

PENINGKATAN PEMASARAN DAN SERTIFIKASI “WEDANG UWUH BECICI” DI GUNUNGCILIK KECAMATAN DLINGO BANTUL

Yeni Widowaty

Magister Ilmu Hukum, Program Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Email: yeniwidowaty@umy.ac.id

Abstrak

Di Yogyakarta ada minuman khas asli yang disebut Wedang Uwuh. Disebut wedang uwuh (sampah) karena ramuannya yang seperti sampah kering. Oleh karena itu pada KKN PPM di “dusun Gunung Cilik desa Muntuk Kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul” periode Agustus 2018 mahasiswa telah membuat inovasi berupa pembuatan minuman dari Produk minuman tersebut diberi nama “wedang uwuhBecici” yang dibuat seperti teh celup. Permasalahan yang dihadapi adalah jangkauan pemasaran yang masih terbatas di dusun Gunung Cilik menjadikan produksi kurang berkembang. Selain itu belum terdapatnya sertifikasi dari PIRT dikawatirkan mempengaruhi konsumen. Permasalahan lainnya adalah pengemasan produk yang belum memenuhi standar. Metode yang digunakan dengan penyuluhan dibidang pemasaran, pendampingan pengurusan sertifikasi dan pelatihan untuk meningkatkan produksi. Hasil pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut : untuk meningkatkan jangkauan pemasaran telah dilakukan penyuluhan manajemen pemasaran kepada masyarakat dusun terutama yang memproduksi. Selain itu juga dilakukan pelatihan penjualan barang secara online dengan maksud supaya pembeli tidak hanya dari lingkup dusun saja. Kemudian untuk mendapatkan sertifikasi PIRT telah dilakukan pendampingan pengurusan ke Dinas Kesehatan kabupaten Bantul. Syarat untuk mendapatkan PIRT harus mengikuti pelatihan dulu di Dinas kesehatan baru kemudian dilakukan peninjauan lapangan. Terhadap kemasan produk telah dilakukan pelatihan dan pembuatan kemasan yang lebih baik.

Kata kunci: peningkatan, pemasaran, sertifikasi, wedang uwuh

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di DIY ada minuman khas yang disebut dengan “wedang uwuh”. Sesuai namanyauwuh yang berarti sampah maka ramuan wedang uwuh terdiri dari dedaunan, namun demikian rasa wedang uwuh yang seperti minuman jahe sangat disukai masyarakat apalagi jika diminum dimusim hujan, malam-malam atau pagi hari.

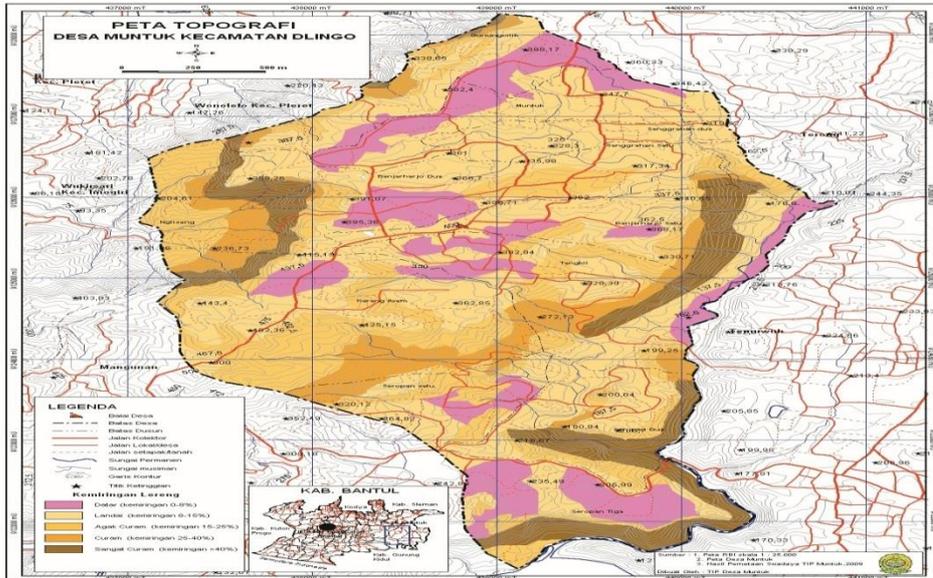
Dusun Gunungcilik yang mempunyai kekayaan alam rempah-rempah menjadikan sebagian warga membuat home industri berupa wedang uwuh. Apalagi lokasi dusun yang mempunyai obyek wisata “Becici” menjadi andalan pemasaran wedang uwuh, karena obyek wisata tersebut saat ini menjadi tujuan wisata baik turis lokal maupun mancanegara. Apalagi jika musim liburan obyek wisata Becici yang lagi “in” ini menjadi andalan pendapatan warga dusun

