

RISET PASAR TERHADAP INOVASI PRODUK DI TENGAH PANDEMI COVID-19 PADA IKM KOTA TEGAL (STUDI KASUS PADA INDUSTRI KECIL DAN MENENGAH 3GEN)

Anita Karunia¹, Arifia Yasmin²

^{1,2} Politeknik Harapan Bersama

Korespondensi email: anita.karunia2810@gmail.com, arifiayasmin@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui segmentasi pasar pada produk inovasi IKM 3Gen yaitu Wedang Uwuh Kemasan Drip Filter melalui riset pasar. Riset pasar dilakukan untuk menilai potensi produk dan minat pasar sehingga dapat mengurangi resiko yang mungkin terjadi. Penelitian menggunakan metode analisis deskriptif dengan pengumpulan data menggunakan pendekatan kualitatif melalui observasi dan wawancara. Penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan antara lain penentuan topik, perumusan masalah, penentuan metode analisis, penentuan jenis dan metode pengumpulan data, pengumpulan data melalui lembar kerja, analisis data, dan penarikan kesimpulan. Dari hasil analisis lembar kerja, dapat disimpulkan bahwa segmentasi pasar dari produk inovasi IKM 3Gen yaitu pada masyarakat ekonomi menengah ke atas yang peduli akan kesehatan. Konsumen yang memilih produk ini merupakan pegawai kantoran yang lebih banyak bekerja di kota besar seperti Jakarta dan beberapa konsumen berasal dari luar negeri. Produk wedang uwuh kemasan drip filter ini telah berstandar nasional dan internasional dibuktikan dengan produk telah diikuti dalam beberapa pameran.

Kata Kunci: Riset Pasar, Industri Kecil dan Menengah

MARKET RESEARCH ON PRODUCT INNOVATION IN THE MIDDLE OF THE COVID-19 PANDEMIC IN TEGAL CITY SMIS (CASE STUDY IN 3GEN SMALL AND MEDIUM INDUSTRY)

Abstract

This study was aimed to determine the market segmentation of 3Gen IKM innovation product which is Wedang Uwuh Packaging Drip Filter, through market research. Market research is conducted to evaluate product potential and market interest to reduce risks that may occur. The research used descriptive analysis method with data collection using a qualitative approach through observations and interviews. This research consists of several stages, including determining the topic, formulating the problem, determining the method of analysis, determining the types and methods of data collection, collecting data through worksheets, analyzing data, and drawing conclusions. The results of the worksheet analysis, it can be concluded that the market segmentation of the 3Gen IKM innovation product is from middle to upper community who cares about health. Consumers who choose this product are office workers who mostly work in big cities such as Jakarta and some consumers come from abroad. Wedang uwuh drip filter packaging products have national and international standards as proven by the products that have been included in several exhibitions.

Keywords: Market Research, Small and Medium Industri

PENDAHULUAN

Industri Kecil dan Menengah (IKM) merupakan salah satu sektor yang terkena dampak dari menurunnya aktivitas perekonomian di tengah kondisi pandemik sekarang ini. Hal tersebut ditandai dengan adanya perubahan perilaku masyarakat seperti perubahan perilaku konsumsi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk

mengetahui perubahan perilaku masyarakat yaitu pola konsumsi masyarakat berdasarkan perubahan kebutuhan masyarakat di tengah kondisi pandemic saat ini, Perubahan perilaku masyarakat tersebut mengharuskan IKM untuk melakukan inovasi produk sesuai dengan perkembangan jaman dan kondisi yang terjadi.

