

**PENERAPAN MANAJEMEN PEMASARAN PADA
UMKM “MENTOK MBAH SLAMET”**



LAPORAN KULIAH KERJA USAHA

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Program Studi Strata I Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Surakarta

Disusun oleh

ERLANGGA HAMBALI

19.13.0007

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SURAKARTA
2023**

LEMBAR PENGESAHAN

PENERAPAN MANAJEMEN PEMASARAN PADA UMKM “MENTOK MBAH SLAMET”

Disusun oleh:
Erlangga Hambali
19.13.0007

Telah disetujui dan disahkan dengan baik oleh Pembimbing Laporan Kuliah Kerja
Usaha, guna melengkapi persyaratan untuk menempuh mata kuliah Tugas Akhir

Program Studi Manajemen

Surakarta, 31 Agustus 2023

Mengetahui,

Dosen Pembimbing Manajemen



Heny Kurnianingsih, S.E.,M.M
NIDN. 0615037501

Kepala Program Studi



Primadia Putri Harmastuti, B.Acc.,M.B.A
2022012205

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
LAPORAN KULIAH KERJA USAHA	1
A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. BIDANG KERJA DAN KEGIATAN	4
C. POKOK MASALAH	5
D. PEMBAHASAN	6
E. SIMPULAN DAN SARAN	11
DAFTAR PUSTAKA	13
LAMPIRAN.....	14

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Daftar Nama Anggota	2
Tabel 2. Program Kegiatan	6
Tabel 3. Range Harga Mentok	9

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grup Market Place	7
Gambar 2. Kondisi Ternak Mentok	14
Gambar 3. Aktivitas Pakan Mentok.....	14
Gambar 4. Proses Meracik Vitamin Pakan	15
Gambar 5. Foto Bersama Mentok.....	15
Gambar 6. Kondisi Mentok Siap Jual	16
Gambar 7. Penyerahan Bingkisan ke Pemilik Usaha.....	16
Gambar 8. Penyerahan Bingkisan ke Pegawai Lahan.....	17

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Dokumentasi kegiatan mahasiswa.....	14
--	----

LAPORAN KULIAH KERJA USAHA

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Berawal dari kebutuhan sumber daya manusia yang berkualitas, membuat setiap individu harus memiliki keunggulan untuk mampu bersaing dalam dunia kerja atau bisnis. Lebih lagi didorong oleh perkembangan globalisasi yang semakin pesat membuat persaingan di berbagai bidangpun semakin ketat. Kondisi ini tentu menjadi perhatian dunia pendidikan salah satunya perguruan tinggi, oleh karena itu STIE Surakarta menyelenggarakan mata kuliah KKU (Kuliah Kerja Usaha) sebagai salah satu komitmen untuk membina, membentuk serta melahirkan individu-individu yang memiliki keunggulan serta diharapkan dapat mengisi dan/atau menjadi bagian dari pelaku bisnis/dunia kerja. Keunggulan yang dimaksud tentunya bukan hanya pada tataran ilmu pengetahuan dan teknologi saja tetapi juga keunggulan akan kemampuan soft skill (komunikasi, kerjasama, serta tanggung jawab).

Hasil praktik dari pelaksanaan KKU adalah mengamati salah satu usaha mentok (bebek) di daerah Sukoharjo. “Mentok Mbah Slamet” lahir sejak Januari 2021 oleh Bapak Slamet, beliau memulai bisnisnya dari membeli anakan mentok kepada rekan kerja beliau dengan jumlah 20 ekor. Mentok tersebut beliau beli untuk dibesarkan sendiri dan dijual saat sudah berumur cukup dan memiliki bobot besar. Pemilik usaha sebelumnya memiliki kendala pada lahan ternak yang belum dimilikinya. Hanya bermodal lahan depan rumah, dan ternyata tidak cukup untuk usaha tersebut. Oleh karenanya, Mbah Slamet mencari mitra yang mempunyai lahan luas guna menunjang berternak secara berkelanjutan.

Tahun pertama, Mbah Slamet mengakui telah melewati banyak kegagalan. Mulai dari tempat ternak yang roboh diterpa angin, lalu harga jual lebih kecil dari total biaya operasional hingga banyak anakan mentok yang mati. Hal tersebut beliau katakan wajar karena memang diakui baru sedikit pengalaman dan kurang perhitungan. Namun hal tersebut tidak membuat usaha Mbah Slamet

terputus, karena Mbah Slamet menganggapnya sebagai guru atau pengalaman untuk menjadi lebih baik kedepannya. Mbah Slamet berharap dapat meminimalisir resiko kegagalan dan kerugian kedepanya.

