LAPORAN AKHIR

IPTEKS BAGI MASYARAKAT (IbM)

IbM PENINGKATAN TATA KELOLA DAN PROMOSI PRODUK ANEKA SNACK UNTUK MEMPERLUAS PASAR WISATAWAN MANCANEGARA

OLEH :

HARYADI ARIEF NR, S.IP, M.Si., 0522117001, Ketua Tim Pengusul

ZUHDAN AZIS, S.IP, M., 0528107403, Anggota Tim Pengusul

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

November, 2016

HALAMAN PENGESAHAN

1.	Judul	: IbM Peningkatan Tata Kelola Dan Promosi Produk Aneka Snack Untuk Memperluas Pasar Wisatawan Mancanegara
2.	Nama Mitra Program IbM (1)	: Noviani
	Nama Mitra Program IbM (2)	: Stenly Hendi Avanda
3.	Ketua Tim Pengusul	
	a. Nama	: Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc.
	b. NIDN	: 0522117001
	c. Jabatan/Golongan	: Asisten Ahli / III.a
	d. Program Studi	: Ilmu Komunikasi
	e. Perguruan Tinggi	: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
	f. Bidang Keahlian	: Komunikasi Bisnis
	g. Alamat Kantor	: Kampus Terpadu, UMY, Jl. Lingkar Selatan Tamantirto, Yogyakarta
	h. Telp/Faks	: 0274-387656 / 0274-387646
4.	Anggota Tim Pengusul	
	a. Jumlah Anggota	: 1 (satu) orang dosen
	b. Nama Anggota/Bidang Keahlian	: Zuhdan Azis, S.IP, M.Sn/Komunikasi Visual
	c. Mahasiswa Yang Terlibat	: 4 orang
5.	Lokasi Kegiatan Mitra (1)	
	a. Wilayah Mitra (Desa, Kecamatan)	: Margomulyo, Sayegan
	b. Kabupaten	: Sleman
	c. Provinsi	: Daerah Istimewa Yogyakarta
	d. Jarak PT ke lokasi mitra (km)	: 7 km
6.	Lokasi Kegiatan Mitra (2)	
	a. Wilayah Mitra (Desa, Kecamatan)	: Condongcatur, Depok
	b. Kabupaten	: Sleman
	c. Provinsi	: Daerah Istimewa Yogyakarta
	d. Jarak PT ke lokasi mitra (km)	: 5 km
7.	Luaran Yang Dihasilkan	: Kemasan, brosur, website
8.	Jangka Waktu Pelaksanaan	: 8 (delapan) bulan
9.	Biaya Total	: **37.000.000.-**
	- Dikti	: **37.000.000.-**

Yogyakarta, 28 November 2016

Mengetahui
Dekan,

Ali Muhammad, S.IP, MA, Ph.D
NIDN : 0031077101

Ketua Tim Pengusul

Haryadi Arief NR, S.IP, M.Sc.
NIDN : 0522117001

Mengetahui
Ketua LPPM UMY

Hilman Latief, MA, Ph.D.
NIDN : 0512097501

PRAKATA

Dengan mengucap syukur Alhamdulillah laporan akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Setelah melalui kegiatan yang terencana sesuai dengan proposal yang diajukan akhirnya seluruh target yang direncanakan dapat diselesaikan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berupa pemberdayaan bagi UKM makanan kecil telah dapat berjalan sesuai target.

Pada laporan akhir ini, kegiatan yang telah dilakukan menghasilkan output berupa kemasan produk berbahasa Inggris, leaflet/brosur untuk memberi informasi kepada khalayak yang lebih luas. Disamping itu juga sudah dilaksanakan pelatihan bagi pengelola UKM tentang pemasaran kepada wisatawan mancanegara beserta pembuatan website dengan berbahasa Inggris.

Tersususnya laporan akhir ini tidak bisa lepas dari bantuan berbagai pihak, terutama kepada Sdr Novianti yang mempunyai merek dagang “Sari Rasa” dan Sdr Stenley Avanda dengan merek “Panda” yang telah bersedia untuk bermitra pada kegiatan ini, demikian juga kepada pimpinan dan staf LP3M UMY yang telah memberikan ruang untuk memanfaatkan dana pengabdian masyarakat dengan skema IbM ini.

Akhirnya kami memohon pada seluruh khalayak untuk bisa memberikan masukan demi kesempurnaan laporan ini.

Yogyakarta, 28 November 2016

Pelaksana Pengabdian,

Haryadi Arief NR, S.IP, MA

RINGKASAN

Selama ini produk makanan kecil yang merupakan kreasi baru sudah mulai banyak tersedia namun karena diproduksi oleh UMKM tentu saja juga mengalami kendala sebagaimana UMKM pada umumnya, yaitu belum profesional, dikerjakan ala rakyat, dan belum bisa produksi secara kontinyu. Karena merupakan bisnis kecil maka aspek produksi dari UMKM ini juga menggunakan metode dan teknologi yang sederhana dan masih menggunakan manajemen yang sederhana pula. UMKM yang bergerak dalam pemenuhan wisata kuliner juga mengalami kendala dan mempunyai karakteristik sebagaiman tersebut diatas. Usaha kuliner yang berusaha untuk menunjang pariwisata tersebut antara lain adalah produk belut/lele goreng crispy dan rumput laut. Kedua usaha ini dilakukan oleh anak muda yang kreatif dan mempunyai kemauan untuk maju mengembangkan usaha. Untuk produk belut/lele goreng crispy dilakukan oleh sdr Noviani dengan merek dagang "Sari Rasa" sedangkan untuk aneka snack yang berasal dari rumput laut dikembangkan oleh sdr Stenley Avanda dengan merek "Panda".