Inovasi produk yang dilakukan oleh IKM perlu dibarengi dengan analisis riset pasar untuk

mengukur keberhasilan adanya inovasi produk yang akan atau telah dihasilkan. Riset pemasaran menurut *American Marketing Assosiation (AMA)* berfungsi untuk mengetahui hubungan konsumen, pelanggan dan masyarakat dengan perusahaan melalui informasi yang didapatkan. Riset pemasaran memiliki fungsi antara lain digunakan untuk mengidentifikasi dan mendefinisikan peluang dan masalah di perusahaan; untuk menghasilkan dan mengevaluasi pemasaran; untuk memantau kinerja pemasaran; serta memperbaiki proses pemasaran (Anjarsari:2017). Berdasarkan penjelasan terkait fungsi pemasaran tersebut, IKM sebelum melakukan inovasi produk perlu melakukan analisis riset pasar.

Pemahaman tentang riset pemasaran yang dijelaskan sebelumnya, menjadi suatu hal yang penting untuk dilakukan secara berkala dan terus menerus, baik terhadap produk lama yang sudah ada dipasaran maupun produk baru. Hal tersebut dijelaskan juga oleh Aditama (2014) yang menjelaskan bahwa riset pasar perlu dilakukan pada saat memulai usaha baru, memperkenalkan produk baru, dan untuk mempertahankan usaha yang sudah ada. Dilakukannya riset pasar pada produk selain dapat membantu para pengusaha dalam mengidentifikasi seberapa besar produknya dapat diterima oleh masyarakat, tapi juga dapat dilakukan perbaikan dan inovasi sesuai dengan kebutuhan pasar.

Analisis riset pasar menjadi hal yang penting untuk dilakukan oleh IKM di Kota Tegal didukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Karunia, dkk. (2020). Hasil penelitian tersebut menjelaskan bahwa terdapat beberapa permasalahan yang dialami oleh IKM di Kota Tegal yang diperparah dengan adanya kondisi pandemik saat ini. Permasalahan yang dialami menuntut para IKM di Kota Tegal untuk berinovasi menghasilkan produk baru yang cocok pada kondisi saat ini. Upaya yang dapat dilakukan agar inovasi produk tersebut dapat berhasil adalah dengan dilakukannya riset pasar oleh para IKM di Kota Tegal.

Penelitian ini merupakan penelitian studi kasus yang dilakukan pada salah satu IKM di Kota Tegal yaitu 3Gen. Ditengah kondisi pandemik sekarang ini, terjadi perubahan pola konsumsi masyarakat

khususnya dalam memenuhi kebutuhan pokoknya. Beberapa produk yang sebelumnya bukan merupakan barang kebutuhan pokok, sekarang ini berubah fungsinya menjadi barang kebutuhan pokok yang harus dimiliki oleh masyarakat. Salah satu produk tersebut adalah minuman rempah yang dianggap dapat menjaga kesehatan masyarakat. IKM 3Gen merupakan salah satu IKM yang bergerak dibidang pembuatan minuman rempah di Kota Tegal. Usaha yang dirintis oleh Ibu Ir. Nurchayati pada tahun 2017 ini cukup solid dan ulet dalam menggeluti dunia bisnis atau usaha minuman rempah.

Berdasarkan identifikasi awal melalui wawancara dengan pemilik IKM 3Gen, wedang uwuh adalah minuman pertama produk 3Gen yang dikemas secara higienis dan dengan pengawasan mutu yang terjamin. Wedang uwuh pada awalnya dibuat dalam kemasan ekonomis yang terdiri dari 11 rempah kering dan dilengkapi dengan gula batu. Wedang uwuh kemasan ekonomi dipasarkan oleh pemilik di wilayah Kota Tegal dan sekitarnya. Pada masa pandemik sekarang ini, permintaan akan wedang uwuh semakin meningkat. Akan tetapi beberapa konsumen menilai bahwa produk ini dianggap kurang praktis karena perlu dilakukan proses perebusan terlebih dahulu sebelum dikonsumsi. Selain itu, meningkatnya permintaan akan minuman kesehatan pada masa pandemik sekarang ini juga menjadi tantangan bagi IKM 3Gen. Oleh karena itu, pemilik melakukan inovasi produk wedang uwuh dalam bentuk kemasan drip filter yang menurut IKM 3Gen memiliki keunggulan yaitu lebih praktis dan aman digunakan karena kantong drip filternya tidak mengandung bahan kimia.

