

PEMASARAN PRODUK HASIL OLAHAN IBU RUMAH TANGGA DI KELURAHAN KAMPUNG MELAYU KECAMATAN SUKAJADI KOTA PEKANBARU

Hardi

Fakultas Ekonomi Universitas Lancang Kuning

Absrtak: Pemasaran merupakan ujung tombak untuk melakukan penngenalan suatu produk. Dalam dunia persaingan yang semangkin ketat, setiap pelaku usaha dituntut agar tetap bertahan hidup dan berkembang. Oleh karena itu seorang pemasaran dituntut untuk memahami permasalahan pokok dibidangnya dan menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Kelurahan Kampung Melayu Kecamatan Sukajadi Kota Pekanbaru. Pada awal pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada Nopember 2015 peserta yang diharapkan Kelompok Penjahit kenari dan Ibu-iburumah tangga. Dalam pengabdian masyarakat ini, para peserta diberikan materi tentang : pembekalan kewirausahaan untuk dapat mempromosikan hasil olahan yang dibuat, dengan kemampuan skill yang dimiliki dapat digali dan dikembangkan untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal.

Pada akhirnya pertemuan pengabdian masyarakat ininantinya, kami sebagai Tim pengabdian masyarakat menyarankan para peserta untuk dapat menggali, mengembangkan kreativitasnya, Disamping itu untuk masalah permodalan kita sarankan untuk mengajukan peminjaman pada kelurahan dengan nama usaha ekonomi Kota Pekanbaru dan program Perbankan dapat memberikan permodalan untuk Usaha Kecil Menengah.

Abstract: *Marketing is spearheading to penngenalan product. In the world of competition semangkin tight, every business is required in order to survive and thrive. Therefore, a marketing required to understand the underlying problems in their field and develop strategies in order to achieve the goal.*

Implementation of community service activities is carried out in Kampung Melayu subdistrict Sukajadi Pekanbaru. At the beginning of the implementation of community service was held in November 2015 expected participants Tailor Group walnuts and mother-housewife. In this community service, the participants were given materials on: increased entrepreneurship in order to promote the processed products are made, the skills possessed abilities can be explored and developed to get the maximum benefit.

At the end of meeting community service later, we as a team community service advised the participants to be able to explore, develop creativity, addition to the problem of capital we suggest to apply for a loan on a village by the name of

economic enterprises Pekanbaru City and Banking course can provide capital for Small Businesses medium.

Keywords: *Marketing, business opportunities, entrepreneurship and employment opportunities*

PENDAHULUAN

Di kelurahan Kampung Melayu memiliki usaha rumahan yang ditekuni ibu-ibu rumah tangga seperti usaha bordiran dalam bentuk bahan baju yang dibordir, taplak meja yang dibordir atau dalam bentuk souvenir berbentuk bordiran. Usaha ini dilakukan oleh dua kelompok penjahit kenari dan kelompok ibu rumah tangga Kampung Melayu Kota Pekabaru.

Dalam dunia usaha dituntut untuk memahami permasalahan pokok dibidangnya dan menyusun strategi agar dapat mencapai tujuan. Berikut ini beberapa pengertian mengenai pemasaran:

1. Menurut philip kotler (2008) pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai.
2. Menurut william J. Stanton (2007) pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.
3. Menurut basu swasta DH (2005) pemasaran adalah sistem

keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide, kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi, sedangkan menjual adalah ilmu dan seni mempengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan.

Jelas bahwa pemasaran telah didefinisikan berbagai cara oleh para penulis dan definisi tersebut tidak bersifat konstan, melainkan mengalami perubahan sesuai dengan perkembangan dan evolusi itu sendiri. Pengertian ketiga penulis diatas mengandung beberapa kesimpulan, yaitu :

- Pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak-pihak yang berkepentingan didalam perusahaan.
- Pemasaran adalah kegiatan perusahaan dalam membuat rencana, menentukan harga, promosi serta mendistribusikan barang dan jasa.
- Pemasaran berorientasi pada langganan yang ada dan potensial.

- Pemasaran tidak hanya bertujuan memuaskan kepentingan pelanggan saja akan tetapi juga memperhatikan semua kepentingan pihak-pihak yang terlibat didalamnya.
- Program pemasaran itu dimulai dengan sebuah ide tentang produk baru (barang, jasa, ide pribadi atau tempat) dan tidak berhenti sampai keinginan konsumen benar-benar terpuaskan.