Setelah diidentifikasi melalui pra-survey dan wawancara dapat diketahui bahwa permasalahan yang masih dihadapi antara lain: 1) belum dipahaminya bagaimana memasarkan produk keluar negeri (ekspor), 2) belum diterapkannya tata kelola dan administrasi yang bersifat profesional, antara lain belum adanya *business plan* yang baik, pembagian kerja dan sistem organisasi yang teratur, 3) belum tersedianya kemasan produk yang berbahasa Inggris, 4) belum adanya media promosi dengan menggunakan internet, dan 5) perlunya pendampingan manajemen yang lebih intensif untuk dapat menembus pasar yang lebih luas.

Dari permasalahan tersebut telah dilakukan upaya untuk mengatasinya dengan melalui kegiatan antara lain pemahaman manajemen ekspor atau wisataan mancanegara melalui training yang aplikatif, promosi produk dengan menggunakan kemasan berbahasa Inggris, pembuatan brosur dengan berbahasa Inggris dan pembuatan website berbahasa Inggris. Dari serangkaian kegiatan tersebut kedua mitra memperoleh manfaat berupa meningkatnya pemahaman terhadap penjualan produk kepada wisatawan mancanegara, dan dapat memanfaatkan media promosi yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan mancanegara.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul ..... **i**

Halaman Pengesahan ..... **ii**

Prakata ..... **iii**

Ringkasan ..... **iv**

Daftar Isi ..... **v**

Daftar Tabel ..... **vi**

Daftar Gambar ..... **vii**

BAB 1 PENDAHULUAN **1**

A. Analisis Situasi 1

B. Permasalahan Mitra 2

BAB II METODE PELAKSANAAN **6**

A. Pemahaman Manajemen Ekspor 6

B. Penyusunan Bisnis Plan dan Tata Kelola 7

C. Promosi Produk 8

D. Pendampingan Manajemen Pemasaran 10

BAB III TARGET DAN LUARAN **11**

BAB IV KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI **12**

A. Komitmen Perguruan Tinggi 12

B. Kompetensi Tim Pengabdi 14

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN **16**

A. Hasil Yang Dicapai 16

B. Pembahasan 21

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN **23**

DAFTAR PUSTAKA **24**

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Estimasi Biaya Pelatihan Manajemen Ekspor 6

Tabel 2. Estimasi Biaya FGD Penyusunan Bisnis Plan dan Tata Kelola 8

Tabel 3. Estimasi Pembuatan Media Promosi 9

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kemasan Belut/Lele Goreng Crispy “Sari Rasa” 4

Gambar 2. Snack Rumput Laut “Panda” 4

Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan Pelatiham Manajemen Ekspor 16

Gambar 4. Kemasan Panda Seaweed Chips 17

Gambar 5. Kemasan Sari Rasa..... 17

Gambar 6. Brosur Produk “Panda Seaweed Chips” 18

Gambar 7. Brosur Produk Crispy Lele“Sari Rasa”..... 18

Gambar 8. Diskusi Tata Kelola..... 20

Gambar 9. Website Mitra..... 20

Gambar 10. Pendampingan Manajemen Pemasaran..... 21

BAB 1
PENDAHULUAN

A. Analisis Situasi

Seiring dengan perkembangan pariwisata di negeri ini usaha kuliner bagi UMKM sekarang ini juga mengalami peningkatan. Masyarakat yang melakukan perjalanan wisata sebagain besar juga melakukan belanja oleh-oleh di tempat dimana mereka kunjungi. Aneka snack yang merupakan oleh-oleh khas dari lokasi wisata yang dikunjungi akan mempunyai daya tarik tersendiri bagi wisatawan baik domestik maupun mancanegara untuk melakukan perjalanan wisata ke lokasi tersebut.

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) merupakan daerah kunjungan wisata yang potensial setelah Bali. Makanan yang merupakan ciri khas Yogyakarta seperti gudeg, bakpia, geplak dan sebagainya sudah menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Namun tentu saja perlu dikembangkan produk-produk lain yang bisa bersanding dengan makanan-makanan khas tersebut agar wisatawan juga mempunyai banyak pilihan dan tidak bosan. Hal ini memungkinkan karena wisatawan sebagaimana yang dikemukakan oleh Pitana (2009) selalu akan mencari sensasi yang baru, baik berupa petualangan maupun makanan yang menjadi ciri khas dari daerah yang dikunjungi.

Pada akhir-akhir ini sudah mulai terpikirkan baik oleh pemerintah maupun masyarakat untuk mengembangkan makanan lain yang bisa dijadikan alternatif bagi wisatawan apabila berkunjung ke Yogyakarta. Hal ini sudah mulai terealisir dengan adanya produk makanan kecil (*snack*) seperti belut goreng, lele goreng crispy, dan rumput laut. Asal mula dikembangkan makanan atau oleh-oleh alternatif ini memang berdekatan sekali dengan idustri kreatif, karena memang pengembangan pariwisata juga berbarengan dengan pengembangan industri kreatif, yaitu kreatif untuk selalu membuat inovasi dalam memberikan pelayanan dan penyediaan wisata kuliner.

Selama ini produk makanan kecil yang merupakan kreasi baru tersebut sudah mulai banyak tersedia namun karena diproduksi oleh UMKM tentu saja juga mengalami kendala sebagaimana UMKM pada umumnya, yaitu belum profesional, dikerjakan ala rakyat, dan belum bisa produksi secara kontinyu. Karena merupakan

bisnis kecil maka aspek produksi dari UMKM ini juga menggunakan metode dan teknologi yang sederhana dan masih menggunakan manajemen yang sederhana pula.

Dari aspek produksi biasanya menggunakan rumah sendiri sebagai tempat usahanya dan dari segi manajemen tidak ada perencanaan dan kontrol kualitas serta belum ada pemisahan antara aset untuk usaha dengan kekayaan pribadi. Mereka dalam menawarkan produknya sebagian besar juga masih dalam kemasan yang belum bisa dipahami oleh wisatawan mancanegara.

