

**STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN SISTEM TITIP JUAL TERHADAP
PRODUK KUE BAKPIA DESA MUNGGU****MARKETING STRATEGY USING A SELLING SYSTEM FOR MUNGGU VILLAGE
BAKPIA CAKE PRODUCTS**

Izzatul Afifah¹, Dania Nur Wahidah Umami², Windy Wiga Regilta³, Inta Dyah Setyowati⁴, Sayid Abbas⁵,

^{12345*}Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Jawa Timur

¹izafifah02@gmail.com, ²danianurwahidahumami29@gmail.com, ³wigawindy@gmail.com,

⁴intadyah12@gmail.com, ⁵abas@umpo.ac.id

Article History:

Received: September 14th, 2023

Revised: October 17th, 2023

Published: October 20th, 2023

Keywords: *Marketing Strategy;
Sales Entrustment System;
Bakpia Restu Products;*

Abstract : *Business actors use various methods to market their products so that these products can be found by consumers. With several types of marketing strategies carried out by business actors, they are required to balance their businesses with current progress, especially in terms of sales. One of the policies regarding strategies for selling products is that one of them can be done on a tip-off basis. Entrustment of sale is a sale in which the owner entrusts his goods to another party for sale at the price and conditions stipulated in the agreement. In this case, the Bakpia Cake "Restu" MSME business uses a tip-to-sell sales system in product marketing. The service uses training methods to teach selling strategies, and is successful in mobilizing these business actors.*

Abstrak

Para pelaku usaha melakukan berbagai macam cara untuk memasarkan produknya agar produk tersebut dapat di temukan oleh konsumen. Dengan beberapa macam strategi pemasaran yang di lakukan oleh para pelaku usaha, serta di tuntut untuk menyeimbangkan usahanya dengan kemajuan yang ada saat ini, terutama dalam hal penjualan. Salah satu kebijakan mengenai strategi dalam penjualan produk yaitu salah satunya dapat di lakukan secara titip jual. Titip jual adalah penjualan dengan cara pemilik menitipkan barangnya kepada pihak lain untuk di jualkan dengan harga dan syarat yang telah di atur dalam perjanjian. Dalam hal ini pelaku usaha UMKM Kue Bakpia “Restu” menggunakan sistem penjualan titip jual dalam pemasaran produk. Pengabdi menggunakan metode pelatihan dalam mengajarkan strategi titip jual, dan berhasil menggerakkan pelaku usaha tersebut.

Kata Kunci: *Strategi Pemasaran, Sistem Titip Jual, Produk Bakpia Restu*

PENDAHULUAN

Setiap pengusaha di dunia berkompetisi mempertahankan usahanya masing – masing agar usaha yang sedang dikembangkan dapat berjalan dengan sesuai rencana dan tidak tersaingi oleh pengusaha lainnya. Berbagai strategi bersaing yang dilakukan oleh pengusaha saat ini demi memajukan bisnis usahanya. Salah satu strategi yang dilakukan dengan meminimalisir atau menurunkan harga jual produk, upgrading dan meningkatkan kualitas produk, menginovasikan

desain produk yang menarik serta melakukan strategi yang matang dalam pemasarannya. Saat mendirikan usaha baik perorangan maupun kelompok bisnis ialah ujung tombak suatu keberhasilan dalam bisnis usaha. Saat menjalankan strategi untuk bersaing di pemasaran pelaku pengusaha harus semaksimal mungkin dalam membuat terobosan dan inovasi terbaru sehingga produk yang ditawarkan diterima dan sesuai dengan kebutuhan konsumen melalui pembaruan model atau variasi pemasarannya dan rancangan yang matang.

Bagi pengusaha bakpia yang ada di Desa Munggu ini pemasaran menggunakan sistem titip jual, karena sistem ini cocok digunakan untuk pengusaha yang ada di Desa agar bisa menarik para seller yang akan menjualkan produk UMKM, dan dengan sistem titip jual jika tidak laku terjual maka produk bisa dikembalikan lagi dengan produsen. Salah satu seller yang penjualannya sangat pesat di wilayah desa yaitu supermarket atau minimarket yang bisa menerima produk UMKM warga Desa. Dengan sistem titip jual ini bisa mempengaruhi minat warga desa untuk menjualkan produknya sehingga bisa meningkatkan perekonomian warga.