Mitra dalam hal ini memasarkan produk yang mereka hasilkan hanya dari mulut ke mulut atau berdasarkan pesanan saja, hal ini tentunya akan menjadi masalah karena kelompok mitra menjadi tidak produktif dalam menghasilkan produk yang dikerjakanya tentu akan mempengaruhi pendapatan keluarga. Kurangnya pemasaran juga juga disebabkan kurangnya pemahaman dari strategi pemasaran harus dipahami tidak dalam pemahaman kuno sebagai membuat penjualan “bercerita dan menjual” tetapi dalam pemahaman modern yaitu memuaskan kebutuhan pelanggan. Bila pemasar memahami kebutuhan pelanggan: mengembangkan produk dan jasa yang menyediakan nilai yang unggul bagi pelanggan, menetapkan harga, mendistribusikan, dan mempromosikan produk dan jasa itu secara efektif, produk dan jasa itu akan mudah dijual. Sebenarnya menurut guru manajemen Peter Drucker, “tujuan pemasaran adalah membuat penjualan tidak diperlukan lagi”. Penjualan dan iklan hanyalah bagian dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yang lebih besar seperangkat sarana pemasaran yang bekerja sama untuk

memuaskan kebutuhan pelanggan dan menciptakan hubungan dengan pelanggan. Definisi secara luas, pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain. Dalam konteks yang lebih sempit, Pemasaran adalah menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan. Oleh karena itu, kita mendefinisikan Pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan. (Kotler, Armstrong; 2008)

TINJAUAN PUSTAKA

Pemasaran adalah proses dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran barang dan jasa yang bernilai satu sama lain. (Chandra;2002)

William J Stanton pemasaran memiliki arti yang berbeda-beda: (Fuad,Christine;2006)

1. Menurut Kotler, pemasaran adalah kegiatan manusia untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.
2. Menurut Stanton, pemasaran meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan kegiatan untuk merencanakan dan menentukan harga, hingga

- mempromosikan dan mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli, baik yang aktual maupun potensial.
3. Menurut american marketing asociation, pemasaran merupakan pelaksanaan kegiatan usaha niaga yang diarahkan pada satu aliran barang dan jasa dari produsen ke konsumen.

Pada dasarnya fungsi pemasaran itu merupakan suatu proses kegiatan yang tidak sederhana dari barang sebelum produksi sampai bagaimana supaya sampai di tangan konsumen yang dapat menghasilkan laba perusahaan atau paling tidak sampai pada kembalinya modal.

Alasan utama orang membuka usaha adalah faktor ekonomi. Jika ada yang berbisnis dimulai dari hobi, jumlahnya jauh lebih sedikit daripada faktor ekonomi ini. Karena terdesak kebutuhan ekonomi, sebagian orang memilih untuk menjadi pekerja, dan sebagian lagi memilih untuk berbisnis. Resiko menjadi pekerja memang mudah, bekerja sesuai dengan tugas yang diberikan kepadanya, lalu setiap bulan mendapat gaji. Peluang menjalankan usaha mandiri untuk saat ini cukup banyak, salah satunya usaha kecil. Pengembangan usaha kecil untuk dinegara berkembang, seperti diIndonesia sangatlah potensial dan sesuai dengan kondisi alam dan penduduknya. Usaha kecil mampu menyediakan lapangan pekerjaan, khususnya bagi tenaga kerja baikituberpendidikan rendah atau putus sekolah khususnya kota Pekanbaru. Banyak kontribusi yang

dapat diberikan usaha kecil terutama bagi sektor sosial, ekonomi, namun kontribusi ini belum terealisasi secara optimal.

Menjalani usaha kecil, dengan membuka sendiri usaha sendiri tak selamanya menyenangkan. Namun ini harus dijalani oleh banyak orang karena ketiadaan pilihan. Untuk memasuki dunia kerja kadang usia sudah sangat tidak memungkinkan, apalagi pendidikan formalnya hanya lulus SD, SMP, sebagian ada lulusanSMA, dan kadang justru ada yang tidak tamat SMP atau bahkan tidak tamat SD. Mereka berasal dari berbagai daerah, mengadu peruntungan ketrampilan yang dimilikipun sangat terbatas. Jika tidak ada kemauan yang kuat dan keinginan untuk terus belajar serta usaha yang tak kenal lelah untuk mencari order pekerjaan, yang membuat mereka tetap eksis, adalah kemauannya untuk terus hidup dan berkembang, serta optimisme.

Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikannya sebagaimana diatur dalam undang undang ini:

1. Memiliki kekayaan paling banyak Rp. 200.000.000 (dua ratus juta Rupiah)
Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1000.000.000 (satu miliar rupiah)
3. Milik warga negara Indonesia
4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang

perusahaan yang dimiliki. Dikuasai atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar.

5. Berbentuk usaha orang perseorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi (UU No. 9; 1995)

Kekuatan usaha kecil meliputi antara lain (Mulyadi;2009) :

1. Mengembangkan kreatifitas usaha baru
2. Melakukan Inovasi
3. Ketergantungan usaha besar terhadap usaha kecil
4. Daya tahan pasca krisis tahun 1999

Kelemahan usaha kecil (Mulyadi; 2009) :

1. Lemahnya ketrampilan manajemen
2. Tingkat kegagalan dan penyebabnya
3. Keterbatasan sumber daya

Terdapat cukup banyak peluang untuk berwirausaha mandiri saat ini, mandiri bukan hanya sebutannya saja, namun butuh realisasi yang sifatnya segera, entah itu dalam bentuk rencana tertulis maupun sebuah sikap cerdas dalam menyikapi masalah ekonomi dengan mengambil keputusan memilih mandiri berwirausaha daripada harus terus menerus bekerja untuk orang.

Tidak kenal sama sekali dengan dunia wirausaha bukannya alasan bagi seseorang untuk tidak mencoba sebuah peluang usaha kecil, meskipun tidak tahu sama sekali

tentang bagaimana cara memulai sebuah bisnis, namun kesempatan untuk berwirausaha selalu terbuka lebar, dan mengambil sebuah usaha kecil bisa menjadi solusi tepat untuk membiasakan diri dengan menghasilkan uang secara mandirianpa harus selalu bergantung dengan lapangan pekerjaan yang didirikan orang lain. Sebuah usaha kecil kecilan bisa dipilih ssebagai langkah membiasakan diri dengan dunia wirausaha mandiri. Berwirausaha mandiri bisa menjadi seseorang lebih tangguh dalam menghadapi tantangan kehidupan. Perlu diketahui juga bahwa berwirausaha itu sangat penting karena nilai atau uang yang dihasilkan dari usaha mandiri yang dijalankan tentunya tak terbatas jumlahnya selagi orang tersebut mau bekerja keras.

Kendala lain yang juga dihadapi oleh kelompok mitra adalah wirausaha yang merupakan *home industry* ini dianggap kurang memiliki prospek bagi kehidupan mereka hal ini disebabkan masih kurangnya pendampingan dari pihak ketiga untuk usaha yang mereka rintis karena kewirausahaan adalah disiplin ilmu yang mempelajari tentang nilai, kemampuan, dari prilaku seseorang dalam menghadapi tantangan hidup untuk memperoleh peluang dengan berbagai resiko yang mungkin dihadapinya. (Sudayono; Asep Saefullah; 2011).

Ada beberapa definisi wirausaha menurut :

1. Pandangan Ahli Ekonomi : Wirausaha adalah orang yang mengkombinasikan faktor-faktor

produksi seperti sumber daya alam, tenaga kerja, material, dan peralatan lain untuk meningkatkan nilai sehingga menjadi lebih tinggi dari sebelumnya.

2. Pandangan pelaku bisnis: pelopor dalam bisnis , Inovator, penanggung resiko yang mempunyai visi, kedepan, dan memiliki keunggulan dalam prestasi dibidang usaha.
3. Pandangan Psikolog : Wirausaha adalah orang yang memiliki dorongan kekuatan dari dalam diri untuk memperoleh suatu tujuan serta suka bereksperimenuntuk menampilkan kebebasan dirinya diluar kekuasaan orang lain.

Beberapa manfaat kewirausahaan adalah sebagai berikut :

1. Memberi peluang dan kebebasan untuk mengendalikan nasib sendiri.
2. Memberi peluang melakukan perubahan
3. Memberi peluang untuk mencapai potensi diri sepenuhnya
4. Memiliki peluang untuk meraih keuntungan seoptimal mungkin.
5. Memiliki peluang untuk berperan aktif dalam masyarakat dan mendapat pengakuan atas usahanya.
6. Memiliki peluang untuk melakukan sesuatu yang disukai menumbuhkan rasa senang dalam mengerjakannya.