Keterbatasan sumberdaya yang dimiliki merupakan persoalan utama dari UMKM. Persoalan utama dari UMKM tersebut terutama yang mikro kecil tidak mempunyai sumberdaya yang berlebih, baik dari segi permodalan, kapasitas produksi, manajemen usaha maupun pemasaran produk (Susanta, 2009). Agar usaha yang tergolong mikro ini dapat berkembang maka perlu adanya dorongan dan fasilitasi agar bisa maju dan berlanjut.

B. Permasalaahan Mitra

UMKM yang bergerak dalam pemenuhan wisata kuliner juga mengalami kendala dan mempunyai karakteristik sebagaiman tersebut diatas. Usaha kuliner yang berusaha untuk menunjang pariwisata tersebut antara lain adalah produk belut/lele goreng crispy dan rumput laut. Kedua usaha ini dilakukan oleh anak muda yang kreatif dan mempunyai kemauan untuk maju mengembangkan usaha. Untuk produk belut/lele goreng crispy dilakukan oleh sdr Noviani dengan merek dagang "Sari Rasa" sedangkan untuk aneka snack yang berasal dari rumput laut dikembangkan oleh sdr Stenley Avanda dengan merek "Panda".

Dari segi aspek produksi kedua usaha tersebut masih terbatas karena hanya untuk memenuhi kebutuhan wisatawan di DIY saja dan masih terbatas pada wisatawan domestik. Padahal kalau dilihat dari potensinya, wisatawan mancanegara juga bisa dibibik menjadi pasar yang prospektif dari aneka snack tersebut. Dan dari hasil wawancara dengan kedua pengusaha muda tersebut mereka mempunyai antusiasme yang tinggi untuk juga mencoba menawarkan pada wisatawan mancanegara. Malah tidak tertutup kemungkinan untuk memasarkan sampai ke luar negeri (ekspor).

Manajemen usaha khususnya mengenai tata kelola dan pemasaran masih bersifat tradisional, mereka masih menggunakan sistem administrasi perusahaan

yang bersifat manual dan belum mempunyai media promosi yang interaktif dan berbasis website. Belum ada perencanaan produk dan pemasaran yang sistematis dan berlanjut, semua dilakukan sekedar *by order* tidak didasarkan pada perencanaan bisnis yang mendalam. Bisnis yang dilakukan tentu saja akan mengalami stagnan apabila ada perubahan besar baik dalam kebijakan pemerintah maupun perilaku konsumen. Hal ini terungkap ketika dilakukan pra-survey di lokasi kedua pengusaha muda tersebut melalui wawancara langsung dan observasi. Sebagaimana dikemukakan oleh sdr Noviani berikut ini :

> Usaha makanan kecil yang berasal dari belut dan lele ini dulunya dirintis oleh ibu saya, karena beliau sudah tua maka saya teruskan. Usaha ini masih tergolong masih kecil karena hanya untuk memenuhi di Yogyakarta saja, khususnya di Sleman barat. Untuk target wisatawan masih domestik, sebenarnya kami juga menginginkan untuk bisa menggaet wisatawan mancanegara, sudah banyak lho wisman yang sudah mencicipi produk ini tapi ya karena kemasannya masih berbahasa Indonesia mungkin mereka masih ragu. Kegiatan promosi yang telah kami lakukan hanya sebatas jual produk, belum ada website yang menunjang kegiatan promosi, dan juga belum dipasarkan secara online.

Sedangkan untuk makanan yang berbahan baku rumput laut yang sedang dikembangkan oleh Stanley Avanda tersebut juga masih mengalami berbagai kendala sebagaimana disampaikan dalam wawacara berikut ini :

> Usaha ini saya rintis sejak saya masih kuliah, ya karena kepepet atau keterbatasan biaya untuk membiayai kuliah terpaksa saya harus berpikir gimana caranya bisa berusaha yang khalal dan bisa membantu untuk kuliah saya. Usaha ini masih sederhana, saya pesan bahan baku terus saya produksi kemudian ditaruh di beberapa toko. Kami sudah menembus beberapa super market tetapi masih terbatas di Yogyakarta saja. Manajemen usaha masih saya lakukan sendiri secara manual dan belum berbasis komputer, kami belum punya website untuk pemasaran dan juga kemasan masih perlu disempurnakan. Belum ada rencana bisnis maupun tata kelola yang baik, masih kita lakukan secara bersama. Kami sedang coba-coba untuk berdagang secara online, tapi belum ada admin yang bisa mengatasi masalah ini.

Hingga sekarang ini kedua pengusaha muda tersebut dalam menjual produknya dengan kemasan yang cukup baik. Untuk produk belut/lele goreng crispy dikemas dengan ukuran 200 gr sedangkan snack rumput laut dikemas dengan ukuran

20 gr Kemasan untuk memasarkan kedua produk tersebut tampak pada gambar 1 dan gambar 2 berikut ini :

Gambar 1. Kemasan Belut/Lele Goreng Crispy “Sari Rasa”

Gambar 2. Snack Rumput Laut “Panda”

Dari kedua kemasan tersebut dapat diketahui bahwa semua produk tersebut belum bisa ditawarkan pada wisatawan mancanegara karena masih menggunakan bahasa Indonesia. Perlu dibuat kemasan yang memang bisa diketahui oleh wisatawan mancanegara dengan menggunakan bahasa Inggris.

Dengan melihat kemasan dan juga hasil wawancara dengan para calon pengusaha tersebut maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan dalam rangka untuk meningkatkan tata kelola dan juga aspek pemasarannya, yaitu :

1. Belum dipahaminya bagaimana memasarkan produk keluar negeri (ekspor).
2. Belum diterapkannya tata kelola dan administrasi yang bersifat profesional, antara lain belum adanya *business plan* yang baik, pembagian kerja dan sistem organisasi yang teratur.
3. Belum tersedianya kemasan produk yang berbahasa Inggris.
4. Belum adanya media promosi dengan menggunakan internet.
5. Perlunya pendampingan manajemen yang lebih intensif untuk dapat menembus pasar yang lebih luas.

