

Case Studi : Marketing Capabilities of PPUPIK Mooghurt Teams Department of Biology FMIPA UNP

Syamsurizal¹, Linda Advinda¹, Resti Fervria¹, dan Elsa Badriyya^{2*}

¹Department of Biology, Faculty of Mathematics and Natural Sciences, Universitas Negeri Padang, Indonesia

²Fakultas Farmasi, Universitas Andalas, Padang, Sumatera Barat, Indonesia

* Correspondence: elsabadriyya@phar.unand.ac.id

Diterima 10 Oktober 2020 Disetujui 11 Oktober 2020 Dipublikasikan 20 November 2020

Abstract— PPUPIK Mooghurt is a business unit that is part of the Entrepreneurship Unit of the Student Association majoring in Biology, FMIPA UNP. To improve the performance of the PPUPIK Mooghurt business unit, a more reliable marketing strategy is needed. The purpose of PKM PPUPIK Mooghurt: to find out the marketing capability of the KWU HMJ Biology FMIPA UNP unit team and offer solutions to their problems. The marketing ability of the PPUPIK Mooghurt team in general has not been satisfactory, so solutions are given to carry out training and socialize mooghurt products to the public. The results obtained were an increase in marketing capabilities for the PPUPIK Mooghurt team, and the product became better known in the community because teachers were also able to disseminate information to their students.

Keywords — mooghurt, PPUPIK, marketing

Pendahuluan

PPUPIK Mooghurt merupakan unit usaha yang tergabung dalam unit Kewira Usahaan himpunan mahasiswa jurusan Biologi FMIPA UNP. Pemasaran merupakan salah satu aspek yang sangat penting dalam keberhasilan suatu usaha termasuk PPUPIK Mooghurt. Pemasaran adalah system keseluruhan kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Strategi Pemasaran. Strategi pemasaran digunakan dalam membicarakan prosedur dan strategi. Strategi pemasaran berkaitan dengan masalah bagaimana menetapkan bentuk penawaran pada segment pasar tertentu. Hal ini dapat dipenuhi dengan penyediaan suatu sarana yang disebut bauran pemasaran yang merupakan inti dari sistem pemasaran bank.

Untuk dapat menunjang peneningkatan jumlah konsumen maka diperlukan suatu strategi pemasaran yang tepat dan terarah sebagai berikut: strategi berdasarkan segmentasi pasar, yaitu dengan membagi pasar kedalam kelompok-kelompok sejenis dan memilih yang paling sesuai bagi usaha dalam upayanya memberikan pelayanan yang terbaik dan menarik bagi konsumen. Strategi Pemasaran Berdasarkan Market positioning, yaitu dengan menambah ciri-ciri tertentu bagi produk-produk antara lain memudahkan persyaratan menabung dan penarikan tabungan serta memberikan tingkat bunga yang tetap bersaing dengan tingkat bunga pasar. Strategi Berdasarkan Struktur Pasar, bagi suatu perusahaan sebelum menawarkan dan memasarkan, biasanya terlebih dahulu harus mengetahui peluang dan potensi pasar tersebut, maka perusahaan akan dapat memperkirakan tingkat penjualan yang akan dicapai. Salah satu cara untuk melihat peluang dan potensi tersebut

yaitu dengan mempelajari struktur pasar, sebab struktur pasar ini merupakan pedoman dalam menyusun strategi dalam menghadapi persaingan.

Strategi untuk menetapkan keputusan yang berhubungan dengan pemasaran adalah strategi produk. Strategi produk dipakai oleh perusahaan untuk mengubah atau menyempurnakan produk yang ada sekarang menjadi bentuk yang lebih baik. Sehingga produk perusahaan tidak kalah dengan produk milik pesaing dan sesuai dengan produk kebutuhan dan selera konsumen.

Strategi promosi juga merupakan suatu bagian yang sangat penting. Promosi adalah suatu cara langsung untuk mempengaruhi konsumen agar lebih suka membeli merk barang tertentu.

Menurut kasmir (2000) sarana usaha mempromosikan produknya ada empat cara yaitu: Periklanan (advertising), iklan adalah sarana promosi yang digunakan oleh bank guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi calon nasabahnya. Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media seperti melalui: 1) Pemasangan billboard di jalan-jalan strategis; 2) Pencetakan brosur disebarakan setiap cabang maupun di pusat-pusat perbelanjaan; 3) Pemasangan spanduk dilokasi tertentu yang strategis; 4) Pemasangan melalui Koran, televisi, radio. Promosi Penjualan (Sales Promotion), tujuan promosi penjualan adalah untuk meningkatkan penjualan atau untuk meningkatkan jumlah pelanggan. Penjualan pribadi (personal selling), kegiatan personal selling dilakukan oleh tim unit usaha, secara khusus personal selling dilakukan oleh customer service.