Semangat kewirausahaan yang perlu dibudayakan antara lain :

1. Kemauan kuat untuk berkarya (utamanya dibidang ekonomi) dengan semangat mandiri

2. Mampu membuat keputusan yang tepat dan berani mengambil resiko
3. Kreatif dan inovatif
4. Tekun, teliti, dan produktif
5. Berkarya dengan semangat kebersamaan dan etika bisnis yang sehat

Berdasarkan kelima semangat kewirausahaan tersebut maka jelas bahwa yang dibutuhkan oleh seorang pengusaha atau wirausaha adalah berkarya dengan semangat mandiri yang disertai dengan semangat kebersamaan dan kekeluargaan . Hal ini menunjukkan bahwa wirausaha hanya memikirkan bisnisnya sendiri, melainkan juga dituntut untuk memperhatikan bisnis orang lain. Dengan kata lain, tidak boleh saling menjatuhkan, terutama pada bisnis sejenis. Persaingan harus dilakukan secara sehat agar mendorong munculnya wirausaha wirausaha baru yang tangguh, kreatif, inovatif, produktif namun tetap menjaga karakter bangsa Indonesia yang ramah, bergotong royong persaudaraan sejati, dan tidak melanggar etika bisnis.

Prinsip prinsip kewirausahaan menurut Didik D. Machyudin, adalah sebagai berikut :

1. Harus Optimis
2. Ambisius
3. Dapat membaca peluang pasar
4. Sabar
5. Jangan putus asa
6. Jangan takut gagal

Prinsip prinsip kewirausahaan menurut Khafidul Ulum :

1. Passion (semangat)
2. Independent (Mandiri)
3. Marketing sensitivity (peka terhadap pasar)

4. Creative and Innovative (kreatif dan inovatif)
5. Calculated risk taker (mengambil resiko dengan penuh perhitungan)
6. Persistent (pantang menyerah)
7. High ethical standard (berstandar etika tinggi)

Jika digabungkan prinsip prinsip kewirausahaan dari kedua pendapat tersebut diatas adalah sebagai berikut;

1. Jangan takut gagal
2. Penuh semangat
3. Kreatif dan inovatif
4. Bertindak dengan penuh perhitungan dalam mengambil resiko
5. Sabar, ulet, tekun
6. Harus optimis
7. Ambisius
8. Pantang menyerah/jangan putus asa
9. Peka terhadap pasar/dapat membaca peluang pasar
10. Berbisnis dengan standar etika
11. Mandiri
12. Jujur
13. Peduli lingkungan

Wirausahawan (*Entrepreneur*) adalah seseorang yang mengorganisasikan, mengoperasikan dan memperhitungkan resiko untuk sebuah usaha yang mendatangkan laba. Seorang pelaku usaha telah melakukan pengorganisasian terhadap sumber daya yang dimilikinya dalam ruang dan dimensi yang terbatas dan berusaha mengoperasikan sebagai kegiatan usaha guna mencapai laba. Dalam mengorganisasikan dan mengoperasikan usaha tersebut , pasti berhadapan dengan sejumlah resiko,

utamanya resiko kegagalan.(Mulyadi Nititusastro;2009)

Para wirausahawan memiliki sejumlah bakat yang mampu mendukung terhadap kemandirian dan keberhasilannya. Adapun sejumlah bakat yang lazim dimiliki seseorang wirausaha meliputi, kemauan dan rasa percaya diri, berani mengambil resiko, pekerja keras, fokus pada sasaran, berani mengambil tanggungjawab, dan inovasi.