Dalam kondisi sekarang ini, IKM 3Gen melakukan strategi bisnis melalui diferensiasi produknya. Strategi bisnis mengatasi masalah bagaimana perusahaan dan unitnya dapat bersaing dalam bisnis dan industri. Seperti yang diungkapkan oleh Porter yang menjelaskan tentang strategi bersaing “generik” mengenai biaya rendah atau diferensiasi. Diferensiasi adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk menghasilkan suatu barang atau jasa yang memiliki nilai lebih atau keistimewaan dibandingkan produk lain, misal dari

segi kualitas atau layanan (Widyaswati, 2016). Keberhasilan diferensiasi produk yang dilakukan oleh IKM 3Gen dapat diupayakan melalui analisis segmentasi pasar. Melalui analisis segmentasi pasar, IKM 3Gen dapat mengetahui penerimaan konsumen mengenai inovasi produk wedang uwuh kemasan drip filter ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis segmentasi pasar dari inovasi produk IKM 3Gen yaitu wedang uwuh kemasan drip filter. Analisis riset pasar ini menjadi suatu hal yang penting dilakukan agar dapat menangkap peluang dan masalah yang dihadapi oleh IKM 3Gen dengan harapan inovasi produk nantinya dapat diterima oleh seluruh masyarakat.

METODE

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif yang memberikan ulasan untuk mengetahui hasil analisis riset pasar terhadap inovasi produk pada IKM 3Gen di Kota Tegal. Penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan antara lain 1) penentuan topik, 2) perumusan masalah, 3) penentuan metode analisis, 4) penentuan jenis dan metode pengumpulan data, 5) pengumpulan data melalui lembar kerja, 6) analysis data, dan 7) penarikan kesimpulan. Langkah awal dari tahapan riset pasar yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu menentukan topik riset terlebih dahulu. Topik riset yang dipilih oleh peneliti adalah berfokus pada analisis pasar dari produk baru yang dihasilkan oleh IKM 3Gen. Setelah menentukan topik riset yang akan dilakukan, langkah kedua yaitu menguraikan permasalahan yang menjadi latar belakang pemilihan topik riset pasar tersebut. Identifikasi permasalahan dilakukan dengan proses wawancara awal dengan pemilik IKM 3Gen. Dari hasil wawancara tersebut, maka dapat ditentukan rumusan masalah yang digunakan yaitu bagaimana segmentasi pasar yang menjadi sasaran produk inovasi IKM 3Gen yaitu wedang uwuh kemasan drip filter.

Langkah ketiga yaitu menentukan metode riset pasar yang diperlukan untuk membantu memecahkan permasalahan dalam topik. Metode riset pasar pada produk inovasi IKM 3Gen dilakukan secara kualitatif dengan menganalisis

karakteristik produk yang menjadi obyek penelitian. Dalam metode riset pasar pada produk inovasi IKM 3Gen dipilih salah satu alat yang bisa merepresentasikan apa yang ingin diketahui dan dicapai oleh peneliti yang disebut dengan istilah lembar kerja. Dalam lembar kerja tersebut ditentukan bentuk data riset yang diperlukan sebagai langkah keempat. Point-point yang dipilih dan disampaikan pada lembar kerja menjadi dasar dalam pengumpulan data. Langkah kelima dilakukan pengumpulan data melalui pengisian lembar kerja yang dihimpun secara kualitatif melalui observasi pada produk inovasi IKM 3Gen dan wawancara kepada pemilik dan beberapa konsumen. Hasil dari pengisian lembar kerja tersebut kemudian dianalisis pada tahap keenam dan digunakan sebagai dasar pengambilan kesimpulan. Setelah semua prosedur riset dilalui, langkah terakhir adalah menyajikan laporan riset pasar dari produk inovasi IKM 3Gen yang disusun secara sistematis berdasarkan kaidah penulisan ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses analisis riset pasar pada IKM 3Gen, setelah menentukan topik penelitian, selanjutnya peneliti menguraikan permasalahan yang menjadi latar belakang pemilihan topik riset pasar tersebut. Identifikasi permasalahan didapatkan melalui proses wawancara awal dengan pemilik IKM 3Gen. Dari hasil wawancara, peneliti mendapatkan informasi terkait kondisi awal IKM 3Gen dalam melakukan inovasi produk wedang uwuh kemasan drip filter ini. Pada awalnya pemilik memiliki ide untuk membuat kemasan wedang uwuh yang praktis dapat langsung seduh tanpa harus melalui proses perebusan terlebih dahulu. Ide awal muncul kemasan celup seperti teh, tetapi penggunaan kantong teh yang kurang aman membuat pemilik memutuskan untuk mencari kemasan lain, sehingga terpilihlah kemasan drip filter. Berdasarkan observasi pemilik, belum ada satu pun produsen yang memiliki produk wedang uwuh dengan kemasan drip filter, karena drip filter lebih banyak digunakan dalam penyeduhan minuman lain seperti kopi.