Tujuan

1. Mengetahui kemampuan pemasaran tim unit KWH HMJ Biologi FMIPA UNP
2. Menawarkan solusi masalah pemasaran produk PPUPIK Mooghurt

Solusi/Teknologi

Solusi yang ditawarkan untuk menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan yang telah ditentukan dalam Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) adalah dengan 1) menelaah kemampuan marketing tim KWU, 2) memberikan pelatihan marketing kepada tim PPUPIK Mooghurt, 3) sosialisasi produk PPUPIK Mooghurt kepada masyarakat dalam hal ini guru.

Hasil dan Diskusi

Hasil PkM PPUPIK Mooghurt

1. Analisis Kemampuan marketing tim PPUPIK Mooghurt

Kemampuan tim di ukur pada dua aspek

- a. Konsep pemasaran
- b. Tujuan pemasaran
- c. Langkah-langkah mencapai tujuan pemasaran

Tabel 1. Hasil pengukuran terhadap 13 orang tim PkM PPUPIK Mooghurt unit KWU hmj Biologi

No. Rsp	KP	TP	LP	Rata ²
1	45.00	56.00	50.00	50.33
2	50.00	66.00	55.00	57.00
3	60.00	65.00	65.00	63.33
4	66.00	56.00	63.00	61.67
5	76.00	63.00	56.00	65.00
6	45.00	66.00	62.00	57.67
7	67.00	62.00	66.00	65.00
8	82.00	66.00	63.00	70.33
9	47.00	56.00	58.00	53.67
10	67.00	63.00	66.00	65.33
11	44.00	56.00	65.00	55.00
12	56.00	45.00	50.00	50.33
13	67.00	62.00	56.00	61.67
Rata ²	59.38	60.15	59.62	59.72

Keterangan

- KP = Konsep pemasaran
- TP = Tujuan pemasaran
- LP = Langkah-langkah pemasaran

2. Pelatihan marketing kepada tim PkM PPUPIK Mooghurt

Hasil pengukuran terhadap 13 orang tim PkM PPUPIK Mooghurt unit KWU HMJ Biologi, membuktikan bahwa kemampuan marketingnya belum memadai. Berdasarkan data ini dilakukan usaha meningkatkan kemampuan marketing kepada tim PkM PPUPIK Mooghurt dengan mendatangkan ahli marketing dari Fakultas Ekonomi UNP.



Gambar 1. Flyer yang dibuat untuk peningkatan kemampuan marketing tim PkM PPUPIK Mooghurt

Pelatihan marketing difokuskan pada tiga aspek marketing: 1) Konsep pemasaran, 2) Tujuan pemasaran dan 3) Langkah-langkah mencapai tujuan pemasaran

Tabel 2. Hasil post test pengukuran terhadap 13 orang tim PkM PPUPIK Mooghurt unit

KWU hmj Biologi setelah mengikuti pelatihan

No. Rsp	KP	TP	LP	Rata ²
1	54.00	63.28	54.50	57.26
2	60.00	74.58	59.95	64.84
3	72.00	73.45	70.85	72.10
4	79.20	63.28	68.67	70.38
5	91.20	71.19	61.04	74.48
6	54.00	74.58	67.58	65.39
7	80.40	70.06	71.94	74.13
8	92.00	74.58	68.67	78.42
9	56.40	63.28	63.22	60.97
10	80.40	71.19	71.94	74.51
11	52.80	63.28	70.85	62.31
12	67.20	50.85	54.50	57.52
13	80.40	70.06	61.04	70.50
Rata ²	70.77	67.97	64.98	67.91

Keterangan

KP = Konsep pemasaran

TP = Tujuan pemasaran

LP = Langkah-langkah pemasaran

- Sosialisasi produk PPUPIK Mooghurt kepada masyarakat dalam hal ini guru.

Solusi ketiga yang dilakukan untuk meningkatkan pemasaran produk PkM PPUPIK Mooghurt unit KWU HMJ Biologi adalah dengan sosialisasi produk kepada masyarakat dalam hal ini guru dan masyarakat sekitar sekolah.



Gambar 2. Sosialisasi produk PPUPIK Mooghurt oleh tim (baju abu-abu) kepada masyarakat dalam hal ini guru dan masyarakat sekitar sekolah yang di undang ke SMPN 32 Padang.

