



Peningkatan Kapasitas Saluran Distribusi dan Pemasaran Untuk Penguatan Kemitraan Kelompok Tani ‘Ongon Jaya’ di Desa Pangu, Minahasa Tenggara

Arief P. Kumaat¹, Melky K. E. Paendong², Arifmanuel Kolondam³, Friska J. Papia⁴,
Ficky M. F. Purba⁵, Vekky Supit⁶

^{1, 6} Prodi Manajemen Pemasaran, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

² Prodi Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

^{3, 4, 5} Prodi Manajemen Bisnis, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

E-mail: arief.kumaat@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas saluran distribusi dan pemasaran produk olahan pohon aren dalam rangka memperkuat kemitraan kelompok usaha "Ongon Jaya" di Desa Pangu, Minahasa Tenggara. Daerah ini memiliki potensi besar dalam komoditi aren (*Arenga Pinnata*), namun pemanfaatannya masih terbatas. Melalui program Penerapan IPTEK pada Masyarakat, dilakukan identifikasi kebutuhan dan potensi, pelatihan, pengembangan strategi pemasaran, penerapan teknologi informasi, serta pembinaan kemitraan dan jaringan usaha. Metode deskriptif kualitatif digunakan dengan observasi partisipatif, wawancara, dan diskusi kelompok terfokus. Hasilnya menunjukkan peningkatan keterampilan manajemen bisnis, pemasaran, dan teknik distribusi anggota kelompok usaha. Perbaikan saluran distribusi memungkinkan mencapai pasar lebih luas dan meningkatkan kualitas produk. Strategi pemasaran yang efektif, termasuk branding dan promosi melalui media sosial, memperluas jangkauan pelanggan dan memperkuat merek. Kemitraan dengan mitra bisnis dan pemangku kepentingan membantu mengatasi kendala pengembangan usaha. Kesimpulannya, program ini berhasil meningkatkan kapasitas saluran distribusi dan pemasaran produk olahan pohon aren, memperkuat kemitraan, serta berkontribusi positif pada pengembangan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat Desa Pangu. Hasil penelitian ini dapat menjadi model bagi daerah lain dalam mengembangkan potensi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kata kunci: Saluran Distribusi, Pemasaran, Kemitraan

1. PENDAHULUAN

Pendahuluan Provinsi Sulawesi Utara selain dikenal sebagai salah satu penghasil komoditi kelapa dan cengkeh terbesar di Indonesia, sektor perkebunan daerah ini juga memiliki komoditi spesifik yang sangat potensial, yaitu aren (*Arenga Pinnata*). Tanaman aren memiliki potensi besar untuk dilestarikan dan dikembangkan oleh pelaku industri, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), maupun kelompok tani lokal. Di beberapa daerah di Sulawesi Utara, pohon aren masih tumbuh liar di lereng-lereng atau pinggiran sungai, dan hanya sebagian kecil petani yang mengolahnya menjadi produk bernilai jual. Padahal, manfaat dan nilai ekonomi pohon aren sangat tinggi, serta tanaman ini banyak digunakan sebagai tanaman konservasi.

Pemanfaatan pohon aren sangat beragam karena seluruh bagiannya, seperti akar, batang, ijuk, daun, buah, bahkan air nira, dapat diolah dan memiliki nilai ekonomis. Di beberapa daerah di Sulawesi Utara, banyak petani dan pengusaha yang memanfaatkan serta menghasilkan produk olahan dari tanaman aren, terutama produk olahan air nira. Air nira digunakan sebagai

bahan baku utama dalam pembuatan gula merah, gula semut, kolang-kaling, cuka, tepung aren atau sagu, serta minuman tradisional seperti 'cap tikus' dan tuak lokal 'saguer'.

Pengusaha produk olahan aren di Sulawesi Utara lebih banyak fokus pada produk olahan air nira, dengan memproduksi minuman berbahan dasar nira aren yang sangat diminati masyarakat lokal. Potensi ekonomi lokal ini mampu memberdayakan masyarakat dan membuka lapangan kerja, sehingga muncul banyak pelaku UMKM dan kelompok tani yang bergerak di sektor ini. Namun, mereka menghadapi berbagai permasalahan dari segi ekonomi, produksi, manajemen, dan pemasaran.