Dari observasi tersebut maka pemilik bertekad

untuk mencoba memasarkan inovasi produk wedang uwuh kemasan drip filter melalui beberapa kegiatan usaha yang diadakan oleh dinas koperasi dan UMKM atau melalui pameran produk. Kegiatan pertama yang diikuti oleh pemilik adalah kerjasama dengan Kota Tegal dalam pengembangan IKM untuk masuk ke pangsa ekspor Eropa melalui Mutigo Indonesia pada bulan November 2019. Melalui kegiatan tersebut, IKM 3Gen menyiapkan beberapa produk wedang uwuh kemasan drip filter sebagai sampel untuk dibawa ke Belgia, Belanda, dan Swedia. Akan tetapi akibat adanya pandemic, kegiatan tersebut terhenti di awal Tahun 2020.

Pada masa pandemic covid-19, IKM 3Gen berupaya untuk memasarkan produknya secara online. Sampai pada sekitar bulan Maret 2020, kegiatan selanjutnya yang diikuti oleh IKM 3Gen adalah keikutsertaan dalam anggota UMKM Gayeng yang diadakan Bank Indonesia pada awal Tahun 2020. Dalam kegiatan yang diadakan oleh UMKM Gayeng, produk IKM 3Gen disiapkan kembali untuk masuk ke pangsa ekspor. Dalam kegiatannya, IKM 3Gen dilatih dan dipandu mulai dari pengurusan perijinan dan penjaminan mutu produk melalui pelatihan yang dimulai bulan April – Mei 2020. Pada kegiatan ini, terdapat proses perbaikan kualitas produk dan disiapkan untuk pangsa ekspor. Akan tetapi pada kegiatan ini, peserta UMKM Yang tidak disediakan platform marketplace untuk pangsa ekspornya, hanya disediakan pameran dan selanjutnya UMKM dapat melakukan upaya ekspor secara mandiri.

Dari beberapa kegiatan tersebut, IKM 3Gen mulai melakukan perbaikan baik dari segi kualitas produk, perijinan, pendaftaran marketplace secara online, serta pembenahan dalam segi keuangan seperti menghitung HPP dan harga jual yang sesuai. Dari perbaikan tersebut didapatkan beberapa perizinan yang lolos serta ditentukan harga jual baru. Setelah itu, pemilik siap memasarkan produk inovasi wedang uwuh kemasan drip filter ini secara mandiri baik dijual secara langsung di pasar lokal Kota Tegal dan sekitarnya maupun secara online melalui marketplace pada bulan Oktober 2020. Dari proses tersebut, peneliti menemukan kelemahan dalam

pemasaran produk secara mandiri ini, yaitu harga jual yang cukup mahal di pasaran lokal. Harga jual yang cukup mahal tersebut menjadi tantangan bagi IKM 3Gen, mengingat cukup banyak produsen lain dengan produk yang sama dan dengan harga yang cukup murah, meskipun dengan kemasan yang berbeda.