Agar efektif, seorang pemimpin perusahaan kecil harus melakukan tugas tugas yang sangat penting, termasuk yang berikut ini:

- a. Menerima karyawan yang tepat dan selalu berusaha memperbaiki kemampuan mereka.
- b. Membangun budaya untuk mempertahankan karyawan
- c. Merencanakan “penyerahan estafet” ke generasi kepemimpinan yang berikutnya. (Thomas w. Zimmerer, alih bahasa Deny Arnos Kvary; 2009)

Wirausahawan adalah Seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengambil risiko dan ketidakpastian demi mencapai keuntungan dan pertumbuhan dengan cara mengidentifikasi berbagai peluang penting dan menggabungkan sumber daya yang diperlukan untuk mengoptimalkan sumber daya sumber daya itu. (Thomas W. Zimmerer, alih bahasa Deny Arnoa Kvary;2009). Berikut ini ciri ciri untuk mencapai sukses mengenai profil wirausahawan:

1. Hasrat akan tanggung jawab
2. Lebih menyukai resiko menengah

3. Menyakini kemampuannya untuk sukses
4. Hasrat untuk mendapatkan umpan balik yang sifatnya segera
5. Tingkat energi yang tinggi
6. Orientasi masa depan
7. Ketrampilan mengorangisasi
8. Menilai prestasi lebih tinggi daripada uang

Manfaat kewirausahaan ditunjukkan bahwa pemilik bisnis kecil menyakini bahwa mereka bekerja lebih keras, menghasilkan lebih banyak uang, dan merasa lebih bahagia daripada bekerja untuk orang lain atau perusahaan lain. Dalam situasi ekonomi sesulit apapun, wirausaha harus tetap optimis dalam menggeluti bisnisnya. Sebab keberanian wirausaha dalam menggeluti bisnisnya terletak pada optimisme. Dengan tetap optimis maka kita akan terus termotivasi dan cemerlang dalam memanfaatkan peluang bisnis.

Untuk menunjang suksesnya usaha yang dilakukan oleh kelompok Penjahit Kenari dan Ibu-ibu di kelurahan Kampung Melayu diperlunya tata cara bagaimana memproduksi dan mempromosikan barang atau produk yang telah dihasilkan. Maka berdasarkan uraian tersebut diatas penelitian dengan judul :“ Pemasaran Produk Hasil Olahan Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Kampung Melayu Kecamatan Sukajadi Kota Pekanbaru”

METODE PENELITIAN

Data Dan Sampel

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini ada beberapa solusi

yang ditawarkan untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh mitra antaralain :

1. Memberikan sosialisasi tentang pentingnya kewirausahaan dan Pemasaran Produk olahan (menjahit) yang dihasilkan antara lain melalui :
 - Ceramah, dalam hal ini tim pengabdian masyarakat langsung datang kelokasi dan menyampaikan materi sesuai dengan tema kegiatan yang akan dilaksanakan
 - Diskusi atau dialog, dalam hal ini pemateri menyampaikan langsung kepada peserta mendengarkan, menyimak, dan bebas bertanya jawab
 - Memberikan pertanyaan kepada peserta sebelum dan setelah mendapatkan materi dari Tim pengabdian masyarakat
2. Membantu memasarkan produk rumahan menjadi usaha yang mampu menopang pendapatan keluarga dengan cara :
 - Membantu membuat pemasaran yang baik (Promosi produk yang dihasilkan dan berusaha mengiklankan di media cetak dan elektronik)
 - Membantu menjalin kerjasama pihak terkait seperti perbankan Dinas Koperasi dan UKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pelaksanaan kegiatan Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Sukajadi pada Kelompok Penjahit Kenari dan

Ibu Rumah Tangga RT.03 RW.06 kelurahan Kampung Melayu. Para peserta yang hadir pada waktu pelaksanaan kegiatan ini adalah Kelompok Penjahit Kenari ibu-ibu rumah tangga di kelurahan Kampung Melayu Kecamatan Sukajadi Kota Pekanbaru.

Adapun peserta ibu-ibu dari Kelompok penjahit Kenari dan Kelompok ibu-ibu RT.03 RW.06 kelurahan Kampung Melayu kebanyakan dari mereka hanya sebagai ibu rumah tangga sedikit yang bekerja di kantor. Dari peserta yang kita harapkan sekitar 20 orang dari kedua mitra 10 orang Kelompok Penjahit Kenari dan dari Kelompok ibu-ibu RT.03 RW.06 10 orang. Dari harapan tersebut tentu ada beberapa hal yang menyebabkan peserta tidak dapat hadir semuanya. Ternyata dari yang ditargetkan 20 peserta hanya sekitar 16 orang yang bisa mengikuti kegiatan tersebut.

Dari hasil ceramah, diskusi, tanya jawab, kami dapat menyimpulkan bahwa peserta sebagian besar sudah memahami tentang berwirausaha tetapi belum begitu menguasai tentang pemasaran yang baik, hal ini dapat dilihat dari hasil quisioner sebelum dan seudah mendapat pembekalan dan materi tentang bagaimana berwirausaha dan pemasaran produk tersebut.