BAB II
METODE PELAKSANAAN

Dalam rangka untuk mengatasi persoalan tersebut perlu dicarikan solusi yang aplikatif sehingga kendala yang dihadapi pengusaha tersebut bisa terselesaikan. Upaya untuk menyelesaikan persoalan tersebut telah disepakati bersama dengan sdr Noviani dan sdr Stenley Avanda. Dari hasil pra-survey dan diskusi yang mendalam maka program yang disepakati meliputi pemahaman terhadap manajemen ekspor, penyusunan perencanaan bisnis (business plan) dan tata kelola, penyempurnaan kemasan dengan bahasa Inggris, promosi dengan menggunakan website, dan pendampingan manajemen.

A. Pemahaman Manajemen Ekspor

Agar usaha snack tersebut dapat dipasarkan tidak hanya di dalam negeri maka perlu adanya pemahaman yang komprehensif dari pembuat snack tersebut terhadap manajemen ekspor. Sebagai rintisan atau inisiasi untuk mengarah pada produk yang dapat diterima tidak hanya wisatawan domestik, maka diperlukan pemahaman yang nantinya akan ditindaklanjuti untuk mempersiapkan produk ekspor.

Kegiatan yang bisa dilakukan adalah dengan diberikannya bekal pada pengelola atau pemilik untuk mengetahui bagaimana melakukan prosedur dan mekanisme untuk memenuhi pasar ekspor. Disamping itu juga aspek legalitas apa yang harus dipenuhi untuk dapat menjadi pengekspor. Kegiatan ini bisa dilakukan melalui pengiriman kedua pemilik produk tersebut untuk mengikuti pelatihan manajemen ekspor. Rincian biaya yang dibutuhkan untuk kegiatan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Estimasi Biaya Pelatihan Manajemen Ekspor

No	Alat dan Bahan	Volume		Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Kontribusi pelatihan	2	Orang	3,000,000	6,000,000
3	Transportasi Lokal	4	PP	50.000	200,000
				Total	**6,200,000**

B. Penyusunan Bisnis Plan Dan Tata Kelola

Bagi para pengusaha muda ini penyusunan bisnis plan merupakan hal baru karena selama ini dalam melakukan usahan tidak didasari oleh pemikiran jangka panjang tetapi hanya sekedar memenuhi pesanan dan berorientasi jangka pendek. Bisnis tidak ubahnya seperti penjualan suatu barang untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat untuk mencari keuntungan semata.

Dengan adanya bisnis plan suatu usaha akan lebih terarah dan mempunyai sasaran yang nyata untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Bisnis plan merupakan rancangan penyelenggaraan sebuah usaha bisnis secara menyeluruh terhadap semua aspek yang dibutuhkan dalam menjalankan sebuah usaha bisnis. Melaui sebuah business plan yang mantap akan memberi jaminan yang lebih keseriusan dari pengelola bisnis yang bersangkutan. Bisnis plan juga merupakan cara untuk meyakinkan pihak investor atau pemberi dana hibah di perusahaan yang kita kelola.

Bisnis plan yang baik mengandung isian yang jelas dan mudah dipahami apa sebenarnya yang menjadi maksud tujuan, upaya-upaya, gambaran target, strategi dan sebagainya. Biasanya pihak-pihak pemberi dana hibah akan menilai tak hanya dari aspek kejelasan saja, namun sejauh mana kebermanfaatan dari rancangan bisnis yang diupayakan. Langkah-langkah dan target seperti apa yang dipersiapkan dikemudian hari untuk mengantisipasi berbagai persoalan yang akan dihadapi perusahaan. Dalam keperluan untuk kedua pengusaha muda tersebut maka dengan disusunnya bisnis plan akan memberikan peluang lebih besar untuk memperoleh dana hibah untuk skema ipteks bagi produk ekspor (IbPE) dari DP2M Dikti.

Disamping adanya bisnis plan tersebut, sebuah usaha bisa berkembang apabila mempunyai tata kelola yang baik. Pengembangan tata kelola ini bisa dimulai dari dibuatnya struktur organisasi yang memberikan peluang untuk responsif terhadap perubahan dan tantangan. Penyusunan struktur organisasi ini diaplikasikan dengan melalui job deskripsi dari setiap unit yang dibentuk. Sehingga untuk program tata kelola ini bisa dimulai dari penyusunan struktur organisasi, kemudian penyusunan job deskripsi, dan diakhiri dengan membuat standar operasional prosedur (SOP) untuk menunjang dari setiap kegiatan baik di sektor produksi maupun pemasaran.

Sedangkan biaya untuk keperluan penyusunan bisnis plan dan peningkatan tata kelola usaha tersebut sebagaimana tercantum pada tabel berikut :

Tabel 2. Estimasi Biaya FGD Penyusunan Bisnis Plan dan Tata Kelola

No	Alat dan Bahan	Volume		Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Narasumber	2	Orang	750,000	1,500,000
2	Tenaga Teknis	1	Orang	350,000	350,000
3	FC. Modul Pelatihan	10	Eks	25,000	250,000
4	Meeting Room	1	Paket	250,000	250,000
5	Konsumsi	15	Pax	600,000	600,000
6	Transportasi	10	Orang	100,000	1,500,000
				Total	**4,950,000**

C. Promosi Produk

Promosi merupakan bagian dari proses pemasaran yang termasuk salah satu aspek dalam bauran pemasaran (marketing mix). Sedangkan bauran pemasaran merupakan koordinasi interaksi dari empat komponen yang sering disebut dengan istilah 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi distribusi) dan *promotion* (promosi). Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya (Anandya,2005).

Dalam upaya untuk menarik konsumen tersebut, ada beberapa tahapan yang bisa dilakukan (Sunaryo, 2013), antara lain :

1. Menetapkan tujuan promosi
2. Menetapkan statement alternatif atau konten promosi
3. Menganalisis kemungkinan semua metode yang tersedia
4. Membuat solusi dalam bentuk serangkaian tujuan yang terukur dengan mempertimbangkan target pasar, konten yangspesifik, tugas dan tanggung jawab, dan periode waktu yang dipergunakan untuk promosi.
5. Penilaian dari rencana promosi agar sesuai dengan anggaran yang tersedia, sumberdaya manusia yang ada, dan waktu yang diperlukan.