Tabel 1. Daftar Nama Anggota

No.	Nama Anggota	Keterangan
1.	Sri Slamet	Pemilik Usaha
2.	Katman	Pemilik Lahan

Setelah berjalan beberapa bulan Mbah Slamet mencoba berkembang dengan mulai menentukan jenis pakan dengan kualitas dan harga terbaik yang tidak asal asalan seperti sebelumnya, karena dengan itu kita bisa menghasilkan banyak bibit anakan mentok yang akan dibesarkan dan akan mendapatkan mentok terbaik dari usaha kita sendiri. Mbah Slamet biasanya menyimpan stok nasi bekas yang masih layak di konsumsi hewan ternak di pasar Tirtomoyo sedangkan untuk katul beliau pesan di daerah Sukoharjo.

Saat ini tantangan yang dihadapi Mbah Slamet yaitu cuaca. Cuaca sangat mempengaruhi kepada kondisi kesehatan anakan menthok, sehingga harus mempunyai tempat yang khusus untuk bibit mentok yang umurnya 1 – 25 hari, mengingat kondisi tempat ternak yang tidak terlalu luas karena tempat tersebut beliau sewa dari pak Katman petani padi.

Mekanisme pemasaran atau penjualan, Mbah Slamet biasanya berkomunikasi dengan warga yang biasanya berjualan di pasar sehingga warga tersebut ketika membeli langsung dari Mbah Slamet dengan cukup murah lalu kemudian dijual kembali di pasar dengan harga pasaran. Mbah Slamet lalu menjual mentok yang sudah siap potong kepada warga sekitar yang akan menyelenggarakan

acara atau kegiatan dirumahnya, dan apabila hanya mengandalkan pemasaran seperti ini maka calon pembeli akan susah berkembang

Mbah Slamet belum menemukan cara pemasaran yang efektif untuk menarik banyak calon customer agar tertarik dengan produk yang ditawarkan. Apalagi di masa sekarang yaitu industry era 4.0 yang mengandalkan teknologi digital sebagai kunci utamanya.

Berdasarkan pemaparan diatas maka KGU ini mengambil judul “Penerapan Manajemen Pemasaran Pada UMKM Mentok Mbah Slamet” pada kegiatan Kuliah Kerja Usaha STIE Surakarta tahun 2022.

B. BIDANG KERJA DAN KEGIATAN

Bidang kerja ketika kegiatan KKU ini dimulai, tim KKU dalam hal ini saya sendiri berfokus pada bagian pemasaran dengan tujuan untuk memaksimalkan penjualan mentok yang sudah siap untuk dijual dipasaran sehingga akan mendapatkan keuntungan dan kegiatan operasional dapat terus berkembang, tentu hal ini sudah mendapatkan ijin dan langsung dibawah tanggung jawab pemilik usaha, meskipun pada pelaksanaan *riil* nya saya lebih sering membantu pemilik usaha dalam kegiatan perawatan dan pemeliharaan hewan mentok tersebut, mengingat keterbatasan personel yang ada pada usaha Mentok Mbah Slamet ini.

Kelemahan UMKM “Mentok Mbah Slamet” ini yaitu bagian Pemasaran, dan seiring kemajuan era industri 4.0 yang dimana memaksimalkan teknologi digital atau internet maka ada beberapa kegiatan dan saran yang berkaitan dengan peningkatan penjualan yaitu sebagai berikut:

- 1) Memanfaatkan internet dengan maksimal, seperti yang kita ketahui bahwa teknologi internet ini sangat berkembang pesat dan hampir semua golongan masyarakat pasti menggunakan internet untuk sehari harinya, baik dalam bidang pekerjaan hingga kegiatan rutin sehari harinya sehingga teknologi ini sangat cocok kita manfaatkan untuk mekanisme pemasaran atau penjualan mentok tersebut.
- 2) Memanfaatkan alat komunikasi digital, langkah selanjutnya yang dapat kita lakukan adalah memanfaatkan alat komunikasi digital contohnya seperti Facebook dan Whatsapp, tentu media komunikasi tersebut pasti bergantung pada internet sehingga langkah langkah ini akan selaras dengan kemajuan era industri 4.0 , dengan ini diharapkan mentok dari Mbah Slamet akan lebih menarik dan dikenal oleh masyarakat luas.
- 3) Memanfaatkan teknologi Handphone, guna membuat penawaran seperti flyer, video promosi, foto promosi, dsb.