Program yang dirancang dalam sosialisasi PPUPIK Mooghurt adalah memperkenalkan mooghurt kepada masyarakat pada aspek

pengertian, manfaat serta cara penyajian mooghurt. Secara umum peserta belum paham terhadap mooghurt apalagi rasanya. Dengan sosialisasi mereka paham mooghurt dan manfaatnya dalam menjaga kesehatan

Diskusi

Bahan baku pembuatan Mooghurt bersumber dari ternak, berupa susu sapi murni. Pasokan susu sapi murni didapatkan langsung dari peternakan sapi yang berada di Padang Panjang. Produk susu sapi murni yang dipakai sebagai bahan dasar utama mendapat pengawasan langsung dari Dinas Pertanian dan peternakan Kota Padang Panjang. Varian rasa Mooghurt menggunakan sari buah alami. Buah yang digunakan didapatkan langsung dari pasar buah yang terdapat di Kota Padang. Alternatif sumber perolehan bahan baku dapat diperoleh dari peternakan sapi lainnya yang berada di wilayah Sumatera Barat.

Produksi Mooghurt dilakukan langsung oleh tim Unit Bisnis "Mooghurt" Sivitas Akademika Jurusan Biologi. Peralatan yang tersedia berupa kain saring, saringan, sendok, spatula, beaker glass 1000 ml, beaker glass 500 ml, beaker glass 100 ml, timbangan kue, stopwatch, erlenmayer 250 ml, kertas wrapping, aluminium foil, spiritus, tisu, dan inkubator. Namun terdapat beberapa kendala yaitu kekurangan peralatan yang dibutuhkan seperti jumlah blender, pisau, mesin cetak, lemari pendingin dan kompor listrik yang belum memadai.

Proses produksi Mooghurt adalah sebagai berikut : 1) Pembuatan perasa alami dari sari buah nenas, strawberry dan blueberry ; 2) Pembuatan mooghurt ; 3) Memberi rasa mooghurt: plan (original, nenas, strawberry dan blueberry) dan 4) Packing.

Sistem penjaminan mutu yang diterapkan melalui pengontrolan produksi Mooghurt oleh tenaga ahli bidang bioteknologi. Kegiatan pengontrolan yang dilakukan diantaranya adalah pengontrolan kebersihan ruang, sterilisasi alat,

kualitas susu murni dan buah yang digunakan. Selain kebersihan alat dan bahan, kebersihan karyawan dalam memproduksi Mooghurt juga dikontrol.

Produk Mooghurt dipasarkan di unit KWU himpunan mahasiswa jurusan Biologi FMIPA, Universitas Negeri Padang. Pemasaran produk dilakukan dua kali dalam seminggu, produk Mooghurt dipasarkan dalam keadaan dingin, maka Mooghurt disimpan di dalam lemari pendingin yang tersedia di KOPMA unit KWU himpunan mahasiswa jurusan Biologi. Harga jual untuk satu botol Mooghurt berukuran 150 ml adalah Rp 4000,00. Sasaran dari produk ini adalah semua kalangan, baik mahasiswa maupun dosen dan karyawan yang berada di lingkungan FMIPA UNP.

Selama produksi tiga tahun ke depan, tim PPUPIK Mooghurt memperkerjakan 3 orang mahasiswa. Gaji dari setiap karyawan dibayarkan sekali sebulan sebesar Rp 1200000. Melalui keterlibatan para karyawan dalam produksi Mooghurt di Jurusan Biologi, FMIPA UNP, selain mendapatkan keuntungan finansial, mereka juga mendapatkan keuntungan wawasan ilmu dan pengalaman. Wawasan dan pengalaman yang diperoleh dapat dikembangkan dalam kehidupan sehari-hari, seperti membuka lapangan usaha sendiri.

Manajemen PPUPIK ini berada pada sistem manajemen tim produksi Mooghurt di Jurusan Biologi, FMIPA UNP dan bertanggung jawab langsung ke manajemen Unit Wirausaha dan DIKTI yang didelegasikan dalam sistem manajemen UNP. PPUPIK ini diharapkan akan menjadi salah satu income generator bagi UNP, untuk itu, sistem manajemen PPUPIK ini akan dibangun dengan menggunakan sistem manajemen Waralaba (*franchising*)(Fatati, 2014). Dengan sistem manajemen waralaba ini, diharapkan semua stakeholder wirausaha UNP dalam bidang pemasaran mooghurt yang berminat dapat mengembangkan wirausahanya secara

independen dengan bermitra waralaba dengan PPUPIK ini.

Luasan pasar produk PPUPIK ini meliputi pasar lokal, nasional maupun ekspor. Teknik pemasaran produk PPUPIK ini akan menggunakan berbagai teknik, mulai dari konvensional untuk konsumen lokal, maupun e-commerce untuk konsumen pengguna internet. Oleh karena mooghurt ini adalah minuman sehari-hari yang kaya nutrisi yang sangat bermanfaat untuk kesehatan, maka target konsumen produk PPUPIK ini akan menjangkau semua level sosial masyarakat, baik lokal, regional.