Dusun Gunung Cilik merupakan bagian dari desa Munthuk Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul, DIY. Jarak antara Dusun Gunung Cilik dengan pusat kabupaten sekitar 11 km. Dusun Gunungcilik yang terletak di pegunungan terdiri atas persawahan dan perkebunan. Letak dusun Gunungcilikdibatasi wilayah sebagai berikut:

1. Sebelah utara terdapat Desa Terong dan Wonolelo
2. Sebelah selatan dibatasi Dusun Banjarharjo II
3. Sebelah Timur Dusun Muntuk
4. Sebelah Barat Desa Wukirsari

Adapun peta lokasi desa Muntuk adalah sebagai berikut:

Peta Desa Muntuk



Pada KKN periode Agustus-September 2018 saya sebagai Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) mahasiswa KKN di dusun Gunung Cilik telah diambil tema “Pemanfaatan rempah-rempah Sebagai Produk Keunggulan dusun Gunung Cilik” . Alhamdulillah KKN berhasil dengan membuat minuman wedang uwuh yang diinovasi yaitu wedang uwuh celup yang diberinama “wedang uwuhBecici”. Dari komunikasi saya dengan bapak RT Gunungcilik mengatakan bahwa hingga saat ini wedang becici masih diproduksi oleh ibu-ibu, namun menemui beberapa permasalahan.

Dalam tabel di bawah ini ditemukan beberapa permasalahan dan usulan-usulan penyelesaian permasalahan. Dalam setiap penyelesaian permasalahan, masyarakat akan selalu dilibatkan agar supaya lebih mengetahui permasalahan yang ada dan cara penanganannya..

Permasalahan dan Solusi

No.	Permasalahan yang ditemukan	Solusi yang ditawarkan
1	Pemasaran masih di sekitar dusun Gunung Cilik khususnya di obyek wisata Becici	Strategi pemasaran dilakukan penyuluhan dibuatkan web dan dititipkan di toko-toko.
2	Pengemasan hasil produk belum maksimal	Pembuatan pengemasan lebih memenuhi standar
3	Belum didaftarkan ke Dinas Kesehatan sehingga belum ada sertifikasi dari PIRT.	Pendampingan pendaftaran ke PIRT untuk memperoleh ijin

Tinjauan Pustaka

Strategi Pemasaran

Menurut Indra Wijaya bahwa: “strategi pemasaran adalah himpunan asas yang secara tepat, konsisten, dan layak dilaksanakan oleh perusahaan guna mencapai sasaran pasar yang dituju (target market) dalam jangka panjang dan tujuan perusahaan jangka panjang, dalam situasi persaingan tertentu”.¹ Menurut Sofyan Assauri berpendapat: “strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan pemasaran suatu perusahaan. “Dengan kata lain, strategi pemasaran adalah serangkaian tujuan dan sasaran, kebijakan dan aturan yang memberi arah kepada usaha-usaha pemasaran perusahaan dari waktu ke waktu, pada masing-masing tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan persaingan yang selalu berubah”.²

Pendapat lain “American Marketing Association mengatakan bahwa strategi pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen”.³