Dalam proses produksi, pelaku usaha masih menggunakan peralatan tradisional, sehingga prosesnya dilakukan secara manual. Lean Production Theory menekankan pentingnya pengurangan pemborosan dalam proses produksi dan peningkatan efisiensi (Womack & Jones, 2010). Dalam bidang manajemen, diperlukan pengetahuan lebih dalam tentang pembukuan, pembuatan laporan keuangan, dan penentuan harga jual yang mencakup biaya produksi, biaya operasional, target laba, permintaan produk, dan harga jual pesaing. Financial Management Theory mencakup berbagai konsep dan teknik untuk mengelola sumber daya keuangan organisasi (Brigham & Ehrhardt, 2014).

Sedangkan dalam pemasaran, tantangan yang dihadapi meliputi desain kemasan, distribusi ke luar daerah, dan pemasaran digital yang terintegrasi. Marketing Mix (4Ps) menggarisbawahi pentingnya strategi produk, harga, tempat, dan promosi dalam mencapai kesuksesan pemasaran (Kotler & Keller, 2016). Penggunaan teknologi digital untuk pemasaran online dan sistem kontrol pemasaran terintegrasi dapat dijelaskan melalui Digital Marketing Theory yang membahas tentang strategi dan teknik untuk memasarkan produk atau jasa melalui media digital (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019).

Saluran distribusi sangat penting dalam memastikan produk dapat mencapai konsumen akhir secara efektif. Saluran ini mencakup semua tahap mulai dari produsen, grosir, pengecer, hingga konsumen akhir, dan melibatkan berbagai keputusan strategis seperti penetapan harga, promosi, lokasi, dan manajemen persediaan. Efektivitas saluran distribusi membantu produsen memperluas pangsa pasar, meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen (Christopher, 2016). Dalam konteks B2B, saluran distribusi dari produsen bahan baku ke produsen barang komersial memainkan peran penting.

Kelompok tani di Desa Pangu, Kecamatan Ratahan Timur, Kabupaten Minahasa Tenggara, mengolah pohon aren dan menjual air nira berkualitas tinggi kepada pelaku UMKM yang memproduksi minuman berbahan dasar nira aren. Misalnya, Kelompok Usaha “Ongon Jaya” di Desa Pangu memasok air nira ke UMKM produsen minuman perjamuan di Manado. Kelompok Usaha “Ongon Jaya” memiliki potensi besar dalam membangun kemitraan dengan pelaku UMKM dan industri kecil lainnya untuk meningkatkan dan memperluas akses pasar. Namun, mereka menghadapi berbagai permasalahan seperti keterbatasan akses pasar, pengetahuan dan keterampilan manajemen distribusi dan pemasaran, akses teknologi informasi dan komunikasi, serta persaingan ketat. Capacity Building Theory berfokus pada peningkatan kemampuan organisasi atau komunitas dalam mencapai tujuannya dengan lebih efektif dan efisien (Eade, 2007). Collaborative Network Theory menekankan pentingnya kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan dalam mencapai tujuan bersama, yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas distribusi dan pemasaran (Agarwal & Selen, 2009).

Program yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas saluran distribusi dan pemasaran Kelompok Usaha “Ongon Jaya” diperlukan untuk mengatasi permasalahan ini. Program ini melibatkan pelatihan, pendampingan, dan penyediaan fasilitas serta infrastruktur kerja yang