Sumberdaya manusia yang dibutuhkan untuk mendukung optimalitas PPUPIK ini adalah tim dosen jurusan Biologi FMIPA UNP dengan bidang keahlian dan fokus penelitian yang dilakukan selama ini adalah dalam bidang yoghurt, kimia organik, dan manajemen dan marketing. Selain itu, akan didukung tim operasional yang sudah terampil, dan sudah berpengalaman membuat mooghurt dalam 2 tahun terakhir ini. Selain itu, SDM yang akan dilibatkan dalam PPUPIK ini adalah para peneliti-peneliti yoghurt, baik dari kalangan dosen, maupun mahasiswa. Pengembangan kemampuan tim dilakukan secara berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan finansial.

PPUPIK ini membutuhkan ruang administrasi sekaligus berfungsi sebagai show room sekitar 12 m², ruang produksi. Ruang penyimpanan seluas 6 m² untuk tempat freezer kapasitas 100 kg. Ruang ini akan dilengkapi dengan perangkat teknologi sterilisasi udara untuk mengendalikan bakteri atau jamur yang dapat mengganggu, serta pengatur suhu dan kelembaban udara agar iklim yang dibutuhkan oleh mooghurt dapat terjaga.

sebagai pembanding hasil penelitian. Hindari polemik, keremehan (*triviality*), perbandingan teori yang lemah dan spekulasi yang berdasar lemah. Spekulasi hanya dapat dilakukan jika: teridentifikasi begitu adanya, terhubung secara

erat dan logis pada data empirik atau teori, dan terungkap secara akurat dan jelas.

Gambar disisipkan terpisah dari paragraf dan diberikan judul tepat di bawah gambar tersebut seperti contoh pada Gambar 1. Gambar harus memiliki kontras yang baik dengan kepadatan/ukuran yang tinggi (kurang lebih 300 dpi) dan merupakan hasil karya sendiri (tidak plagiasi). File gambar dalam format .jpg, .bmp, atau .png harus dilampirkan dalam file terpisah dengan file artikel.

Kesimpulan

Berdasarkan capaian yang telah diuraikan di atas dapat disimpulkan: 1) Sudah berhasil membuat mooghurt dengan perasa alami dari ekstrak nanas, strawberi; 2) Produk PPUPIK sudah dipasarkan di lingkungan FMIPA UNP; 3) Program PPUPIK berhasil melatih dan membentuk kelompok wirausaha baru dikalangan mahasiswa jurusan Biologi FMIPA UNP; 4) Produk PPUPIK belum memberikan keuntungan finansial yang signifikan kepada Universitas Negeri Padang maupun kepada pengelola program Unit Bisnis “Mooghurt” Sivitas Akademika Jurusan Biologi FMIPA UNP karena pengelola program sebagian besar mahasiswa yang aktif kuliah. Terjadi peningkatan kemampuan pemasaran bagi tim PPUPIK Mooghurt, serta produk menjadi lebih dikenal di masyarakat karena guru juga dapat menyebarkan informasi kepada siswanya.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Rektor UNP sebagai sponsor kegiatan Program Pengembangan Usaha Produk Intelektual Kampus (PPUPIK) melalui dana DIPA UNP 2020.

Pustaka

1. Kartikasari DFCN. Pengaruh Penambahan Sari Buah Sirsak Dan Lama Fermentasi Terhadap Karakteristik Fisik Dan Kimia Yoghurt. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*. 2014;2(4):239-48.
2. Harjiyanti P, Mulyani. Total Asam, Viskositas dan Kesukaan pada Yoghurt Drink dengan Perisa dari Buah Mangga sebagai Perisa. *Aplikasi Teknologi Pangan*. 2013;2(2):104-7.
3. Efendi MHS hL. Peningkatan Kualitas Yoghurt Dari Susu Kambing Dengan Penambahan Bubuk Susu Skim Dan Pengaturan Suhu Pemeraman. *MedEksakta*. 2009;8(3):185-92.
4. Nofrianti RFARE. Pengaruh Penambahan Madu Terhadap Mutu Yogurt Jagung. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*. 2013;2(2):60-8.
5. Abdulwadud SAA. Strategi Pengembangan Usaha Dengan Pendekatan Blue Ocean Strategy. IPB: IPB; 2010.
6. Yani ABPP. Pengaruh Iklim Mikro terhadap Respons Fisiologis Sapi Peranakan Fries Holland dan Modifikasi Lingkungan untuk Meningkatkan Produktivitasnya. *Media Pertanian*. 2006;29(1):35-46.
7. Triyono A. Mempelajari Pengaruh Maltodekstrin Dan Susu Skim Terhadap Karakteristik Yoghurt Kacang Hijau (*Phaseolus radiatus L.*). *Rekayasa Kimia dan Proses*. 2010;1(1):1-9.
8. Puspita SdTAF. Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Yoghurt. Unpadj: Universitas Padjajaran; 2014.
9. Fatati ASN. Usaha IBIKK Kambing Merah. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*. 2014;4(1):1-10.