Usaha makanan snack belut/lele goreng crispy dan rumput laut tersebut telah melakukan promosi tetapi masih bersifat terbatas dan belum menggunakan internet. Untuk memasarkan suatu produk kegiatan promosi merupakan kegiatan yang sangat penting dilakukan, oleh karena itu perlu dilakukan promosi yang lebih besar lagi dengan melalui media yang inovatif. Promosi bisa dilakukan dengan cara :

a. Pembuatan brosur bahasa Inggris
b. Pembuatan website

Dengan adanya media promosi ini orang lebih mengenal makanan tersebut dan diketahui wisatawan mancanegara, sehingga dengan adanya promosi akan dapat meningkatkan penjualan dan lebih dikenal masyarakat luas bahkan internasional.

Promosi itu sebenarnya juga termasuk komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/ membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Tjiptono,2001), oleh karena itu perlu dilakukan kegiatan promosi dengan rincian biaya sebagai berikut :

Tabel 3. Estimasi Pembuatan Media Promosi

No	Media Promosi	Volume		Harga Satuan (Rp)	Jumlah (Rp)
1	Brosur Produk	1,000	Lembar	2,500	2.500.000
2	Modem	2	Unit	750,000	1,500,000
3	Paket Data Internet	2	Paket	250,000	500,000
4	Webhosting & Domain	2	Paket	650,000	1,300,000
5	Website	2	Paket	1.2500,000	2,500,000
6	Training Admin Website	2	Orang	625,000	1.250,000
				Total	**9.550.000**

Dengan adanya media promosi yang berbasis website ini diharapkan orang akan lebih mengenal kedua produk belut/lele goreng crispy dan rumput laut tersebut,

hal ini akan berakibat pada meningkatkan penjualan, bahkan hingga sampai pasar internasional.

D. Pendampingan Manajemen Pemasaran

Setelah memperoleh pemahaman tentang manajemen ekspor dan dapat menyusun bisnis plan serta melakukan promosi berbasis website, untuk keberlanjutan dari program ini perlu adanya pendampingan manajemen hingga sampai selesainya program ini. Pemasaran merupakan kegiatan manusia yang diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Pendampingan manajemen pemasaran yang akan dilakukan yaitu mendampingi menawarkan dan menitipkan makanan snack tersebut serta membuka jaringan dengan pasar modern, mini market, swalayan, toko camilan, toko oleh-oleh antara lain :

a. Giant Supermarket
b. Mirota Supermarket
c. Superindo Supermarket
d. Ambarketawang Oleh-oleh
e. Pemasaran melalui Internet Marketing

Selain itu juga pendampingan manajemen pemasaran melalui internet marketing, mengingat saat ini *trend* belanja melalui online sudah sedemikian besarnya, sehingga usaha makanan belut/lele goreng crispy dan rumput laut ini bisa juga dikenal dan mendapatkan pelanggan melalui online. Disamping itu juga agar dapat menembus pasar internasional atau di tempat-tempat yang terdapat banya komunitas turis-turis mancanegara, seperti prambanan, borobudur dan juga hotel-hotel yang banyak wisatawan asing.

BAB III
TARGET DAN LUARAN

Dari kegiatan pendampingan bagi pengusaha muda ini diharapkan dapat dicapai target berupa dipahaminya pengetahuan tentang manajemen ekspor sebagai upaya untuk inisiasi perluasan produk ke wisatawan mancanegara. Disamping itu juga diharapkan dapat meningkat dalam tata kelola maupu pemasaran produk dengan melalui promosi yang lebih baik dengan menggunakan teknologi informasi berupa internet.

Sedangkan luaran yang dihasilkan dari program pengabdian masyarakat IbM peningkatan tata kelola dan pemasaran ini meliputi :

1. Dokumen bisnis plan
2. Struktur organisasi, job deskripsi dan SOP
3. Kemasan snack yang sudah menggunakan bahasa Inggris
4. Brosur berbahasa Inggris
5. Pemasaran berbasis internet marketing
    a. website : belut/lele crispy “Sari Rasa”
    b. website : rumput laut “Panda”

BAB IV
KELAYAKAN PERGURUAN TINGGI

A. Komitmen Perguruan Tinggi

Untuk mengetahui kelayakan dari perguruan tinggi dapat dilihat dari komitmen pimpinan untuk selalu mengembangkan penelitian dan pengabdian masyarakat dalam satu kegiatan yang terintegrasi. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) sebagai perguruan tinggi yang sudah masuk dalam kategori cluster utama mempunyai komitmen dengan diwujudkan melalui penggabungan 2 (dua) lembaga yang tadinya terpisah menjadi satu kesatuan, lembaga penelitian dan pengabdian yang tadinya terpisah sekarang menjadi satu lembaga yang diberi nama Lembaga Pengembangan Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP3M).

Dengan sudah terwadahinya kedua kegiatan tridarma perguruan tinggi itu dalam satu lembaga diharapkan kegiatan penelitian dapat ditindak lanjuti dengan beberapa kegiatan pengabdian masyarakat yang terinspirasi dari hasil penelitian yang telah dilakukan. Hal ini akan semakin mendekatkan pada slogan "ilmu amaliah dan amal ilmiah", yang artinya bahwa ilmu yang diperoleh dari riset yang berbasis ilmiah harus dapat diaplikasikan menjadi amal dalam bentuk pengabdian masyarakat, demikian juga amal yang dikerjakan melalui pengabdian masyarakat juga harus berbasiskan ilmu yang telah dikembangkan secara ilmiah.