Pada sebuah instansi perusahaan dalam mencapai puncak kejayaan di kegiatan pemasaranlah yang akan sangat menunjang keberhasilan dari perusahaan tersebut. Peran utama perusahaan dengan melakukan pengembangan strategi dalam pemasaran akan memberikan dampak yang signifikan dalam mencapai kejayaannya. Strategi pemasaran sendiri dapat diartikan sebagai metode untuk memilih serta menganalisis sebuah target yang akan dicapai dalam pemasaran, pengembangan dan menjaga brand pemasaran guna memenuhi kepuasan pelanggan atau konsumen. Strategi pemasaran memiliki tujuan dalam menentukan target market share (pasar) yang segmenkan dalam pemasaran produk yang ditawarkan. Hal ini biasanya dilakukan perusahaan untuk menjadikan pemasaran produk lebih tertata dan terorganisir dengan harapan produsen memperoleh hasil seperti yang telah diprediksikan dan diharapkan. Karena terlalu banyaknya faktor baik internal maupun eksternal yang mengganggu jalannya pemasaran produk sebuah perusahaan akan menjadi penghambat dalam pemasaran (Karinda, 2018).

Dalam sistem jual beli ada tiga macam yaitu dengan penjualan tunai, penjualan sistem menyicil/kredit, dan penjualan dengan titip jual. Titip jual dengan sistem memindahkan/menitipkan hasil produk yang dimiliki oleh pelaku pengusaha kepada pihak tertentu dengan kesepakatan harga serta syarat dengan perjanjian yang sama sama menguntungkan. Pelaku pengusaha yang memiliki hasil produk tersebut biasanya disebut dengan pengamanat dan pihak yang menerima titip jual produk tersebut disebut dengan komisioner. Hasil produk yang diperjual belikan dengan sistem titip jual biasanya disebut dengan barang consignment out dan consignment in (Trivena, dkk 2021). Perlu diketahui bahwa penjualan dengan sistem titip jual memiliki banyak sekali keuntungan untuk kedua belah pihak yang terlibat didalamnya. Beberapa manfaat yang sering kali dijumpai adalah bagi pelaku pengusaha bisa memperluas area pemasaran produk yang telah diproduksi dengan inovasi dan kebutuhan konsumen tiap daerah, dapat dengan leluasa mengendalikan harga jual produk, dapat menurunkan biaya penyimpanan hasil penjualan produk sesuai dengan kesepakatan dan dapat mengirimkan produk ke berbagai daerah, untuk pelaku yang menerima barang titip jual akan lebih mudah mendapat stock produk yang akan dijual tanpa harus keliling, memperoleh komisi dari setiap produk yang laku terjual.

METODE

Pengabdi melakukan pendampingan terhadap pemilik usaha, selain itu dilakukan pengamatan langsung ke lokasi pasar dan juga pembuatan Bakpia di desa Munggu dan di supermarket atau minimarket yang ada disekitar seperti Bungkal, Balong, Sambit, dan Slahung. Wawancara Melakukan Tanya jawab dan diskusi secara langsung dengan pemilik produk serta toko terkait sistem titip jual. Menurut Sogiono (2018), pengertian observasi adalah suatu teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri khusus dan mempunyai perbedaan tersendiri dibandingkan dengan teknik pengumpulan data lainnya. Dalam metode observasi ini, peneliti mengamati secara langsung lokasi produksi dan distribusi produk olahan Bakpia yaitu Desa Munggu, Kabupaten Bungkal, Kabupaten Ponorogo dan beberapa supermarket serta minimarket yang menjual olahan Bakpia. Sekitar Dukuh Bungkal, Balong, Sambit dan Slahung.

HASIL

Banyak dari para produsen saat ini menggunakan sistem tunai dalam pemasaran dan penjualannya, yaitu dengan menitipkan hasil penjualannya ke berbagai supermarket dan minimarket, bahkan toko rumahan dan angkringan yang menerima UMKM. produk Bungkal, Slahung, Balong dan Sambit. Selain itu diperoleh juga informasi mengenai bahan baku pembuatan bapi kering yaitu campuran tepung terigu, kacang ijo, gula pasir, minyak goreng yang digunakan yang merupakan ciri khas dari resep olahan "Restu". rasa bapia kering. Nyonya Puput sendiri. Produk Bakpia kering yang dibuat dengan cara ini alami, tanpa bahan pengawet. Alat yang digunakan untuk mengeringkan olahan bakpia adalah pemanggang roti. Bahan baku Bakpia kering "Tinggal" Bu Puput dibeli di toko/supermarket sekitar lokasi produksi melalui sistem stok, sehingga Bu Puput siap diproduksi jika terjadi pesanan yang tidak terduga. Dalam pembuatan bakpia, pengolahan isian bakpia kacang hijau biasanya diawali dengan mengeringkan, membuang kulit, mencuci hingga bersih, mengukus, kemudian menggiling hingga kacang hijau empuk, kemudian menggilingnya dengan blender dan mencampurkan gula pasir secukupnya. Lalu buat kulit dari bakpia. Kerak ini biasanya terbuat dari tepung terigu, gula pasir, air dan minyak goreng, lalu dicampur dan diaduk dengan mixer/roller hingga adonan kalis.