memadai. Kerjasama antara kelompok usaha dan pihak terkait seperti distributor dan pemerintah juga diperlukan untuk membuka peluang baru dalam meningkatkan daya saing dan kesejahteraan kelompok usaha pohon aren di Desa Pangu, Minahasa Tenggara.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan bagian dari program Penerapan IPTEK pada Masyarakat yang dilaksanakan oleh tim pelaksana dari Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan ini dipilih untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai kondisi aktual dan permasalahan yang dihadapi oleh Kelompok Usaha “Ongon Jaya” dalam mengembangkan saluran distribusi dan pemasaran produk olahan dari pohon aren. Penelitian deskriptif kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengungkapkan secara rinci berbagai aspek yang berkaitan dengan proses produksi, manajemen, dan pemasaran yang dilakukan oleh kelompok usaha tersebut. Penelitian dilakukan di Desa Pangu, Kecamatan Ratahan Timur, Kabupaten Minahasa Tenggara. Lokasi ini dipilih karena merupakan tempat di mana Kelompok Usaha “Ongon Jaya” beroperasi dan memiliki potensi besar dalam produksi dan pengolahan pohon aren.

Subjek penelitian adalah anggota Kelompok Usaha “Ongon Jaya” yang terlibat langsung dalam produksi dan pemasaran produk olahan dari pohon aren. Selain itu, penelitian juga melibatkan pelaku UMKM yang menjadi mitra distribusi kelompok usaha tersebut. Pemilihan subjek didasarkan pada keterlibatan mereka dalam aktivitas utama yang menjadi fokus penelitian, memastikan bahwa data yang diperoleh relevan dan representatif terhadap permasalahan yang dikaji.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu wawancara mendalam, observasi, dokumentasi, dan Focus Group Discussion (FGD). Wawancara mendalam dilakukan terhadap anggota Kelompok Usaha “Ongon Jaya” dan pelaku UMKM mitra untuk mendapatkan informasi yang mendalam mengenai proses produksi, manajemen, dan pemasaran. Observasi dilakukan untuk melihat langsung proses produksi dan pemasaran yang dilakukan oleh kelompok usaha, bertujuan untuk memahami secara langsung aktivitas yang berlangsung serta mengidentifikasi hambatan dan peluang yang ada. Pengumpulan data juga dilakukan melalui dokumentasi, seperti laporan keuangan, catatan produksi, dan data penjualan, yang digunakan untuk menganalisis kondisi keuangan dan operasional kelompok usaha. Selain itu, FGD diadakan untuk mengumpulkan pendapat dan saran dari anggota kelompok usaha mengenai strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan saluran distribusi dan pemasaran.

Melalui metode penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai kondisi saluran distribusi dan pemasaran produk olahan dari pohon aren yang dilakukan oleh Kelompok Usaha “Ongon Jaya”. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan dasar yang kuat untuk merancang dan melaksanakan program pengabdian yang efektif dalam meningkatkan kapasitas dan kinerja kelompok usaha tersebut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengatasi permasalahan dalam peningkatan kapasitas saluran distribusi dan pemasaran pada kelompok usaha pohon aren di Desa Pangu, Minahasa Tenggara, program Penerapan IPTEK pada Masyarakat dapat memberikan beberapa solusi yang dapat dilakukan

oleh kelompok usaha tersebut. Salah satu solusi yang telah diterapkan adalah pelatihan dan pendampingan dalam strategi pemasaran dan distribusi yang efektif. Melalui pelatihan ini, anggota kelompok usaha dapat belajar mengoptimalkan potensi dan peluang pasar yang ada serta meningkatkan efisiensi dalam distribusi produk mereka. Pendampingan yang berkelanjutan akan memastikan bahwa pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh dapat diaplikasikan dengan baik dalam kegiatan usaha sehari-hari.

Solusi berikutnya adalah penyediaan akses pasar melalui kerjasama dengan distributor atau mitra bisnis yang lebih luas dan beragam. Dengan menjalin kerjasama ini, produk kelompok usaha pohon aren dapat dikenal oleh lebih banyak konsumen, baik di dalam maupun di luar daerah. Distributor dan mitra bisnis yang memiliki jaringan yang luas akan membantu memperluas jangkauan pemasaran produk, sehingga meningkatkan volume penjualan dan pendapatan kelompok usaha.

Pengembangan kualitas produk juga merupakan solusi penting yang telah dilakukan. Melalui pelatihan teknik pengolahan yang lebih baik, kelompok usaha dapat meningkatkan daya tarik produk mereka. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan konsumen, yang pada gilirannya akan mendorong peningkatan permintaan dan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, kelompok usaha pohon aren dapat bersaing lebih baik di pasar yang semakin kompetitif.