Dengan demikian tujuan akhir pemasaran adalah “membantu organisasi mencapai tujuannya. Tujuan utama dalam perusahaan adalah mencari laba. Sedangkan tujuan lainnya adalah mendapatkan dana yang memadai untuk melakukan aktivitas-aktivitas sosial dan pelayanan publik”.⁴

izin Departemen Kesehatan PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga)

Agar supaya masyarakat mendapat perlindungan dari produk pangan olahan yang dapat membahayakan kesehatan, maka dibutuhkan sertifikasi atas produk makanan yang dihasilkan oleh para produsen makanan tersebut. Semua produk makanan yang akan dipasarkan di Indonesia, baik berasal dari dalam maupun luar negeri harus didaftarkan dan disertifikasi melalui instansi yang berwenang.

Pemberian izin P-IRT ditetapkan oleh Badan Pengawas obat dan makanan (BPOM), didasarkan pada **Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat Dan Makanan Republik Indonesia Nomor Hk.03.1.23.04.12.2205 Tahun 2012 Tentang Pedoman Pemberian Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga.**

Menurut Pasal 43 Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2004 tentang Keamanan, Mutu dan Gizi Pangan mengamanatkan: “bahwa pangan olahan yang diproduksi oleh industri rumah tangga wajib memiliki Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) yang diterbitkan oleh

¹ Indra Wijaya dan Sri Setyo Iriani, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen*, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 1 No.3 Mei 2013, hlm 911

² Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2011, hlm. 168-169.

³ Raisza Makis, *Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Omzet Penjualan Mobil Merek Toyota Avanza di Showroom PT. Johar Megah Motor Makassar*, (Makassar: tidak diterbitkan, 2001), h. 15.

⁴ Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Hlm. 6. Jakarta: Erlangga.

Bupati/Walikota dan Kepala Badan POM menetapkan pedoman pemberian SPP-IRT.” Sementara itu, Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan Antara Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi, dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota pada Bidang Kesehatan - sub bidang Obat dan Perbekalan Kesehatan, mengamanatkan bahwa: “pengawasan dan registrasi makanan minuman produksi rumah tangga merupakan urusan pemerintahan yang wajib diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota”.

Ijin P-IRT hanya diberikan untuk Industri Skala Rumahan dengan Omzet di bawah 10 Juta / bulan. Ijin Skala P-IRT : Hanya dikeluarkan untuk Ijin Produk Skala rumah Tangga / Industri Kecil.

Nomor P-IRT ini dipergunakan untuk makanan dan minuman yang memiliki daya tahan atau keawetan di atas 7 hari. Nomor P-IRT berlaku selama 5 tahun dan setelahnya dapat diperpanjang. Untuk makanan dan minuman yang daya tahannya di bawah 7 hari akan masuk golongan Layak Sehat Jasa Boga dan nomor P-IRT berlaku selama 3 tahun saja.

KAJIAN LITERATUR

Teori pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler disebut sebagai teori pasar. Menurut Kotler bahwa: “teori pasar memiliki dua dimensi yaitu dimensi *social* dan dimensi ekonomi. Dimensi *social* yaitu terjadinya kegiatan transaksi atas dasar suka sama suka. Dimensi ekonomi yaitu terjadinya keuntungan dari kegiatan transaksi yang saling memberikan kepuasan.”⁵

Marketing Mix

Konsep pemasaran mempunyai seperangkat alat pemasaran yang sifatnya dikendalikan yaitu lebih dikenal dengan *Marketing Mix* (Bauran Pemasaran). Bauran pemasaran / *Marketing Mix* merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersama diantara elemen-elemen yang ada dalam marketing. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen lainnya.⁶ Menurut Basu Swasta marketing mix adalah kombinasi dari empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran perusahaan, yakni: produk, struktur harga, kegiatan promosi, dan sistem distribusi.⁷

Thorik Gunara dan Utus Hardiono Sudibyo berpendapat bahwa, marketing mix atau bauran pemasaran adalah sebuah tingkatan yang menggabungkan elemen penting pemasaran benda atau jasa, seperti keunggulan produk, penetapan harga, pengemasan produk, periklanan, persediaan barang distribusi dan anggaran pemasaran, dalam usaha memasarkan sebuah produk atau jasa merupakan gambaran jelas mengenai bauran pemasaran.⁸

Metode Pelaksanaan

⁵ Philip Kotler, A.B. Susanto, Manajemen Pemasaran di Indonesia (Jakarta: PT Salemba Emban Patria, 2001), hlm. 157.