Disamping komitmen kelembagaan, UMY juga mempunyai komitmen dalam hal pendanaan yang berupa dana stimulan untuk melakukan penelitian dan pengabdian masyarakat bagi dosen dan mahasiswa. Khusus untuk kegiatan pengabdian masyarakat terdapat 2 (skema) pendanaan yaitu melalui pendanaan hibah pengabdian dalam bentuk KKN tematik sebesar Rp 10.000.000,- per proposal dengan penyediaan dana untuk 10 proposal per tahun, dan hibah pengabdian yang bersifat unggulan juga sebesar Rp 10.000.000,- per proposal dengan penyediaan dana untuk 20 proposal per tahun.

Skema kegiatan pengabdian masyarakat dari dana internal (UMY) diarahkan pada skema DP2M. Kebijakan yang ditempuh oleh UMY ini cukup efektif untuk dapat meningkatkan partisipasi dosen dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Disamping itu LP3M UMY juga melaksanakan kegiatan pendampingan Klinik

Proposal Pengabdian Masyarakat dengan dibantu oleh Reviewer DP2M. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan dosen dalam penyusunan proposal agar sesuai dengan ketentuan dan kompetitif terhadap perubahan kebijakan dan penyesuaian skema. Kegiatan ini cukup efektif hingga tahun 2013 mencapai 7 proposal IbM yang didanai oleh Hibah Pengabdian DP2M, dan pada tahun 2014 meningkat lagi menjadi 8 proposal yang berhasil lolos untuk didanai yaitu 7 proposal dengan skema IbM dan 1 proposal dengan skema IbPE, serta tahun 2015 juga mencapai hal yang sama seperti tahun sebelumnya. Selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tahun	Skema	Ketua Pelaksana	Judul
2013	IbM	Novi Caroko	Kelompok Pembudidaya Ikan di Desa Ambarketawang Gamping Sleman dan Desa Pereng Prambanan Klaten
2013	IbM	Nur Rahmawati	Kelompok Tani Produsen Beras Organik di Klaten
2013	IbM	Nur Chayati	Pelatihan Terpadu Manajemen Perawatan Ibu Hamil dan Bayi Post Natal
2013	IbM	Agus Nugroho Setiawan	Kelompok Petani Kakao
2013	IbM	Diah Rina Kamardiani	Siomay di D.I. Yogyakarta
2013	IbM	Aris Slamet Widodo	Pendidikan Lingkungan Hidup Pada Anak Usia Dini
2013	IbM	Sukuriyati Susilo Dewi	Pengembangan Peralatan Proses Produksi Jamu Gendong Pada Kelompok Pengrajin Jamu Gendong Seruni I dan II. Dusun Kiringan Desa Canden. Kecamatan Jetis. Kabupaten Bantul
2014	IbM	Septi Nur Wijayanti	Desa Ngestiharjo dan Desa Tamantirto Dalam Pembentukan Program Legislasi Desa
2014	IbM	Ir.Agus Nugroho Setiawan	Sekolah Luar Biasa Tuna Grahita (SLBC)
2014	IbM	Ir Widodo MP	Kewirausahaan Jamur Tiram di Pondok Pesantren Asy Syifa' dan Ar Rahmah

Tahun	Skema	Ketua Pelaksana	Judul
2014	IbM	Ir.Sukuriyati Susilo Dewi M.S	Pengembangan Peralatan Proses Produksi Jamu Tradisional
2014	IbM	Fajarwati	Sentra Peyek di Dusun Gumuk
2014	IbM	Lestari Rahayu	Pondok Pesantren & Panti Asuhan
2014	IbM	Diah Rina Kamardiani	Peningkatan Mutu Siomay
2014	IbPE	Ramadoni Syahputra M.T	UKM Batik Tulis Jogja yang Berjuang Meningkatkan Kapasitas Produksi dan Manajemen Usaha
2015	IbM	Muchamad Zaenuri, M.Si.	Pemasaran Aneka Snack Di Dusun Klangkapan II, Margoluwih, Sayegan, Kabupaten Sleman Untuk Menunjang Pariwisata
2015	IbM	Sutrisno, MP	IbM Pengrajin Bathok Kelapa
2015	IbM	Hilman Latief, Ph.D	IbM Organisasi Filantropik Islam Berbasis Komunitas Melalui Penguatan Kapasitas Kelembagaan Dan Sistem Informasi
2015	IbM	Sarjiyah, MP	IbM Siswa SMP Dalam Pengelolaan Lingkungan Sekolah
2015	IbM	Sukuriyati Susilo Dewi, MS	IbM Kelompok Aisyiyah Dalam Pengelolaan Salak Pondoh Di Kecamatan Turi, Sleman
2015	IbM	Titiek Widyastuti, MP	Penataan Halaman Sekolah PAUD Sebagai Ekoedukasi
2015	IbM	Fajarwati, M.Si.	IbM PKK RT Di Dusun Bantulan Sidoarum Sleman
2015	IbM	Romadhoni Syahputra, MT	IbPE UKM Batik Tulis Jogja Yang Berjuang Meningkatkan Kapasitas Produksi Dan Manajemen Usaha (Lanjutan)

B. Kompetensi Tim Pengabdi

Tim pelaksana merupakan dosen dari program studi Ilmu Komunikasi dengan spesialisasi pada Komunikasi Bisnis. Sesuai dengan latar belakang pendidikan dari Ketua tim yaitu komunikasi dan manajemen pemasaran dan juga sudah berpengalaman dalam melakukan penelitian tentang periklanan suatu produk (lampiran CV).

Ketua tim akan dibantu oleh anggota 1 (satu) orang dosen yang mempunyai kepakaran dalam bidang desain grafis sehingga tidak kesulitan untuk membuat konten pemasaran lebih menarik lagi. Tim pelaksana juga dibantu oleh beberapa mahasiswa dari Prodi Ilmu Komunikasi yang mempunyai kemampuan teknis di bidang IT untuk pembuatan web dan komunikasi design grafis.