Pada akhir sesi dari kegiatan ini, para peserta mulai memahami bagaimana cara pemasaran yang baik. Yang perlu kami tekankan disini, bahwa dengan kemampuan skill dan keinginan yang kuat dari ibu-ibu mitra, kita dapat menyakinkan bahwa

meskipun mereka sebagai ibu rumah tangga, dengan adanya waktu luang dan kemauan untuk maju dan bisa membantu ekonomi keluarga, dari ibu-ibu mitra dapat berkreasi.

Pembahasan

Peningkatan pengetahuan atau kiat-kiat membangkitkan usaha rumahan dan mandiri atau kewirausahaan dan pemasaran produk bagi Kelompok Penjahit Kenari dan Kelompok ibu-ibu RT.03 RW.06, adalah merupakan bagian yang sangat penting dan harus diketahui oleh para peserta untuk menuju menjadi usaha mandiri yang sukses dan berhasil. Memulai usaha memang sungguh luar biasa sulit, tidak hanya diperlukan modal, tetapi juga tekad, ketrampilan, pengetahuan, ketekunan, berani mengambil resiko, tidak putus asa, pandai mengelola dan kemauan untuk terus belajar. Keterbatasan pengetahuan dan pemahaman peserta dalam kewirausahaan dan pemasaran produk memang tidak mudah untuk dilaksanakan.

Dalam kegiatan Penelitian ini dengan cara menyebarluaskan quisioner sebelum dan sesudah pelaksanaan pelaksanaan pengabdian. Adapun untuk mengetahui pengetahuan dan pemahaman tentang kewirausahaan dan pemasaran produk, dapat dilihat dari pertanyaan yang telah dijawab sebagai berikut:

Tabel 1
Tanggapan responden tentang pernah tidaknya mengikuti Pelatihan Kewirausahaan dan pemasaran Produk hasil Olahan

Alternatif Jawaban	Jawaban responden sebelum mendapatkan Pembekalan usaha mandiri	Jawaban responden setelah mendapatkan Pembekalan usaha mandiri
a. Ya	10	16
b. Tidak	6	-
Jumlah	16	16

Sumber Data: Data Olahan

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa jawaban peserta sebelum dilakukan pembekalan dan yang menjawab Ya berdasarkan tabel diatas sebanyak 10 peserta atau 65 persen dan yang menjawab belum sebanyak 6 peserta atau 35 persen. Sedangkan setelah diadakan penjelasan tentang kewirausahaan dan pemasaran produk 16 orang peserta mengerti bagaimana kewirausahaan dan Pemasaran produk tersebut yang akan meningkatkan pendapatan keluarga.

Selanjutnya untuk mengetahui para peserta sudah pernah atau belum mendapatkan pengetahuan tentang Pemasaran Produk dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2
Tanggapan responden tentang pernah tidaknya mendapatkan pengetahuan tentang Pemasaran Produk

Alternatif Jawaban	Jawaban responden sebelum mendapatkan Pembekalan usaha mandiri	Jawaban responden setelah mendapatkan Pembekalan usaha mandiri
c. Ya	-	16
d. Tidak	-	

	16	-
Jumlah	16	16

Sumber: Data Olahan

Dari tabel diatas dapat diketahui jawaban responden sebelum mendapatkan pembekalan padakegiatan Kewirausahaan Dan Pemasaran Produk Hasil Olahan Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Kampung Melayu Kecamatan Sukajadi Kota Pekanbaru bahwa responden yang menjawab belum semua peserta. Dengan demikian sebagian besar peserta belum pernah mendapatkan pemahaman tentang Pemasaran produk, dan sebagian peserta mengatakan bahwa pemahaman tentang Pemasaran produk tersebut inibaru merekadapatkan. Selanjutnya untuk mengetahui pemahaman tentang puas atau tidaknya produk yang dihasilkan dapat dilihat pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 3

Tanggapan responden tentang puas atau tidaknya produk yang dihasilkan

Alternatif Jawaban	Jawaban responden sebelum mendapatkan Pembekalan usaha mandiri	Jawaban responden setelah mendapatkan Pembekalan usaha mandiri
a.Ya	-	16
b.Tidak	16	-
Jumlah	16	16