Dengan adanya kendala tersebut, maka pemilik IKM 3Gen kembali berupaya untuk menjadikan inovasi produk wedang uwuh kemasan drip filter ini sebagai produk yang siap untuk pangsa ekspor. Pemilik kembali berupaya mengikuti beberapa kegiatan seperti masuk dalam kurasi Indonesia Mall yang diadakan oleh BRILIANTpraneur pada bulan Oktober 2020. Dalam kegiatan tersebut produk inovasi IKM 3Gen masuk dalam penjualan ekspor secara online melalui Indonesia Mall pada bulan Desember 2020 dan masuk juga ke pasar Alibaba. Kegiatan di awal Tahun 2021 yang diikuti adalah lolos kurasi UMKM di SMESCO Indonesia pada bulan Februari 2021.

Dari identifikasi permasalahan tersebut, analisis selanjutnya untuk dalam penelitian ini yaitu pengisian lembar kerja. Dalam lembar kerja tersebut berisi point-point yang dipilih sebagai dasar dalam pengumpulan data untuk menghasilkan pembahasan terkait riset pasar serta kesimpulan dan rekomendasi yang dihasilkan dalam penelitian ini. Berikut penjelasan lebih lanjut mengenai analisis lembar kerja dalam riset pasar.

Analisis lembar kerja riset pasar

Lembar kerja pada riset pasar produk inovasi IKM 3Gen yaitu wedang uwuh kemasan drip filter terdiri dari beberapa point penilaian. Berdasarkan hasil pengumpulan data melalui observasi terhadap produk wedang uwuh kemasan drip filter serta wawancara kepada pemilik dan beberapa konsumen maka peneliti menuliskan hasilnya seperti yang terlampir pada beberapa lembar kerja berikut ini.

Berdasarkan hasil pengumpulan data pada lembar kerja 1 yang ditunjukkan pada Tabel 1 dapat dianalisis bahwa jenis kelamin masyarakat yang mengkonsumsi produk wedang uwuh kemasan

drip filter yaitu perempuan maupun laki-laki pada usia antara 25 – 50 tahun. Konsumen tersebut merupakan masyarakat pada usia kerja yang memiliki penghasilan menengah ke atas, hal tersebut dimungkinkan karena harga jual produk yang tergolong tidak murah. Konsumen produk wedang uwuh kemasan drip filter memiliki karakteristik sadar akan hidup sehat dan memiliki

hobi yang mendukung karakteristik tersebut seperti rutin berolahraga dan menyukai tanaman serta gemar membaca buku. Produk ini dapat memberikan manfaat pada konsumen antara lain kondisi daya tahan tubuh yang meningkat, tubuh yang terasa hangat, kadar kolesterol yang stabil, serta dapat mengurangi rasa capek dan pegal linu.

Tabel 1. Lembar Kerja 1 : Menetapkan Target Konsumen

No.	Aspek	Keterangan
1	Jenis Kelamin	Perempuan, Laki-Laki
2	Rentang Usia	25 – 50 tahun
3	Tipe Pekerjaan	Pengusaha, Karyawan Swasta, PNS, TNI Dan POLRI
4	Rentang Pendapatan	Min Rp 5.000.000
5	Hobi	Olahraga (Sepeda, Sepak Bola, Jogging, Yoga) , Membaca buku, Menyukai tanaman, Main music
6	Karakteristik Penting Lainnya	Sadar Hidup Sehat
7	Manfaat yang Didapatkan Konsumen	Daya tahan tubuh meningkat, Menghangatkan tubuh, Dapat meminimalisir kadar kolesterol, Mengurangi capek dan pegal linu