Selain itu, peningkatan keterampilan dalam manajemen bisnis dan keuangan juga sangat penting. Kelompok usaha perlu dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola keuangan dengan baik, termasuk dalam hal pencatatan keuangan, perencanaan anggaran, dan analisis biaya. Dengan manajemen keuangan yang baik, kelompok usaha dapat mengembangkan bisnis mereka secara berkelanjutan, mengidentifikasi peluang investasi yang potensial, dan menghindari risiko keuangan yang dapat menghambat pertumbuhan usaha.

Solusi lainnya adalah pengembangan kerjasama dengan kelompok usaha lain, baik di tingkat lokal maupun regional. Melalui kerjasama ini, kelompok usaha pohon aren dapat membuka potensi dan peluang bisnis baru serta memperkuat jaringan ekonomi lokal. Kerjasama antar kelompok usaha akan memungkinkan terjadinya pertukaran pengetahuan dan sumber daya, yang dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional. Selain itu, kerjasama ini juga dapat membuka akses ke pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing produk kelompok usaha.

Dengan mengadopsi solusi-solusi tersebut, diharapkan kelompok usaha pohon aren di Desa Pangu dapat mengatasi permasalahan dalam peningkatan kapasitas saluran distribusi dan pemasaran. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan daya saing produk mereka, tetapi juga membuka peluang terciptanya lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat. Sebagai hasilnya, kesejahteraan ekonomi masyarakat di Desa Pangu akan meningkat, dan keberlanjutan usaha kelompok pohon aren dapat terjaga dengan baik.

Hasil yang dicapai dari program ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam berbagai aspek kelompok usaha "Ongon Jaya" di Desa Pangu. Anggota kelompok usaha berhasil meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam manajemen bisnis, pemasaran, dan teknik distribusi, memungkinkan mereka mengelola usaha dengan lebih efisien. Saluran distribusi yang diperbaiki memungkinkan kelompok usaha menjangkau pasar yang lebih luas, mengurangi kerugian produk, dan meningkatkan kualitas produk yang disampaikan kepada pelanggan. Strategi pemasaran yang lebih efektif, termasuk branding dan promosi melalui media sosial, berhasil memperluas jangkauan pelanggan dan memperkuat merek produk olahan pohon aren. Kemitraan yang dibangun dengan berbagai pihak, termasuk mitra bisnis dan pemangku kepentingan lainnya, membantu kelompok usaha mengatasi berbagai kendala dalam pengembangan usaha mereka. Secara keseluruhan, program ini berhasil meningkatkan kapasitas saluran distribusi dan pemasaran produk olahan pohon aren, memperkuat kemitraan, dan memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat Desa Pangu.



Gambar: Program Penerapan IPTEK pada Masyarakat, Desa Pangu, 2023

Penguatan Kemitraan menjadi ujung tombak dalam peningkatan saluran distribusi dan pemasaran serta pengembangan usaha bagi Kelompok Usaha “Ongon Jaya” Desa Pangu. Seperti kemitraan yang telah terjalin dengan UMKM Kertina’s Home Industry yang merupakan salah satu UMKM yang memproduksi minuman perjamuan dengan merk dagang “KELUARGA” berbahan dasar Nira Aren. Kemitraan ini memfasilitasi kolaborasi antara berbagai pihak dalam peningkatan *brand awareness* (*social media marketing, affiliate marketing & content marketing*) dan pemasaran digital (*website, marketplace, e-payment*) pada UMKM AUSI sehingga ini akan meningkatkan penjualan produk dari UMKM AUSI yang berujung pada peningkatan permintaan bahan baku Nira Aren dari Kelompok Usaha “Ongon Jaya” Desa Pangu. Kemitraan yang terjalin dengan baik akan memberikan dampak positif bagi kedua belah pihak terutama untuk ketersinambungan proses bisnis dan menjawab tantangan jangka panjang dalam dunia usaha komoditi.