Jika adonan sudah kalis, dibentuk bulat-bulat dan diisi kacang ijo, kemudian pemanggangan dilanjutkan di dalam oven hingga bakpia kering buatan Bu Puput siap disantap dan dibalut dengan label "Tinggal" "Bakipa" . ". . Dalam kemasan bakpian diisi dengan jumlah biji, bukan per gram, karena bakpian mempengaruhi ketidakpastian berat gram yang bervariasi dari kotak ke kotak. Penyebab ketidakstabilan berat adalah tepung dan isiannya, yang tidak bisa ditentukan dengan perkiraan berat bakpi pada saat matang saat dipanggang.. Maka sambil mengemudi, Bu Puput mencoba menentukan hasil bersih kemasan per gram biji lepas.

PEMBAHASAN



Gambar 1 Bakpia kering “Restu” hasil produksi Bu Puput



Gambar 2 Packaging bakpia kering “Restu”

Potensi keuntungan dari bisnis UMKM Bakpia yang berkembang cerah dan menjanjikan pendapatan harian bahkan bulanan. Untuk memulai pengembangan usaha ini, Anda bisa memulainya dengan volume produksi kecil, menengah, atau besar, tergantung modal calon pengusaha. UMKM bakpia ini dapat dikelola dengan pengendalian produksi, pemasaran yang cukup sederhana, dan peralatan produksinya juga relatif sederhana, bahkan toko-toko di sekitar rumah produksi dapat dengan mudah mendapatkan bahan baku yang diperlukan untuk meminimalisir belanja modal yang besar.

Sistem checkout digunakan dalam sistem penjualan produk Bakpia Berkah. Penjualan di toko adalah pemindahan atau penitipan barang oleh pemiliknya kepada instansi lain yang bertindak sebagai wakil penjualan. Kepemilikan barang tetap berada pada pemiliknya sampai barang tersebut dijual. Sehubungan dengan penjualan barang titipan, pihak yang memindahkan barang disebut pengirim barang, dan penerima barang titipan disebut klien (penerima). Sistem point of sale dapat digunakan untuk menjual segala jenis produk. Untuk menjamin keamanan transaksi jenis produk dihadapan penerima barang biasa disebut dengan barang jualan (Musrifah, 2021).

Sistem kasir memiliki keunggulan tertentu dibandingkan penjualan langsung. Salah satu keuntungan berbisnis adalah perusahaan dapat memperluas wilayah pasar atau lokasi produknya. Dengan demikian, tempat-tempat yang menjadi sasaran pemasaran perusahaan lebih mudah dijangkau. Semakin luas titik distribusinya, semakin besar peluang bagi pengusaha untuk mengoptimalkan penawaran produknya. Menurut Utoyo Widayat (1991) Keuntungan Penjualan sistem titip jual bagi pemilik barang (Consignor) adalah :

- a) Pengirim memperluas wilayah pasar produknya karena beberapa alasan, antara lain: bisa dengan mudah memperkenalkan hasil produk mereka ke masyarakat yang belum pernah mengetahui produk tersebut diwilayahnya sehingga akan menjadi investasi asset dengan harga yang ditawarkan cukup mahal.
- b) Pemilik barang dapat dengan mudah mengendalikan harga jual agen (penerima barang yang dijual). Hal ini dimungkinkan karena perantara menjual barang tersebut hanya dengan harga yang ditetapkan oleh pemiliknya, dan perantara hanya menerima komisi dari penjualan tersebut, tanpa menggunakan harga jual barang yang dijual.
- c) Barang yang dijual tidak akan disita apabila penerima barang bangkrut, guna mengurangi resiko kerugian.
- d) Pemilik komoditas dapat menyediakan tenaga ahli penjualan khususnya untuk penjualan padi-padian, peternakan dan hasil pertanian. Biaya untuk layanan tersebut seringkali dalam bentuk pembayaran, yang mungkin berupa persentase dari harga jual atau mungkin dalam jumlah tetap. per unit batang terjual.

Sedangkan Keuntungan yang diperoleh penerima barang (Consignee). Melalui penjualan sistem titip jual, antara lain adalah :

- a) Penerima barang tidak dibebani resiko kerugian apabila tidak menjual barang untuk dijual.
- b) Penerima barang tidak memperhitungkan biaya operasional akibat penjualan toko tersebut biaya diganti atau dibayar.
oleh pengamanat.
- a) Jika ada barang yang dijual rusak dan terjadi fluktuasi harga, hal penerima barang tidak bertanggung jawab.
- b) Kebutuhan modal kerja dapat dikurangi, karena penerima hanya berperan sebagai penerima dan penjual barang yang akan dijual.
- c) Penerima barang berhak menerima komisi atas penjualan toko tersebut.