Sumber: Data diolah, Tahun 2020

Dari hasil target konsumen yang ditetapkan berdasarkan wawancara dengan pemilik IKM 3Gen, maka selanjutnya disusun lembar kerja 2 yang ditunjukkan pada Tabel 2 berisi penyusunan hipotesis yaitu Bagaimana segmentasi pasar pada inovasi produk wedang uwuh kemasan drip filter pada IKM 3Gen. Selain itu, pada lembar kerja 2 juga terdapat analisis awal terkait inovasi produk wedang uwuh kemasan drip filter yang telah lolos beberapa perijinan dan beberapa pembenahan produk pada bulan September – Desember 2020. Berdasarkan analisis awal terhadap produk yang telah dipasarkan, dapat disimpulkan bahwa produk wedang uwuh kemasan drip filter sudah diketahui dan disukai oleh konsumen, namun belum sesuai target usia yang ditetapkan di awal dan beberapa

konsumen menginginkan *custom* dengan bahan-bahan tertentu (seperti gula khusus untuk penderita diabetes). Beberapa konsumen tertarik untuk mengonsumsi wedang uwuh kemasan drip filter karena lebih praktis dan higienis dibandingkan dengan wedang uwuh kemasan ekonomis (karena harus direbus dahulu). Sebagian besar konsumen mengetahui inovasi produk wedang uwuh kemasan drip filter 3Gen dari beberapa pameran yang diikuti. Inovasi produk wedang uwuh kemasan drip filter ini tergolong baru dan belum ada di pasaran sehingga sangat dapat bersaing. Selain itu, produk inovasi wedang uwuh kemasan drip filter juga dipasarkan melalui *marketplace*, sehingga promosi yang dilakukan setelah adanya pameran dapat terus dilakukan.

Tabel 2. Lembar Kerja 2 : Hipotesis dan Pernyataan Dasar

No	Pertanyaan Dasar Riset	Jawaban
1	Apakah Pasar Sudah Mengetahui Produk?	Belum semua kalangan, karena konsumen produk wedang uwuh rata-rata usia 35-50 tahun. Targetnya dapat dikonsumsi rentang usia 25-50 tahun.
2	Apakah Target Konsumen Yang Ditentukan Sudah Tepat?	Sudah tepat sasaran, ditunjukkan dengan beberapa keikutsertaan dalam beberapa kegiatan pameran dan <i>marketplace</i> .
3	Apakah Produk Disukai Calon Konsumen?	Sebagian besar produk disukai calon konsumen, hanya ada beberapa konsumen tertentu yang kurang cocok dengan salah satu bahan yang terkandung dalam kemasan sehingga harus <i>custom</i> (konsumen yang memiliki penyakit gula dll).
4	Bagaimana Model Kemasan Yang Disukai Pasar?	Berdasarkan survey kepada konsumen, beberapa konsumen (khususnya kaum muda dan pegawai kantoran) merasa kurang cocok mengonsumsi wedang uwuh kemasan ekonomis karena tidak praktis dan kurang higienis sehingga variasi kemasan drip filter ini membuat konsumen tertarik untuk mencoba dan sebagian besar merasa puas.
5	Dimana Saja Produk Dapat Dijual?	Pameran, <i>marketplace</i> (gofood, grabfood, tokopedia), Mall, supermarket, café
6	Bagaimana Cara Pemasaran Yang Efektif?	Dikarenakan pandemik saat ini pemasaran yang paling efektif adalah melalui media online seperti e-commerce dan sosial media.
7	Apakah Produk Dapat Bersaing Dengan Kompetitor Yang Sudah Ada?	Sangat bisa bersaing dengan kompetitor karena wedang uwuh merupakan produk unggulan 3Gen. Sejauh ini kemasan drip filter belum ada di pasaran untuk produk yang serupa.
8	Apakah Produk Mengikuti Event Tertentu?	a. Kegiatan Dekranasda Tahun 2020 b. Brilliantpreneur Tahun 2020 c. Pameran Virtual Apik Banget Tahun 2020 d. Pameran Virtual Kota Tegal Tahun 2020 e. Pameran INA LAC Jakarta bersama Indonesia Access dengan Kedubes Amerika Latin Tahun 2020

