

PKM KELOMPOK UMKM PENJUAL SAYUR KELILING, PRODUK KEARIFAN LOKAL PETANI, DI KELURAHAN JAWA TONDANO MINAHASA PROPINSI SULAWESI UTARA

Oleh:

**Djurwati Soepeno¹
Jessy Jousina Pondaag²**

Email:

¹watisoepeno@unsrat.ac.id²jjpondaag@unsrat.ac.idFakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi

Abstrak: Saat ini Indonesia merasakan penurunan ekonomi akibat adanya pandemi covid 19, hal ini disebabkan adanya pembatasan dari pemerintah untuk membuka tempat usaha demi menekan penyebaran covid 19. Dampak ini juga dirasakan oleh para pengusaha besar, kecil bahkan UMKM dalam hal penurunan pendapatan. Salah satu UMKM yang berdampak besar mengalami penurunan pendapatan adalah pedagang sayur keliling. Pedagang sayur keliling mempunyai peran yang penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi. Para pedagang sayur keliling ini berkembang seiring dengan perkembangan ritel modern. Pedagang sayur menjual produk-produk sayuran, buah-buahan dan rempah-rempah lokal yang merupakan hasil petani daerah tersebut. Produk lokal yang di jual oleh pedagang sayur merupakan hasil dari petani daerah tersebut dan daerah sekitarnya. Kearifan lokal yang dimiliki daerah tersebut bisa terlihat dari masih banyaknya masyarakat yang membeli produk dari pedagang sayur keliling di bandingkan produk dari supermarket. Perbedaan Pedagang sayur keliling dengan super market pada cara menjangkau konsumen, teknologi dan sumberdaya manusianya serta kemampuan dana yang dimilikinya. Ritel modern seperti swalayan, supermarket, dan lain-lain, umumnya menunggu konsumen untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari, menggunakan teknologi tinggi, sumberdaya manusianya yang relatif berkualitas dan memiliki sumber dana yang kuat dalam melakukan pemasaran sedangkan pemasaran sayuran tradisional seperti pedagang sayur keliling mengunjungi konsumen ke rumah-rumah sehingga memberikan kemudahan bagi konsumen, teknologi yang digunakan masih tradisional, kurang memperhatikan kualitas sumberdaya manusia dan terbatasnya modal yang dimiliki. Dalam PKM ini peneliti akan mencari pemecahan masalah dan menemukan solusi yang tepat dalam meningkatkan pendapatan penjual sayur keliling yang tergabung dalam UMKM di wilayah Kampung Jawa Tondano.

Kata Kunci: Penjual Sayur Keliling, Produk Kearifan Lokal

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Bisnis dalam industri ritel banyak mengalami keterpurukan akibat adanya covid 19, pengusaha besar, kecil bahkan UMKM dalam hal ini mengalami penurunan pendapatan disebabkan adanya pandemic tersebut. Salah satu UMKM yang berdampak besar mengalami penurunan pendapatan adalah pedagang sayur keliling. Pedagang sayur keliling mempunyai peran yang penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi. Para pedagang sayur keliling ini berkembang seiring dengan perkembangan ritel modern. Pedagang sayur menjual produk-produk sayuran, buah-buahan dan rempah-rempah lokal yang merupakan hasil petani daerah tersebut. Mereka yang sehari-hari luput dari perhatian kita, padahal keberadaan mereka sangat penting. Di masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) seperti ini, kita sungguh sangat dibantu dengan peran mereka. Pahlawan pangan yang setiap hari lewat di depan rumah kita, dan menyuplai kebutuhan pangan keluarga kita, para pedagang sayur keliling. Untuk memudahkan masyarakat mendapat kebutuhan pangan sehari-hari, para pedagang sayur keliling tetap berjualan meski dalam masa pandemi. Meski mereka tetap keluar berjualan, tentu saja para pedagang ini dibekali dengan prosedur keamanan kesehatan yang sudah diberlakukan.

Permasalahan masih banyak pedagang sayur yang tidak bisa mengoptimalkan penjualannya mereka di karenakan kualitas memilih produk lokal yang kurang baik dari petani, sehingga jualan mereka banyak yang kering dan rusak pada saat di pasarkan, ataupun tidak mampu bertahan lama. Yang ke dua Teknik pemasaran untuk memikat pelanggan dengan produk lokal yang berkualitas yang belum mereka miliki sehingga kebanyakan pembeli lebih memilih untuk membeli di super market. Kebersihan dari produk yang mereka bawa di bandingkan di super market menjadi pertimbangan konsumen.