⁶ M. Nur, Rianto, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, (Bandung: ALFABETA, 2010), hlm. 14

⁷ Basu Swastha, Azas-Azas Marketing, (Yogyakarta: LIBERTY YOGYAKARTA, 1984), hlm. 42.

⁸ Thorik Gunara & Utus Hardiono, Marketing Muhammad Saw, (Bandung: PT. Karya kita, 2007), hlm, 46.

Untuk mengatasi permasalahan yang diajukan maka metode pelaksanaan dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

Persiapan dan Pembekalan

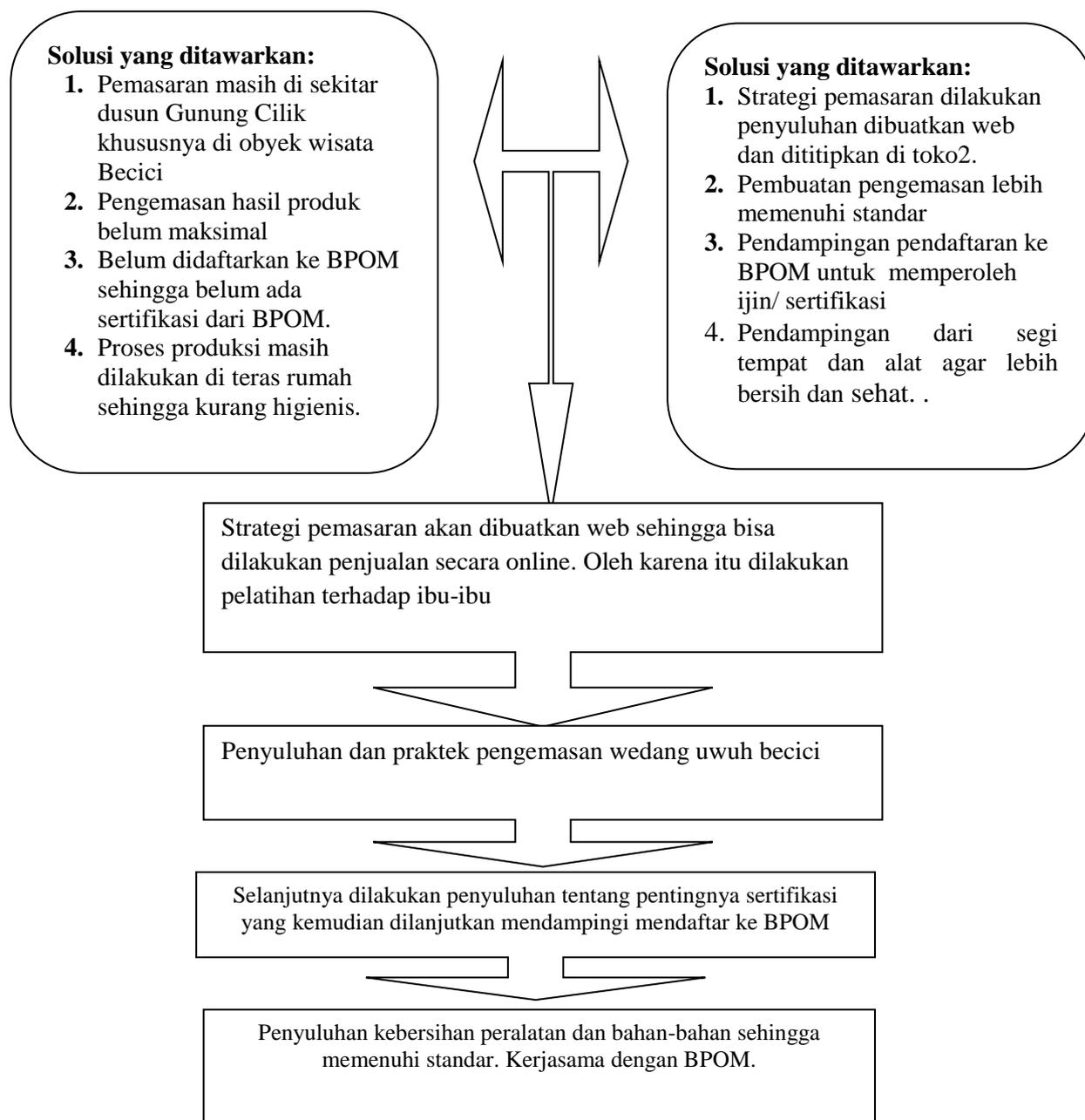
- 1) Tahap persiapan dengan melakukan komunikasi dengan kepala dusun Gunung Cilik bapak Rubikandan ketua PKK ibu Sukanti pada tanggal 8 Januari 2019 guna menjaring permasalahan utama terkait wedang uwuh yang sudah diproduksi saat KKN sebelumnya. Dari beberapa permasalahan yang muncul maka setelah direduksi terdapat tiga masalah tersebut di atas.
- 2) Pembekalan
Setelah observasi maka dilakukan pembekalan terhadap mahasiswa peserta tanggal 9 dan 10 Maret 2019. Kemudian menyusun program KKN bersama sama.