Tabel 3 merupakan Lembar kerja 3 yang merupakan kumpulan dari hasil data pendukung mengenai produk yang dihimpun sebagai informasi tambahan yang dapat mendukung pemasaran sehingga konsumen lebih tertarik untuk mengkonsumsi produk inovasi wedang uwuh kemasan drip filter. Pada lembar kerja 3 disampaikan informasi legal dan spesifikasi informasi gizi dari produk serta harga yang disampaikan di pasaran. Dari data yang dihimpun

menunjukkan bahwa produk inovasi wedang uwuh kemasan drip filter sudah memiliki Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK), Pangan Industri Rumah Tangga (Pirt), Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dan Izin Halal. Terdapat juga informasi gizi yang tertuang dalam kemasan dengan rincian seperti yang ditunjukkan dalam lembar kerja 3. Sedangkan untuk harga produk terdapat dua varian harga yaitu kemasan isi 10 buah dengan harga Rp 120.000,00 dan kemasan isi 5 buah dengan harga Rp 70.000,00.

Tabel 3. Data Pendukung IKM

DATA PENDUKUNG	
INFORMASI LEGAL	1. IUMK dengan NIB 9120103981566 2. PIRT 2133328190769-23 3. Hak Merek (HKI) 4. No Halal 15120047920420
SPESIFIKASI	Informasi Gizi : Takaran Saji Per Kemasan 100 Gram Mengandung 1. Energi Total : 320 Kkal 2. Lemak Total : 7 Gram 3. Protein : 5 Gram 4. Karbohidrat Total : 60 Gram 5. Gula : 43 Gram 6. Natrium : 105 Mg
HARGA	Harga : Rp 120.000,00 isi 10 buah Rp 70.000,00 isi 5 buah

Berdasarkan hasil analisis lembar kerja yang telah dijelaskan sebelumnya menunjukkan bahwa segmentasi pasar dari produk inovasi 3Gen yaitu wedang uwuh kemasan drip filter yaitu pada masyarakat ekonomi menengah ke atas yang peduli akan kesehatan. Kondisi tersebut dapat terlihat dari karakteristik konsumen yang memiliki pendapatan di atas rata-rata UMR Kota Tegal. Selain itu, beberapa konsumen juga memiliki hobi yang menunjukkan sikap peduli akan kesehatan seperti rajin berolahraga dan menyukai tanaman. Beberapa konsumen juga memiliki hobi membaca yang menunjukkan bahwa konsumen memiliki pengetahuan yang luas dan paham akan pentingnya mengkonsumsi produk kesehatan.

Berdasarkan observasi terhadap pelanggan, sebagian besar konsumen yang memilih variasi produk wedang uwuh kemasan drip filter

merupakan pegawai kantoran. Sedangkan domisili beberapa pelanggan merupakan pegawai kantoran yang bekerja di kota besar seperti Jakarta. Selain itu, beberapa konsumen juga berasal dari luar negeri karena produk ini oleh pemilik telah diikuti dalam beberapa pameran kelas nasional dan internasional serta melalui platform Indonesian Mall dan SMESCO Indonesia.

Pangsa pasar yang cukup luas dapat dijangkau oleh pemilik IKM 3Gen karena bahan yang dipakai dalam produk wedang uwuh kemasan drip filter termasuk aman dan memiliki standar internasional. Selain itu, produk ini juga memiliki keunggulan lain dalam hal perizinan seperti Izin Usaha Mikro Kecil (IUMK), Pangan Industri Rumah Tangga (Pirt), Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dan Izin Halal. Dalam kemasan produk inovasi wedang uwuh kemasan drip filter ini juga telah terdapat informasi gizi yang

dapat mendukung kualitas produk tetap terjamin standarnya.