C. POKOK MASALAH

Kendala yang dihadapi ketika melaksanakan Kuliah Kerja Usaha di “Mentok Mbah Slamet” Sukoharjo ini yaitu ternyata selama beliau mendirikan ternak Mentok tersebut dari awal hingga sampai saat ini, dalam proses melakukan penjualan selalu tidak maksimal, meskipun jika dilihat dari kualitas peternakan sudah cukup lumayan, baik dalam segi sarana dan prasarana kandang, lalu kualitas pakan serta panen Mentok yang baik dan sehat, hal seperti ini mungkin sering terjadi di beberapa peternakan yang lain dengan berbagai masalah yang berbeda beda. Bagi pelaku usaha jika memang kurang maksimal dalam penjualannya maka ini sangat berdampak bagi keberlangsungan peternakan tersebut, kurangnya dana operasional atau penjualan yang selalu merugi akan mempercepat peternakan untuk menutup tempat ternaknya.

Salah satu strategi yang selalu dilakukan pemilik usaha mentok adalah hanya merawat ternak dan menunggu hingga waktunya panen atau Mentok sudah berumur, lalu pelaku usaha menawarkan kepada Warga dilingkungan desa tersebut dengan berharap bahwa hewan Mentoknya banyak dibeli oleh Warga sekitar. Kebutuhan Warga akan hewan Mentok ini tentu bukan kebutuhan yang pokok atau primer bagi setiap orang, kecuali jika ada acara yang berlangsung mungkin salah satu pilihan menu makannya adalah daging Mentok, tentu hal ini mengakibatkan kurang maksimalnya penjualan tersebut, sementara untuk pakan harus selalu wajib dibeli pelaku usaha, sehingga pengeluaran yang besar dan rutin tapi lebih besar dari pemasukan tentu akan mengakibatkan pelaku usaha selalu merugi.

D. PEMBAHASAN

Penerapan Manajemen Pemasaran disini pemilik usaha melakukan langkah-langkah yang dimana memanfaatkan dan memaksimalkan teknologi digital dan internet sebagai alat utama pemasaran untuk mendapatkan lebih banyak calon pembeli kedepannya.

Tabel 2. Program Kegiatan

No.	Tanggal	Kegiatan Kunjungan Mahasiswa
1.	17 Juni 2022	Kunjungan ke UMKM, pengenalan dan wawancara dengan owner.
2.	9 juli 2022	Ikut aktif mengikuti kegiatan operasional, termasuk membeli pakan dan vitamin mentok sampai menyiapkan dan memberi makan mentok.
3.	16 Juli 2022	Terlibat langsung dalam tahap penjualan mentok yang sudah siap dipasarkan
4.	4 Agustus 2022	Wawancara mengenai dampak, saran atau kegiatan perbaikan dan penjualan kepada owner serta penyerahan bingkisan sebagai tanda terima kasih sudah menerima saya selaku mahasiswa yang ijin melaksanakan KKU di tempat beliau.

Langkah pertama dengan memberi saran mendaftarkan akun media sosial *Facebook* untuk selanjutnya mulai memasarkan mentok tersebut dimarket place ataupun grup khusus yang dimana didalamnya membahas tentang jual beli hewan

ternak yang berlokasi di daerah surakarta dan sekitarnya, kemudian lebih ditekankan untuk mencari market place atau grup yang sudah mempunyai banyak anggota, sehingga akan cukup luas jangkauan pemasarannya ketika mentok sudah siap panen. Iklan yang ditawarkan tentu harus menarik ketika dipromosikan di Media Sosial, kita informasikan lebih detail seperti kegiatan pelaku usaha dari cara perawatan, pemberian pakan, ukuran berat mentok, kondisi mentok serta informasi yang lain agar anggota grup yang melihat iklan tersebut dapat mengetahui kualitas produk dan dapat menarik minat anggota grup untuk membeli mentok dari Mbah Slamet tersebut.