Pelaksanaan

Selanjutnya Langkah-langkah yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

- 1) Penyuluhan
Penyuluhan tentang pemasaran produksi yang disampaikan oleh pakar dari Program Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Dr. Nuryakin., MM yang dilaksanakan tanggal 21 Januari 2019. Selain itu pelatihan pemasaran online dibimbing mahasiswa KKN yang dilaksanakan tanggal 27 Januari 2019
- 2) Pendampingan pengurusan izin PIRT ke BPOM Dinas Kesehatan

Gambar 1. KonsepKegiatan KKN-PPM



HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Dusun Gunung Cilik antara lain:

1) Aspek Demografis dan Kelembagaan

Data yang diperoleh di dusun Gunungcilik terdapat data kependudukan sebagai berikut: jumlah penduduk laki-laki 557 jiwa, perempuan: 555 jiwa sehingga jumlah total 1112 jiwa. Apabila dilihat dari faktor agama jumlah penduduk beragama Islam sebanyak 1112, sehingga jika dilihat Islam data tersebut seluruh penduduk di dusun Gunung Cilik beragama Islam.

- 2) Aspek Sosial Budaya dan Kesehatan
Dusun Gunungcilik Desa Muntuk Kecamatan Dlingo mempunyai jumlah anak putus sekolah/ angka buta huruf sebanyak 30 anak. Jumlah kendaraan yang dimiliki warga terdapat 45 unit mobil dan 150 unit motor. Jumlah fasilitas kesehatan pada dusun itu tidak ada. Jumlah tenaga kesehatan terdapat satu orang
- 3) Aspek Infrastruktur
Dusun Gunung Cilik Desa Muntuk kecamatan Dlingo memiliki panjang jalan berdasar kondisi jalan yang beraspal 4 (empat) km, tidak beraspal 900 m, anconblok 1 km. Sarana irigasi hanya ada 1,5 km. Jenis , teknik pembuangan dan atau pengelolaan sampah dengan cara ditimbun.
- 4) Aspek Kelembagaan
Jumlah RT dan RW yang ada di Gunung Cilik terbagi kedalam 7 (tujuh) RT dan 1 (satu) RW dengan didukung oleh dua (2) unit organisasi kepemudaan yaitu IMPUS (Ikatan Masyarakat Pundung Sari) dan IPPG (Ikatan Pemuda Pemudi Gunung Cilik). Organisasi keagamaan terdapat 4 (empat) organisasi yaitu TPA Masjid Al Falah, TPA Masjid Babul Jannah, Pengajian rutin Ibu-ibu PKK dan Pengajian rutin bapak-bapak Gunung Cilik.