Dalam analisis inovasi produk ini, ditemukan beberapa kendala yang menjadi tantangan bagi IKM 3Gen kedepannya. Beberapa kegiatan pameran nasional dan internasional memberikan arahan kepada IKM 3Gen untuk melakukan ekspor produk secara mandiri. Dalam upaya ekspor secara mandiri tersebut, IKM 3Gen perlu menyiapkan beberapa perijinan internasional salah satunya HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Point*) sebagai penjamin mutu keamanan produk layak konsumsi. Selain itu kualitas produk juga harus terus terjaga mengingat beberapa bahan baku sangat tergantung dengan kondisi cuaca dan lingkungan. Harapannya IKM 3Gen nantinya dapat menghasilkan bahan baku sendiri agar dapat memastikan kualitas produknya. Selain itu, IKM 3Gen juga perlu menjaga ketersediaan/stok produk mengingat permintaan produk dari *marketplace* yang tidak bisa diprediksi karena akses pasar yang cukup luas. Hal terpenting lainnya yang menjadi tantangan adalah IKM 3Gen perlu memisahkan tempat produksi dan tempat tinggal pemilik serta membenahi manajemen operasionalnya.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa segmentasi pasar dari produk inovasi 3Gen yaitu wedang uwuh kemasan drip filter yaitu pada masyarakat ekonomi menengah ke atas yang peduli akan kesehatan. Konsumen yang memilih produk ini merupakan pegawai kantoran yang lebih banyak bekerja di kota besar seperti Jakarta. Beberapa konsumen juga berasal dari luar negeri karena bahan yang dipakai dalam produk ini termasuk aman karena memiliki legalitas produk dan informasi gizi yang tercantum dalam setiap kemasan. Hal tersebut menunjukkan bahwa produk wedang uwuh kemasan drip filter ini telah berstandar nasional dan internasional dibuktikan dengan produk telah diikuti dalam beberapa pameran. Penelitian ini juga memiliki beberapa kelemahan antara lain belum mengikutkan konsumen dalam menganalisis riset pasar inovasi produk IKM 3Gen secara maksimal. Analisis

pendapat konsumen yang dilakukan untuk menilai inovasi produk 3Gen dilakukan melalui komentar di beberapa *marketplace* dan pendapat konsumen yang ditemui melalui beberapa pameran yang diikuti.

Saran

Kendala yang dihadapi oleh IKM 3Gen kedepannya adalah dalam upaya ekspor produk secara mandiri yaitu perlu menyiapkan beberapa perjanjian internasional. Selain itu kualitas produk juga harus terus terjaga disamping stok produk yang harus siap ditengah permintaan produk yang tinggi dari *marketplace*. IKM 3Gen juga perlu memisahkan tempat produksi dan tempat tinggal pemilik serta membenahi manajemen operasionalnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Politeknik Harapan Bersama yang telah mendukung sepenuhnya dalam pelaksanaan kegiatan penelitian ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada pihak IKM 3Gen khususnya kepada pemilik yaitu ibu Nurchayati yang berkenan menjadi narasumber pada penelitian kami. Serta terima kasih kami ucapkan kepada RKB BNI Kota Tegal selaku fasilitator kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh penulis pada kesempatan yang lalu, sehingga kami dapat berkenalan dan memiliki hubungan yang baik dengan IKM di Kota Tegal salah satunya adalah IKM 3Gen ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditama. (2014) *Riset Pasar Produk Keripik Tempe Sagu*. Skripsi. Program Studi Teknik Industri. Fakultas Industri. Universitas Atmajaya Yogyakarta.
- Anjarsari, Novita puput. (2017). *Riset Pasar Produk Piemirsa*. Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Karunia, Anita, dkk. (2020). *Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Tegal*. Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan). Volume 5 Nomor 1 2020.
- Nizar, Mohammad. (2009). *Metode Penelitian*.

Ghalia Indonesia. Bogor.

Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta, Bandung.

Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Penerbit ANDI, Yogyakarta.

Widyaswati, Rahman. (2016). *Pengembangan Strategi Pemasaran Pada Usaha Mikro Dan Kecil Bandeng Presto Di Krobokan Kota Semarang*. Yayasan Alumni Universitas Diponegoro. Fakultas Ekonomi. Universitas Semarang.