Gambar 1. Grup Market Place

Pemilik usaha selanjutnya mencoba memasarkannya melalui media komunikasi *Whatsap*, karena memang sebelumnya Mbah Slamet ini tidak paham tentang media komunikasi maupun internet mengingat usia beliau yang sudah 60 tahun. Media sosial *Whatsapp* tersebut lebih menekankan di sharing informasi kepada kontak *Whatsapp* yang sudah disimpan pada penyimpanan Telepon, selanjutnya menyarankan supaya rutin membuat story di *Whatsapp* agar teman-teman *Whatsapp* yang lain dapat melihat langsung kegiatan Mbah Slamet, disamping itu manfaat dari pembuatan story tersebut bisa digunakan untuk media pemasaran ‘‘Mentok Mbah Slamet’’.

Tujuan utama dari langkah-langkah tersebut antara lain untuk mengenalkan lebih luas produk yang pelaku usaha tawarkan dengan memanfaatkan teknologi yang sudah menjadi kebutuhan primer masyarakat ini. Dengan lebih banyak yang mengenal produk dari pemilik usaha maka akan lebih banyak mendapatkan calon pembeli sehingga pemilik usaha tidak selalu mengandalkan pemasaran secara offline yang memang terbukti kurang efektif dalam melakukan penjualan dan ini berdampak negatif pada operasional apabila sepi calon pembeli.

Penjualan di bidang ternak ‘‘Mentok Mbah Slamet’’, harga yang ditawarkan sesuai dengan umur dan jenis kelamin hewan tersebut, untuk anakan yang baru berumur 1 – 7 hari dijual dengan kisaran harga 2.000-3.000 rupiah sedangkan mentok dewasa umur 4-5 bulan yang sudah siap potong dijual kisaran 50.000-70.000 rupiah untuk betina dan 110.000-180.000 untuk yang jantan. Tidak seperti harga mentok pada umumnya yang berada dipasaran, memang ‘‘Mentok Mbah Slamet’’ sebagian besar pembelinya dari warga yang profesinya sebagai penjual daging di pasar-pasar area solo dan sekitarnya.

Berkaitan dengan harga ‘‘Mentok Mbah Slamet’’ yang ditentukan berdasarkan kriteria tersendiri, dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 3. Range Harga Mentok

No	Umur	Jenis Kelamin	Harga	Keterangan
1.	1-7 Hari	Jantan dan Betina	Rp. 2.000 - Rp 3.000	Kondisi mentok masih rawan mati, sehingga perlu tempat yang hangat dan vitamin yang cukup apabila diperlukan
2.	4-5 Bulan	Betina	Rp. 50.000 - Rp 70.000	Harga menyesuaikan berat mentok
3.	4-5 Bulan	Jantan	Rp. 110.000 - Rp. 180.000	Harga menyesuaikan berat mentok

Tabel harga diatas, itu hanya sebagai kisaran atau patokan yang pelaku usaha tawarkan, untuk *realnya* harga tergantung persetujuan transaksi oleh pembeli karena harga mentok relatif naik turun mengikuti permintaan pasar.

Metode pengiriman, apabila pembeli hanya warga sekitar biasanya mentok akan dikirimkan langsung oleh pelaku usaha menggunakan sepeda motor sedangkan untuk *customer* yang membeli mentok dalam jumlah banyak akan dibawa langsung dari tempat ternak menggunakan motor yang sudah dimodifikasi pada bagian belakang motor khusus untuk tempat mentok seperti kandang pada umumnya, biasanya untuk *customer* ini tujuannya yaitu akan dijual kembali dipasar.

Penerapan desain kerja dari kendala-kendala yang ada akan menimbulkan dampak bagi UMKM di “Mentok Mbah Slamet”.

- 1) Dibuatnya akun *Facebook*, calon pembeli dapat mengenal lebih detail lagi tentang berbagai jenis mentok yang dijual yang di “Mentok Mbah Slamet” diantaranya umur mentok, jenis kelamin mentok, dan kisaran harga yang ditawarkan.

- 2) Dibuatnya media sosial *Whatsapp*, hal ini tentu berperan besar dalam pemasaran, khususnya di segi komunikasi dalam mengimplementasikan kegiatan jual beli sehingga pelaku usaha selain berkomunikasi secara langsung dapat berkomunikasi juga menggunakan media sosial ini.