Permasalahan Mitra

Berdasarkan analisis situasi di atas, ditemukan bahwa ada kelompok penjual sayur keliling yang belum mengetahui strategi pemasaran yang tepat yang dapat mereka implementasikan dalam menghadapi persaingan dengan pedagang lainnya yang lebih besar seperti super market. Strategi pemasaran yang dimaksud adalah cara menjangkau konsumen dengan sayuran lokal yang berkualitas hasil panen langsung petani daerah tersebut. Menyikapi kondisi di atas, maka sangatlah tepat apabila dalam pengabdian ini diberikan pelatihan tentang strategi pemasaran kepada pedagang sayur keliling yang tergabung dalam UMKM di daerah tersebut. Penerapan strategi pemasaran yang tepat bisa memberikan dampak positif bagi pedagang sayur untuk bisa bersaing dengan pesaing di bidang lainnya seperti sayuran yang di miliki super market. Dalam jangka panjang hal ini akan berpengaruh pada peningkatan laba atau pendapatan usaha. Berdasarkan hal-hal yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran yang tepat bagi penjualan sayur keliling dalam meningkatkan pendapat mereka di Kampung Jawa Tondano Minahasa ?
2. Bagaimana cara mendapatkan keuntungan maksimal dengan bekerja sama dengan petani lokal daerah tersebut sehingga harganya lebih murah di bandingkan mengambil hasil panen dari daerah yang lain.

METODE PELAKSANAAN

Adapun metode yang ditempuh tim PKM yaitu metode pelatihan kepada petani dan pedagang sayur bagaimana meningkatkan pendapatan mereka dengan memahami konsep pemasaran. Untuk ceramah tidak lagi dilakukan karena situasi pandemi covid 19 tidak mengizinkan tim untuk bisa mengumpulkan mitra secara bersama-sama. Tim hanya mengumpulkan beberapa pedagang sayur dan petani untuk memberikan Teknik-teknik pemasaran dalam meningkatkan penjualan.

Metode yang ditempuh tim pengabdian yaitu metode pelatihan kepada para pedagang sayur keliling yang tergabung dalam UMKM dalam bentuk konsultasi dan tanya jawab terhadap permasalahan yang mereka hadapi berkaitan dengan menurunnya pendapatan akibat covid 19.

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan PKM yang sudah dilaksanakan pada para pedagang sayur keliling yang tergabung dalam UMKM, beserta para petani sebagai pemasok bahan baku untuk para pedagang sayur

keliling di kampung Jawa Tondano. Para peserta terlihat antusias mengikuti kegiatan yang dilaksanakan oleh tim PKM. Respons positif juga nampak ketika peserta mengikuti sesi tanya jawab. Hasil post-test yang menjadi alat evaluasi juga menunjukkan jawaban yang positif dari para pedagang sayur keliling dan petani sebagai pemasok bahan baku untuk para pedagang sayur keliling di kampung Jawa Tondano.

Rencana tahapan selanjutnya yaitu Tim akan melakukan evaluasi atau *follow up* di lapangan untuk mengetahui apakah mitra benar-benar memahami materi dan mampu melakukan apa yang sudah dipelajari secara mandiri untuk kemudian diterapkan ketika mitra menjalani profesi sehari-hari sebagai penjual sayur keliling yang tergabung dalam UMKM, dan bagaimana mereka bisa menerapkan ilmu pemasaran yang efektif yang telah di beritahukan dalam pertemuan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan PKM ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kegiatan PKM Pedagang sayur keliling mempunyai peran yang penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi. Para pedagang sayur keliling ini berkembang seiring dengan perkembangan ritel modern. Pahlawan pangan yang setiap hari lewat di depan rumah kita, dan menyuplai kebutuhan pangan keluarga kita walaupun di saat Pandemi.
2. Adapun metode yang ditempuh tim pengabdian yaitu metode pelatihan kepada para pedagang sayur keliling yang tergabung dalam UMKM dalam bentuk konsultasi dan tanya jawab terhadap permasalahan yang mereka hadapi berkaitan dengan menurunnya pendapatan akibat covid 19.

Saran

Berdasarkan laporan akhir PKM yang dilakukan oleh Tim PKM saran bagi Universitas Sam Ratulangi Manado untuk terus melaksanakan Program Kemitraan Masyarakat melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM). Bagi Pemerintah diharapkan dapat meningkatkan kerja sama dengan pihak LPPM Universitas Sam Ratulangi dalam penyelenggaraan program pengabdian kepada masyarakat guna penanggulangan kemiskinan daerah atau peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat Sulawesi Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha Dharmesta. (1998).. *Teknologi Informasi Dalam Pemasaran : Implikasi Dalam Pendidikan Pemasaran*. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia XIII (3)
- Kotler, Phillip. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*. Prentice Hall.Inc.New Jersey. William J. Stanton. 2000. *Dasar-dasar Pemasaran*, edisi 7, jilid1. Jakarta: Erlangga