depan	20 September 2017	Bapak Salim & Ibu Yati
Pembuatan laporan	2 November 2017	UNIKAMA

3.3. Kegiatan Workshop

Pelaksanaan kegiatan pelatihan dan pendampingan proses pembukuan keuangan usaha rumahan susu kedelai ini diadakan dua kali. Kegiatan pelatihan yang pertama dilaksanakan pada tanggal 2 Agustus 2017 pada jam 09.30 WIB di rumah Bapak Salim sedangkan kegiatan pelatihan yang kedua dilaksanakan tanggal 5 Agustus 2017 jam 10.00 WIB di rumah Ibu Yati.

Kegiatan workshop pengabdian yang diadakan, meliputi:

- Menunjukkan web online untuk pemasaran produk susu kedelai.
- Mengajarkan kepada mitra cara menggunakan web.
- Mengajarkan cara mengelola dan *maintenance* web.
- Tanya-Jawab & Evaluasi.

Kegiatan workshop ini diikuti oleh mitra dengan didampingi oleh keluarga yang membantu mitra dalam proses produksi susu kedelai tersebut. Selama kegiatan workshop, mitra menyimak materi yang disampaikan mitra selama 1,5 jam. Respon mitra dalam kegiatan ini sangat baik. Hal ini dilihat dari seringnya mitra bertanya tanpa sungkan apabila ada materi yang tidak dipahami oleh mitra. Hingga akhir kegiatan workshop ini, mitra mengikuti materi yang diberikan dengan tertib.

Setelah kegiatan ini dilaksanakan kami melaksanakan evaluasi bersama pemilik UKM mengenai kegiatan workshop yang telah dilaksanakan. Berdasarkan hasil evaluasi diperoleh keterangan bahwa para peserta telah memahami materi-materi yang disampaikan oleh Tim Pengabdian, namun ada beberapa masalah yang perlu diselesaikan bersama, antara lain:

- Minimnya pengetahuan mitra mengenai manajemen pemasaran online.
- Peserta belum dapat mengoperasikan maupun mengelola web tersebut dengan baik.

Dari hasil evaluasi ini kegiatan dilanjutkan dengan kegiatan pendampingan terhadap mitra secara langsung baik pada pengetahuan mengenai manajemen pemasaran online maupun proses pengoperasian web pemasaran.

3.4. Kegiatan Pendampingan Mitra

Kegiatan Pendampingan Mitra dilaksanakan selama satu hari yaitu pada Kegiatan pelatihan yang pertama dilaksanakan pada tanggal 13 Agustus 2017 pada jam 09.30 WIB di rumah Bapak Salim sedangkan kegiatan pelatihan yang kedua dilaksanakan tanggal 18 Agustus 2017 jam 10.00 WIB di rumah Ibu Yati. Urutan kegiatan pendampingan ini diberikan sebagai berikut:

- a. Pengoperasian web pemasaran langsung oleh mitra.
- b. *Maintenance* web secara mandiri dengan didampingi oleh Tim Pengabdian.
- c. Tanya-Jawab & Evaluasi.



Gambar 3. Kegiatan Pendampingan

Pada kegiatan pendampingan ini terlihat mitra sudah mampu mengoperasikan dan mengelola web dengan baik. Hal ini terlihat dari langkah-langkah pengoperasian web yang digunakan oleh mitra sudah tepat selama proses pendampingan. Namun dalam kegiatan ini, masih ada beberapa kali pertanyaan yang diberikan ke tim pengabdian apabila ada yang kurang dipahami.

3.5. Evaluasi dan Keberlanjutan

Tahap evaluasi dilakukan agar terjadi proses keberlanjutan oleh mitra yang tentunya masih membutuhkan pembimbingan dalam proses pelaksanaan program. Dengan demikian tujuan dari tahap ini adalah sebagai berikut :

- a. Melihat perkembangan program yang telah dilaksanakan.
- b. Mengetahui kendala yang ada dalam proses pelaksanaan program.
- c. Mencari solusi terhadap masalah yang ada.

Tabel 4. Hasil Evaluasi Kegiatan

No.	Kendala Saat Kegiatan	Penyelesaian
1	Ada beberapa pemahaman yang kurang akan manajemen pemasaran online	Peserta diberikan workshop mengenai manajemen pemasaran secara online
2	Kurang lancarnya pengoperasian web	Peserta perlu untuk mencoba lagi secara berulang-ulang agar lebih lancar dalam mengelola web

Proses evaluasi ini dilakukan oleh tim bersama mitra. Selanjutnya akan dilakukan diskusi antar tim untuk mencari enyelesaian dari kendala yang dihadapi pada saat kegiatan. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan kedepannya usaha rumah tangga susu kedelai tersebut dapat memiliki pengelolaan pemasaran yang lebih tertata dengan baik dan rapi sehingga nantinya dapat berimbas pada pengembangan usaha menjadi lebih baik lagi.

4. KESIMPULAN

Program pengabdian masyarakat dengan judul “Manajemen Pemasaran Berbasis Online bagi Usaha Rumahan Susu Kedelai” yang diadakan oleh tim telah berjalan dengan baik dan lancar serta mendapatkan respon yang baik dari peserta pelatihan. Selain itu, kegiatan ini pun sangat memberikan manfaat yang besar bagi para pemilik usaha mengingat pengetahuan mengenai manajemen pemasaran harus lebih dipahami oleh pelaku usaha. Terlebih lagi saat ini, sistem online telah menguasai perdagangan yag ada di Indonesia. Adanya kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan pelanggan dari UKM mitra yang nantinya berimbas pada peningkatan kesejahteraan bagi para pelaku usaha ini.

- [1] R. Endrasari and D. Nugraheni, "Pengaruh Berbagai Cara Pengolahan Sari Kedelai Terhadap Penerimaan Organoleptik," in *Seminar Nasional Optimalisasi Pekarangan*, Semarang, 2012.
- [2] P. Picauly, J. Talahatu, and M. Mailoa, "Pengaruh Penambahan Air Pada Pengolahan Susu Kedelai," *Agritekno Jurnal Teknologi Pertanian*, vol. 4, no. 1, pp. 8-13, 2015.
- [3] S. Koswara, *Teknologi Pengolahan Kedelai Menjadikan Makanan Bermutu*, 1st ed. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1992.
- [4] S. Koswara. (2006) Isoflavon Senyawa Multi Manfaat dalam Kedelai. [Online]. <http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/123456789/30646/www.ebookpangan.com%20ARTIKELI%20SOF%20LAVON%2c%2520ZAT%2520MULTI%2520MANFAAT%2520%2520DALAM%2520KEDELAI.pdf>