Kepakaran yang diperlukan dalam menyelesaikan seluruh persoalan usaha makanan belut/lele goreng crispy dan rumput laut yaitu dari aspek manajemen strategis, pemasaran dan teknologi informasi. Aspek manajemen strategis dan pemasaran dilakukan oleh Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Si. karena telah sesuai dengan latar belakang pendidikan, mata kuliah yang diampu dan juga telah melakukan riset yang berhubungan dengan topik tersebut, sedangkan dari aspek teknologi informasi yang dipakai untuk memperluas pemasaran dilakukan oleh Zuhdan Azis, S.IP, M.Si. yang sangat memahami tentang aplikasi teknologi informasi pada pemasaran.

BAB V
HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat dengan skema IbM tentang tata kelola dan promosi aneka snack untuk pangsa pasar wisatawan mancanegara ini telah dilaksanakan sesuai dengan rencana. Setelah melalui diskusi dan koordinasi dengan pihak mitra maka target dan luaran dari program ini dapat dihasilkan.

A. Hasil Yang Dicapai

Pada laporan akhir ini hasil yang dicapai tercakup dilamnya kegiatan pemberdayaan mitra UKM dengan hasil output antara lain training pemasaran produk kepada wisatawan mancanegara, kemasan produk berbahasa Inggris dan brosur berbahasa Inggris.

1. Pelatihan Pemasaran Produk Pada Wisatawan Mancanegara

Sebagai langkah awal agar produknya dapat diterima oleh wisatawan mancanegara maka perlu adanya pengetahuan bagaimana cara memasarkan produk kepada para wisatawan mancanegara. Kegiatan pelatihan ini disamping diikuti oleh kedua mitra yaitu Sdr Novianti dengan merek “Sari Rasa” dan Stanley Afanda dengan merek “Panda”, juga diikuti oleh UKM sejenis. Dokumentasi gambar pelatihan sebagai berikut:

Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan Pelatiham Manajemen Ekspor

2. Kemasan Produk Berbahasa Inggris

Mengingat bahwa produk snack akan dipasarkan kepada wisatawan mancanegara maka agar produk dapat dimengerti dan kepahami oleh wisatawan mancanegara tersebut maka perlu dibuat kemasan dengan menggunakan bahasa Inggris. Gambar dari kemasan berbahasa Inggris dari kedua produk adalah sebagai berikut:

Gambar 4. Kemasan Panda Seaweed Chips

Gambar 5. Kemasan Sari Rasa

3. Brosur Berbahasa Inggris

Untuk lebih mengenalkan produk kepada wisatawan mancanegara diperlukan adanya brosur yang berisi tentang rincian produk. Brosur kedua produk snack adalah sebagai berikut:

Gambar 6. Brosur Produk "Panda Seaweed Chips"

Gambar 7. Brosur Produk Crispy Lele"Sari Rasa"

4. Penyusunan Bisnis Plan Dan Tata Kelola

Bagi para pengusaha muda ini penyusunan bisnis plan merupakan hal baru karena selama ini dalam melakukan usahan tidak didasari oleh pemikiran jangka panjang tetapi hanya sekedar memenuhi pesanan dan berorientasi jangka pendek. Bisnis tidak ubahnya seperti penjualan suatu barang untuk pemenuhan kebutuhan masyarakat untuk mencari keuntungan semata.

Dengan adanya bisnis plan suatu usaha akan lebih terarah dan mempunyai sasaran yang nyata untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Bisnis plan merupakan rancangan penyelenggaraan sebuah usaha bisnis secara menyeluruh terhadap semua aspek yang dibutuhkan dalam menjalankan sebuah usaha bisnis. Melaui sebuah business plan yang mantap akan memberi jaminan yang lebih keseriusan dari pengelola bisnis yang bersangkutan. Bisnis plan juga merupakan cara untuk meyakinkan pihak investor atau pemberi dana hibah di perusahaan yang kita kelola.

Bisnis plan yang baik akan mengandung isian yang jelas dan mudah dipahami apa sebenarnya yang menjadi maksud tujuan, upaya-upaya, gambaran target, strategi dan sebagainya. Biasanya pihak-pihak pemberi dana hibah akan menilai tak hanya dari aspek kejelasan saja, namun sejauh mana kebermanfaatan dari rancangan bisnis yang diupayakan. Langkah-langkah dan target seperti apa yang dipersiapkan dikemudian hari untuk mengantisipasi berbagai persoalan yang akan dihadapi perusahaan. Dalam keperluan untuk kedua pengusaha muda tersebut maka dengan disusunnya bisnis plan akan memberikan peluang lebih besar untuk memperoleh dana hibah untuk skema ipteks bagi produk ekspor (IbPE) dari DP2M Dikti.

Disamping adanya bisnis plan tersebut, sebuah usaha akan bisa berkembang apabila mempunyai tata kelola yang baik. Pengembangan tata kelola ini bisa dimulai dari dibuatnya struktur organisasi yang memberikan peluang untuk responsif terhadap perubahan dan tantangan. Penyusunan struktur organisasi ini diaplikasikan dengan melalui job deskripsi dari setiap unit yang dibentuk. Sehingga untuk program tata kelola ini bisa dimulai dari penyusunan struktur organisasi, kemudian penyusunan job deskripsi, dan diakhiri dengan membuat standar operasional prosedur (SOP) untuk menunjang dari setiap kegiatan baik di sektor produksi maupun pemasaran.