Dalam hal ini kami menggunakan metode observasi dan survey untuk menentukan lokasi dan menentukan apakah lokasi tersebut digunakan sebagai point of sale atau tidak. Dalam wawancara ini juga diperoleh company profile kue Bakpia “Restu” yaitu :

Tabel 1.1 Data Survey UMKM Kue Bakpia “Restu”

Nama Pemilik	PUPUT
Nama Usaha	Bakpia Restu
Jenis Dan Deskripsi Usaha	Pembuatan Bakpia
Luas Lahan Usaha	5 x 7 M ²
Alamat Usaha	Gunung Cilik, Desa Munggu
Jumlah Tenaga Kerja	4 Orang
No Hp	
Modal Awal	Rp. 15.000.000
Penghasilan /Bulan	Rp. 3.000.000
Tahun Berdiri	Rp. 5.000.000
Produk	Bakpia Kacang
Layanan	Melayani sistem pemesanan, dan menjual diberbagai toko – toko sekitar Desa Bungkal, Slahung, Balong, dan Sambit.
Harapan	<ul style="list-style-type: none"> • Pemasaran bisa lebih luas lagi bisa menjangkau fkf kota dan bisa pemasaran online • Kemasan yang lebih berkualitas dan bernilai tinggi. • Bisa membuat lebih banyak varian rasa.

KESIMPULAN

Dalam Usaha Bakpia “Restu” ini menggunakan sistem titip jual yang dititipkan di toko/swalayan, yang di antaranya tersebar di daerah Bungkal, Balong, Sambit, dan Slahung. Kolaborasi pelaku UMKM dengan toko/swalayan menjadi faktor yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak karena untuk pelaku UMKM Bakpia “Restu” juga untung dalam meningkatkan penjualan produk dan penyebaran produk di beberapa daerah. Semakin luas titik distribusinya, maka semakin besar juga peluang usahanya untuk mengoptimalkan penawaran produk dan untuk mendapatkan keuntungan bagi toko/swalayan yang akan memperoleh laba.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terimakasih atas support LPPM Universitas Muhammadiyah Ponorogo, dan juga UMKM Bakpia “Restu”

REFERENSI

- Damayanti, A. P. (2023, April). PENDAMPINGAN UMKM "BAKPIA CRISPY 3 BINTANG" MELALUI PENGEMBANGAN DAN LEGALITAS. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (FOKUS ABDIMAS)*, 1(2), 160-164.
- Erwin Setiawan, D. I. (2020). PENINGKATAN EKONOMI KREATIF UMKM INDUSTRI

- MAKANAN BAKPIA DI DESA TULANGAN KECAMATAN TULANGAN KABUPATEN SIDOARJO PROVINSI JAWA TIMUR. *Jurnal Abdi Bhayangkara UBHARA* , 2(2), 553-556.
- Fikri, M. K. (2019, Desember). Perspektif Etika Bisnis Islam Pada Sistem Konsinyasi Dalam Strategi Reseller. *BISNIS : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 7(2), 161-176.
- Ikbal Pratama, M. D. (2023, Juni). Strategi Pemasaran Menggunakan Sistem Konsinyasi Terhadap Produk Stik Kelor Desa Tambu. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 2(2), 116-123.
- Jalaluddin, N. U. (2020, September). PENJUALAN KONSINYASI PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH DI KOTA LHOKSEUMAWE MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 2(6), 190-211.
- Mariena Dewi, M. H. (2020, Februari). Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing di Pasar Ritel Modern Carrefour (Kasur PT MadaniFood, Jakarta). *Manajemen IKM*, 15(1), 77-83.
- Marinda Nurul Ilmi, F. M. (2020, Januari). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI PRODUKSI DAN PENJUALAN PADA UMKM BAKPIA (STUDI KASUS AA BAKTERY). *JUST TI: (Jurnal Sitem Teknologi Informasi)*, 12(1), 17-20.
- Rosalia Prismarini, A. W. (219, November). PENINGKATAN MANAJEMEN USAHA BERBASIS CREATIVE PACKAGING PADA UMKM "BAKPIA" DI DESA JANTEN, YOGYAKARTA. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu NegeRI*, 3(2), 127-133.
- Shinta Maharani, T. Y. (2021, Desember). SISTEM PENJUALAN KONSINYASI GUNA MENINGKATKAN POTENSI PENJUALAN DAN KELANCARAN PEMBAYARAN PADA UMKM DI KOTA MALANG. *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 2(15), 227-236.
- Tita Elma Sari, S. (2023, Februari). Analysis of Customer Relationship Management Implementation In Maintaining Customer Loyalty in UMKM Bakpia Ahmad's Family Trenggalek. *Jurnal Politik dan Sosial Kemasyarakatan*, 15(1), 225-243.