Proses dalam menerapkan saran dan perbaikan pada UMKM ‘‘Mentok Mbah Slamet’’ mengalami kendala antara lain :

- 1) Penguasaan SDM dalam segi informasi teknologi masih terbatas dalam mengembangkannya di media sosial khususnya teknologi Digital
- 2) Alat yang akan digunakan pelaku usaha sebagai media komunikasi dalam hal ini Handphone, kurang mendukung kegiatan pemasaran, karena Handphone beliau untuk spesifikasinya terbatas, sehingga dalam prakteknya tidak akan semudah seperti yang diharapkan oleh pelaku usaha.
- 3) Media tersebut ini masih baru dijalani oleh Mbah Slamet selaku pelaku usaha sehingga masih butuh waktu bagi beliau untuk melakukan pemasaran mentok nya ke masyarakat luas.

E. SIMPULAN DAN SARAN

1) Simpulan

Pelaksanaan Kuliah Kerja Usaha yang telah lakukan di UMKM “Mentok Mbah Slamet” selama kurang lebih dua bulan, banyak hal dan pengalaman yang didapatkan, salah satu diantaranya yakni pentingnya untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik, kedisiplinan, serta kemauan belajar teknologi. Adanya perkembangan teknologi digital juga dapat memicu tingkat penjualan tersendiri, tentang bagaimana kemudahan konsumen menemukan usaha kita (*instan by hand*), prosedur-prosedur market place yang perlu diikuti serta tuntutan pelayanan yang praktis bagi konsumen. Pelaksanaan KKU ini dapat disimpulkan sangat membantu dan mengedukasi pemilik usaha.

Proses penerapan diatas terdapat berbagai kendala dalam pelaksanaannya. Namun harus tetap memaksimalkan penerapan manajemen pemasaran mulai dari teknologi digital, yang diterapkan untuk pemasaran sebagai media informasi. Penerapan tersebut juga berhasil dalam menjangkau konsumen di luar daerah dan dari sudut efisiensi informasi akan berkembang dalam memasarkan mentok dari “Mbah Slamet” ini, serta kedepannya akan terus belajar dalam pemasaran produk berbasis teknologi digital ini ke arah yang lebih canggih lagi.

2) Saran

Berikut ini adalah beberapa saran untuk pemilik usaha UMKM mentok “Mbah Slamet”, yaitu:

- a) Mengusahakan untuk belajar berkesinambungan mengenai media komunikasi dan teknologi digital, dan/atau internet untuk dapat mengikuti perkembangan kedepannya;
- b) Diharapkan untuk selalu mencoba berbagai peluang di dunia maya, dapat berupa postingan media sosial, mendaftarkan letak usaha di Goggle Maps, serta aplikasi lainnya, baik itu kegiatan operasional maupun pemasaran;

- c) Karena alat komunikasi disini sangat penting maka perlunya untuk menggunakan HP yang cukup mumpuni, harapannya agar kegiatan pemasaran ini lebih mudah di akses serta efektif kedepanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Prodi Manajemen. (2022). *Buku Pedoman Penulisan Laporan Kuliah Kerja Usaha dan Magang Kampus Merdeka*. Surakarta: STIE Surakarta.
- Zega, W. (2015). *Laporan KKU (Kuliah Kerja Usaha)*. Medan: Universitas Negeri Medan.
- Erzal, M. F., Taslim, & Masdar, A. S. (2015). *Analisis Saluran, Margin, dan Efisiensi Pemasaran Itik Lokal Pedaging*, E-Journal Fakultas Peternakan Unpad, 2, 1-12.
- Romli, A.S.M (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung (ID): Penerbit Nuansa.
- Hasanah, L., Suryadi, U., & Widhijanto, W. (2017). *Analisis Saluran Distribusi dan Margin Pemasaran Telur Itik di Kabupaten Situbondo*. Jurnal Ilmu Peternakan Terapan, 1(1), 25-30.
- Zulkarnain, (2012). *Ilmu Menjual Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yulianti, D., Uchyani, R., & Qonita, A. (2013). *Analisis Margin Pemasaran Ayam Pedaging di Kabupaten Karanganyar*. AGRISTA, 53(9), 1689-1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Dokumentasi kegiatan mahasiswa



Gambar 2. Kondisi Ternak Mentok



Gambar 3. Aktivitas Pakan Mentok



Gambar 4. Proses Meracik Vitamin Pakan



Gambar 5. Foto Bersama Mentok



Gambar 6. Kondisi Mentok Siap Jual



Gambar 7. Penyerahan Bingkisan ke Pemilik Usaha



Gambar 8. Penyerahan Bingkisan ke Pegawai Lahan