Peningkatan Pemasaran Wedang Uwuh Becici

Wedang uwuh merupakan minuman khas Yogyakarta yang pada umumnya diproduksi di Imogiri Kabupaten Bantul. “Wedang yang berarti minuman sedangkan uwuh berarti sampah. minuman itu dinamakan demikian karena bahan-bahan yang berupa dedaunan mirip dengan sampah. racikan wedang uwuh terdiri dari daun cengkeh, kayumanis, daun pala, kayu secang, dengan menggunakan pemanis dari gula batu.”⁹



Cara minumnya diseduh dengan air panas cita rasa dari minuman ini adalah pedas dari jahe dan rasa segar yang dikeluarkan dari beragam jenis daun-daunan.

⁹<http://www.tribunnews.com.02/06/2015>, Wedang Uwuh Minuman Khas Imogiri, Diracik dari Kayu Manis dan Secang.



Ada pendapat yang mengatakan bahwa berbagai macam daun untuk membuat wedang uwuh didapat dari kompleks makam Raja Mataram. Daun pala di wedang uwuh berasal dari dalam makam yang dikumpulkan oleh abdi dalem dan dijual kepada para pedagang wedang uwuh. Minuman ini juga diyakini memiliki beragam khasiat karena menggunakan beragam rempah, seperti menyembuhkan batuk, capek, masuk angin dan juga pegal-pegal.¹⁰

Harga wedang uwuh sangat terjangkau yakni dua ribu rupiah dalam satu kemasan plastik, namun jika sudah diseduh dengan air panas maka harganya tiga ribu rupiah.

Tidak semua orang bisa minum dengan kondisi penuh racikan yang terdiri dari beberapa bahan dedaunan, rempah-rempah seperti diatas yang mirip sampah (uwuh). Oleh karena itu pada KKN mahasiswa UMY periode Agustus-September 2018 saya sebagai Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) mahasiswa KKN di dusun Gunung Cilik, Desa Muntuk, kecamatan Dlingo Kabupaten Bantul berhasil membuat minuman wedang uwuh yang diinovasi yaitu wedang uwuh celup yang diberi nama "Wedang Uwuh Becici. Becici adalah nama suatu tempat obyek wisata yang terdapat di dusun Gunung Cilik. Untuk itulah maka wedang uwuh hasil inovasi ni diberi nama wedang uwuhbecici.

Wedang uwuh hasil inovasi mahasiswa KKN dibuat dalam bentuk bubuk seperti teh celup sehingga lebih mudah mengkonsumsinya.

¹⁰<http://www.tribunnews.com.02/06/2015>, Wedang Uwuh Minuman Khas Imogiri, Diracik dari Kayu Manis dan Secang



Pemasaran pada awalnya hanya berkisar di dusun Gunung Cilik khususnya di obyek wisata Becici. Setelah berjalan sekitar tiga bulan ternyata belum ada kenaikan pemasaran yang signifikan. Hanya kadang ada pesanan dari beberapa instansi dan person untuk oleh-oleh.

Pada KKN periode selanjutnya yaitu periode Januari – Februari 2019 difokuskan pada peningkatan pemasaran dan juga pengemasan diperbarui. Peningkatan pemasaran dilakukan dengan cara melakukan penyuluhan dibidang pemasaran yang ditujukan pada ibu-ibu PKK yang memproduksi wedang uwuh Becici dan juga pelatihan pemasaran secara online ditujukan untuk Karang Taruna yang membantu penjualan.