Sumber: Data Olahan

Dilihat dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jawaban responden sebelum diadakan pembekalan pemahaman tentang tentang puas atau tidaknya terhadap produk yang

dihadirkan, banyak yang menjawab tidak dan belum memahamainya, akan tetapi setelah kita berikan materi seluruh peserta hampir memahaminya. Karena hasil olahan tersebut harus berkualitas yang baik sehingga nantinya akan mudah dipasarkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

- a. Pada tahap awal sebelum pemberian pembekalan tentang kewirausahaan dan pemasaran produk pengabdian masyarakat ini diikuti sekitar 16 peserta, yang terdiri 9 dari Kelompok Penjahit Kenari dan 7 dari Kelompok ibu-ibu RT.03 Kemudian pada tahap kedua, yang diikuti oleh seluruhnya yaitu 16 peserta,
- b. Para peserta sebelum diadakan pembekalan tentang kewirausahaan dan Pemasaran Produk, banyak yang belum memahami arti pentingnya keahlian yang dimiliki untuk dapat membuka peluang agar dapat usaha mandiri. Dan setelah dilakukan pembekalan tentang kewirausahaan dan pemasaran Produk, mereka mulai memahami meskipun sulit untuk dapat menerapkannya, karena pemikiran para ibu-ibu dari kelompok mitra tersebut bahwa

berwirausaha dan memasarkan Produk membutuhkan modal yang besar. Sedangkan menurut mereka hanya kemampuan keahlian yang mereka miliki.

Saran

- a. Kami sebagai Tim menyarankan kepada para peserta agar mereka lebih menggali keahlian yang dimiliki, termasuk memanfaatkan peluang-peluang gusaha yang ada, terutama berkenaan dengan keahlian yang dimiliki dibidang pembuatan hasil industry rumahan (menjahit dan membordir). Begitu juga dengan keahlian yang ada, mereka dapat mengembangkan hasil olahan dengan mengikuti kesukaan atau kegemaran dari para masyarakat.
- b. Dengan bertambahnya pengetahuan tentang bagaimana memanfaatkan peluang-peluang usaha pengolahan hasil industry rumah tangga ibu-ibu dari kedua mitra pengabdian harus berani dalam mengambil keputusan untuk dapat memanfaatkan peluang. Serta sebaiknya untuk membuka usaha mandiri peserta mengusulkan atau mengajukan pinjaman usaha kecil ke perbankan, atau ke Dinas UMKM Kota Pekanbaru dan Provinsi.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah Abiding, SE, 2013, *Jurnal Koperasi dan UMKM*, Universitas Hasanuddin,

Asep Saefullah, 2011, *Kewirausahaan*, Penerbit andi Yogyakarta

- Assauri, Sofjan. 2010. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta. Penerbit: PT. Raja Grafindo Persada.
- Chandra, Gregorius. 2002. **Strategi dan Program Pemasaran**. Yogyakarat. Penerbit: Andi.
- Erick Namara, 2007, *101 peluang bisnis*, penerbit Media Pressindo, Yogyakarta
- H. Moko. P. Asta Moen, 2008, *Entrepreneurship*, penerbit Alfabeta,
- Indah Ratnaningsih, 2010, *99 bisnis*, penerbit Penebar Pew, Jakarta
- Kasmir, 2006, *kewirausahaan*, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada Jakarta
- Kotler, Philip. Amstrong, Gary. 2008. **Prinsip-prinsip Pemasaran**. Jakarta. Penerbit: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Mulkyadi Nitiusastro, 2009, *Kewirausahaan &Manajemen Usaha Kecil*, penerbit Alfabeta Bandung
- Martin Perry, 2002, *Mengembangkan usaha kecil*, penerbit PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta
- Sugiarto, 2007, *Undang undang dan peraturan tentang usaha kecil dan menengah*, penerbit Visi Media, Jakarta.
- Sawstha, Basu. 2009. **Azas-azas Marketing**. Yogyakarta. Penerbit: Liberty.
- Sunyoto, Danang. 2012. **Dasar-dasar Manajemen Pemasaran-Konsep, Strategi dan Kasus**. Yogyakarta. Penerbit: CAPS
- Thomas W. Zimmerer, Norman M. Scarborough, 2008, *kewirausahaan dan manajemen usaha kecil*, edisi 5 buku 2, penerbit Salemba Empat Bandung