4. KESIMPULAN

Program ini merupakan sebuah langkah positif dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat Desa Pangu. Melalui upaya kolaboratif antara

kelompok usaha, pemerintah setempat, lembaga pendana, dan tim pelaksana program, beberapa pencapaian signifikan telah dicapai yang sangat berkontribusi terhadap keberhasilan dan keberlanjutan usaha kelompok tani pohon aren.

Pencapaian pertama adalah peningkatan kapasitas anggota kelompok usaha. Melalui berbagai pelatihan dan pendampingan, anggota kelompok usaha telah berhasil meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka dalam manajemen bisnis, pemasaran, dan teknik distribusi. Pengetahuan yang diperoleh ini telah memungkinkan mereka untuk mengelola usaha dengan lebih efisien dan efektif, sehingga menghasilkan peningkatan produktivitas dan kualitas produk.

Pencapaian berikutnya adalah perbaikan dalam saluran distribusi. Dengan adanya perbaikan ini, kelompok usaha sekarang dapat mencapai pasar yang lebih luas. Hal ini tidak hanya mengurangi kerugian produk yang sebelumnya terjadi akibat distribusi yang kurang efisien, tetapi juga meningkatkan kualitas produk yang disampaikan kepada pelanggan. Peningkatan saluran distribusi ini memastikan bahwa produk dari pohon aren dapat menjangkau konsumen dengan lebih cepat dan dalam kondisi yang lebih baik.

Pencapaian selanjutnya adalah dalam hal peningkatan pemasaran. Implementasi strategi pemasaran yang lebih efektif, termasuk branding, promosi, dan penggunaan media sosial, telah membantu kelompok usaha untuk menjangkau pelanggan baru dan memperkuat merek mereka. Melalui upaya ini, produk olahan pohon aren menjadi lebih dikenal oleh masyarakat luas, yang pada gilirannya meningkatkan permintaan dan penjualan.

Pencapaian terakhir adalah penguatan kemitraan. Adanya kemitraan yang dibangun dengan berbagai pihak, termasuk mitra bisnis dan pemangku kepentingan lainnya, telah membantu kelompok usaha dalam mengatasi berbagai kendala yang mereka hadapi dalam pengembangan usaha mereka. Kemitraan ini tidak hanya menyediakan dukungan finansial dan teknis, tetapi juga membuka peluang akses pasar yang lebih luas dan jaringan bisnis yang lebih kuat.

Secara keseluruhan, program penerapan IPTEK pada Masyarakat ini telah menunjukkan hasil yang sangat positif dalam meningkatkan kapasitas, saluran distribusi, pemasaran, dan kemitraan kelompok usaha pohon aren di Desa Pangu. Melalui pendekatan yang holistik dan kolaboratif, program ini berhasil memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat setempat. Diharapkan, keberhasilan program ini dapat menjadi model bagi daerah lain dalam mengembangkan potensi lokal mereka dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Manado selaku lembaga pemberi dana hibah untuk melaksanakan program Penerapan IPTEK pada Masyarakat pada tahun 2023.

DAFTAR PUSTAKA

Agarwal, R., & Selen, W. (2009). Dynamic capability building in service value networks for achieving service innovation. *Decision Sciences*, 40(3), 431-475.

- Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2014). *Financial Management: Theory & Practice*. Cengage Learning.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
- Christopher, M. (2016). *Logistics & Supply Chain Management*. Pearson UK.
- Eade, D. (2007). *Capacity Building: An Approach to People-Centred Development*. Oxfam.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Moningga, Silvira P.; Kumaat, Arief P.; Paendong, Melky K. E. (2022). Implementasi Pemasaran Digital Sebagai Sarana Pengembangan Bisnis UMKM Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Unggulan Daerah. *Prosiding Seminar Nasional Produk Terapan Unggulan Vokasi*, v. 1, n. 1, p. 66-72, july 2022.
- Womack, J. P., & Jones, D. T. (2010). *Lean Thinking: Banish Waste and Create Wealth in Your Corporation*. Simon and Schuster.