Penyuluhan tentang pemasaran dilakukan oleh DrNuryakin, MM. Dosen magister manajemen Pascasarjana UMY pada tanggal 21 Januari 2019. DrNuryakin pada intinya menyampaikan bahwa untuk memasarkan suatu produk yang pertama hasil produk tersebut harus dalam kemasan yang bagus dan enak dilihat. Kedua juga harus menjalin kerjasama dengan berbagai pihak serta rajin mengikuti pameran. Selain itu yang paling penting harus ada ijin produksi dari Dinas kesehatan.

Peningkatan pemasaran juga dilakukan pelatihan penjualan online terhadap pemuda/karangtaruna. Sasaran dilakukan terhadap kalangan muda karena ibu-ibu sudah tidak telaten belajar mengenai fitur-fitur hape, Selain penyuluhan maka agar terjadi peningkatan penjualan juga dilakukan perbaikan pengemasan agar lebih menarik.



Sertifikasi PIRT

Untuk mengurus sertifikasi PIRT sebetulnya mudah karena tinggal datang ke Dinas Kesehatan kabupaten kemudian mendaftarkan produknya. Setelah mendaftarkan maka pemilik atau pengelola akan diikutkan kursus terlebih dahulu. Namun demikian untuk ikut pelatihan tersebut maka harus antre karena sekali angkatan hanya untuk 50 orang.

Setiap dusun diwakili oleh satu peserta dengan harapan kemudian ditularkan pada anggota yang lain. Setelah mengikuti pelatihan bukan berarti ijin keluar namun akan diadakan peninjauan lapangan terkait air, cara pengolahan, kebersihan dan juga kondisi tempat produksinya. Untuk produk rumahan memang termasuk tidak murah dalam arti memerlukan biaya yang tidak sedikit. Namun itu demi menjaga kesehatan dalam produksinya.

Peserta pelatihan dari dusun Gunungcilik diwakili oleh ibu Sukanti sebagai ketua PKK yang sangat aktif mempromosikan wedang uwuh Becici. Pelatihan dilaksanakan tanggal 10 Maret 2019. Hingga tulisan ini dibuat nomor PIRT untuk produk wedang uwuh Becici masih dalam proses karena sedang dilakukan perbaikan-perbaikan di lokasi produksi.

KESIMPULAN

- 1) Untuk meningkatkan pemasaran wedang uwuh Becici telah dilakukan penyuluhan pemasaran oleh pakardan juga pelatihan penjualan produk secara online. Selain itu juga dilakukan perbaikan kemasan yang lebih memenuhi standar.

- 2) Untuk sertifikasi produksi wedang uwuh Becici saat ini sedang dalam proses namun sebagian syarat telah dilaksanakan.

REFERENSI

- Assauri, Sofjan Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2011, hlm. 168-169.
- Gunara,Thorik&Hardiono, Utus, MarketingMuhamnad Saw, (Bandung: PT. Karya kita, 2007), hlm, 46.
- Kotler dan Amstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2.Edisi 12. Hlm. 6. Jakarta: Erlangga
- RaiszaMakis, Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Omzet Penjualan Mobil Merek Toyota Avanza di Showroom PT. Johar Megah Motor Makassar, (Makassar: tidak diteritkan, 2001), h. 15.
- Wijaya, Indra dan Sri Setyo Iriani, *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen*, Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 1 No.3 Mei 2013, hlm 911.
- Philip Kotler, A.B. Susanto, Manajemen Pemasaran di Indonesia (Jakarta: PT Salemba Emban Patria, 2001), hlm. 157.
- M. Nur, Rianto, Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah, (Bandung: ALFABETA, 2010), hlm. 14
- Basu Swastha, Azas-Azas Marketing, (Yogyakarta: LIBERTY YOGYAKARTA, 1984), hlm. 42.
- ¹<http://www.tribunnews.com.02/06/2015>, Wedang Uwuh Minuman Khas Imogiri, Diracik dari Kayu Manis dan Secang.
- ¹<http://www.tribunnews.com.02/06/2015>, Wedang Uwuh Minuman Khas Imogiri, Diracik dari Kayu Manis dan Secang