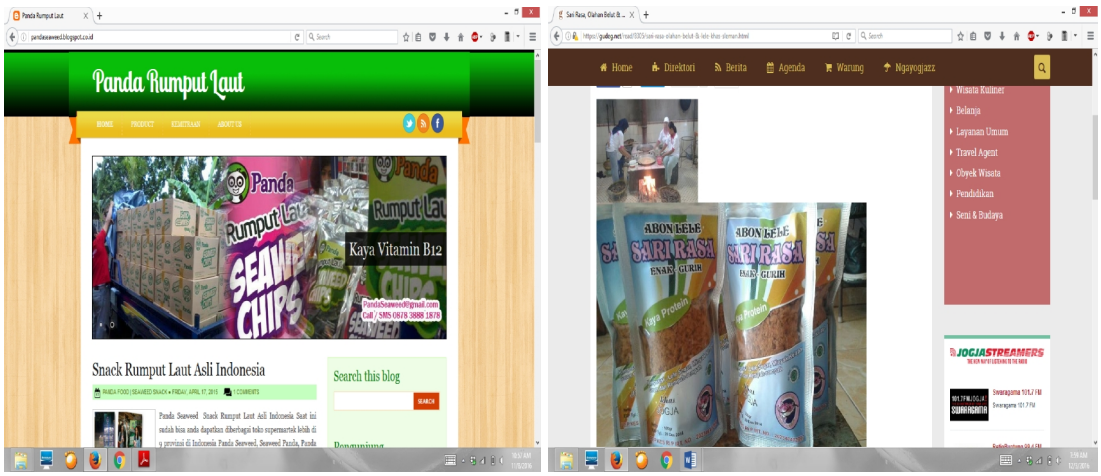
Berikut dokumentasi pada waktu dilakukan pendampingan manjemen dan penyusunan bisnis plan di jurusan Ilmu Komunikasi UMY:

Gambar 8. Diskusi Tata Kelola

5. Pembuatan Website

Kegiatan pembuatan website ini dilakukan secara interaktif mulai dari pengumpulan materi, layout desain hingga sampai pada update data. Pembuatan website dilakukan dengan dibantu oleh mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi dilaksanakan di laboratorium Ilmu Komunikasi. Hasil dari diskusi dan pendampingan penyusunan website tersebut adalah sebagai berikut:

Gambar 9. Website Mitra



6. Pendampingan Manajemen Pemasaran

Setelah memperoleh pemahaman tentang manajemen ekspor dan dapat menyusun bisnis plan serta melakukan promosi berbasis website, untuk keberlanjutan dari program ini perlu adanya pendampingan manajemen hingga sampai selesainya program ini. Pemasaran merupakan kegiatan manusia yang

diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Pendampingan manajemen pemasaran

Selain itu juga pendampingan manajemen pemasaran melalui internet marketing, mengingat saat ini trend belanja melalui online sudah sedemikian besarnya, sehingga usaha makanan belut/lele goreng crispy dan rumput laut ini bisa juga dikenal dan mendapatkan pelanggan melalui online. Disamping itu juga agar dapat menembus pasar internasional atau di tempat-tempat yang terdapat banya komunitas turis-turis mancanegara, seperti prambanan, borobudur dan juga hotel-hotel yang banyak wisatawan asing. Suasana pendampingan tampak pada gambar berikut:

Gambar 10. Pendampingan Manajemen Pemasaran

B. Pembahasan

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dengan metode pelatihan dan pendampinan manajemen. Pelatihan dengan mengambil topik manajemen ekspor, memberikan bekal kepada mitra untuk memahami tentang persyaratan dan ketentuan untuk melakukan ekspor. Apa yang harus dilakukan dan persyaratan apa yang harus dipenuhi, menjadi pembahasan yang serius dalam pelatihan tersebut. Dari hasil pelatihan tersebut kedua mitra dan komunitas kuliner memahami langkah konkrit yang harus ditempuh untuk memasarkan produk ke mancanegara.

Dari pelatihan tersebut dilanjutkan dengan pendampingan yang berkaitan dengan media promosi yang memungkinkan untuk dipahami oleh wisatawan mancanegara. Penggunaan media promosi berbahasa Inggris menjadi program utama dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Dengan didapatkannya brosur, kemasan dan website berbahasa Inggris semakin mudah untuk menawarkan produk kepada wisatawan mancanegara. Dengan melalui proses pendampingan yang intensif kedua mitra mampu untuk melakukan inisiasi membuat media promosi yang ramah wisatawan mancanegara.

Seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan secara simultan dan berurutan maka semua output yang direncanakan dapat dicapai. Dari berbagi output tersebut membawa manfaat bagi kedua mitra untuk melakukan pengembangan usaha lebih lanjut. Produk rumput laut dengan merek dagang “Panda” sudah mampu masuk dalam jaringan Indomaret, demikian juga untuk “Sari Rasa” sudah mulai dipasarkan di Hypermart Jogja City Mall. Dari pengembangan usaha tersebut, kedua mitra semakin percaya diri untuk melakukan pemasaran ke mancanegara.

BAB VI
KESIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan yang telah dilaksanakan tersebut dapat disimpulkan bahwa pemahaman terhadap pemasaran kepada wisatawan mancanegara bagi pengusaha UKM snack memang sudah mulai meningkat. Hasil dari pelatihan tersebut dapat membuka cakrawala berpikir mereka bahwa di Indonesia ini khususnya di Yogyakarta pasar wisatawan mancanegara sangat potensial. Demikian juga dengan menggunakan kemasan bahasa Inggris serta diperkuat oleh brosur dan website berbahasa Inggris semakin memantapkan dalam melakukan promosi.

Saran untuk kedua mitra adalah agar ditingkatkan kapasitas produksi dan sudah berorientasi produk dan taste ke wisatawan mancanegara. Membuat diversifikasi produk sesuai dengan seleran atau permintaan wistawan mancanegara.

DAFTAR PUSTAKA

Anandya, Dudi, 2005, *Riset Pemasaran, Prospektif dan Terapan*, Yogyakart: Bayumedia.

Pitana, I Gde dan I Ketut Surya Diarta, 2009, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sunaryo, Bambang, 2013, *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Yogyakarta: Gava Media.

Susanta, Gatut dan M. Azrin Syamsudin, 2009, *Cara Mudah Mendirikan dan Mengelola UMKM*, Jakarta: Raih Asa Sukses.

Tjiptono, Fandy, 2008, *Total Quality Service*, Yogyakarta: Penerbit Andi.