



Pelatihan Manajemen Pemasaran Untuk Meningkatkan Usaha Komplang Ikan di Jln. Pasundan 2 RT 05 RW 01 Kelurahan Sumber Jaya Kecamatan Kampung Melayu

Rinto Noviantoro¹⁾; Yun Fitriano²⁾; Dila Santri³⁾; Anggini⁴⁾; Yana Nopita Sari⁵⁾

^{1,2,3,4,5)} Universitas Dehasen Bengkulu

Email: ¹ rintonoviantoro@yahoo.com.id; ² yun.fitriano@gmail.com; ³ dilasantry01@gmail.com; ⁴ anggini481@gmail.com; ⁵ yananopitasari6@gmail.com

ARTICLE HISTORY

Received [15 Juli 2022]

Revised [15 Agustus 2022]

Accepted [1 September 2022]

KEYWORDS

Manajemen Pemasaran,
Marketing Mix Teori 4 P

This is an open access article
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



ABSTRAK

Manajemen pemasaran adalah kegiatan pemasaran yang direncanakan dengan baik, diorganisasikan, dikoordinasikan serta diawasi akan membuahkan hasil yang memuaskan. Tetapi saat ini masih banyak sekali usaha komplang ikan yang belum mampu memajemen pemasaran dengan baik dan benar. Ada beberapa faktor penyebab usaha komplang ikan ini tidak memajemen pemasaran dengan baik dan benar, salah satu diantaranya adalah ketidak tahuan mereka terhadap ilmu dan pengetahuan dan mereka tidak tahu memulai dari mana untuk memajemen pemasaran dengan baik dan benar. Oleh karena itu kami tim pengabdian dosen dan mahasiswa akuntansi unived memberikan pelatihan manajemen pemasaran sederhana terutama meperaktikan marketing mix teori 4p yang akan meningkatkan kualitas pemasaran bagi usaha komplang ikan. Metode yang digunakan adalah sosialisasi dalam bentuk penyukuhan , diskusi, peraktik marketing mix. Hasil pengabdian ini sangat membantu sekali bagi pemilik usaha komplang ikan dalam memajemen pemasaran.

ABSTRACT

Marketing management is a well-planned, organized, coordinated and supervised marketing activity that will produce satisfactory results. But at this time there are still a lot of komplang fish businesses that have not been able to manage marketing properly and correctly. There are several factors that cause this komplang fish business not to manage marketing properly and correctly, one of which is their ignorance of science and knowledge and they do not know where to start to manage marketing properly and correctly. Therefore, our dedication team for university lecturers and accounting students provides simple marketing management training, especially practicing the 4p theory marketing mix which will improve the quality of marketing for the komplang fish business. The method used is socialization in the form of inauguration, discussion, and marketing mix practices. The results of this service are very helpful for business owners of komplang fish in marketing management.

PENDAHULUAN

Setiap produsen selalu berusaha melalui produk yang dihasilkannya dan mendapatkan tujuannya. Produk yang dihasilkannya dapat terjual atau di beli oleh konsumen akhir dengan tingkat harga yang memberikan keuntungan perusahaan jangka panjang. Melalui produk yang dapat di jualnya, perusahaan dapat menjamin kehidupannya. Setiap perusahaan mengarahkan kegiatan usahanya untuk menghasilkan produk yang dapat memberikan kepuasan konsumen. Oleh karena itu, keberhasilan suatu perusahaan sangat ditentukan oleh keberhasilan usaha pemasaran dari produk yang dihasilkannya. Definisi American marketing association 1960,

pemasaran merupakan hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen. Manajemen pemasaran sebagai pendistribusian termasuk kegiatan yang dibutuhkan untuk menempatkan produk yang berwujud pada tangan konsumen rumah tangga dan pemakai industri, kegiatan pemasaran yang utama meliputi perencanaan, organisasi, koordinasi kerja dan pengawasan.

Permasalahan mendasar dalam pengembangan usaha mikro pada industri rumahan mengalami masalah dalam meningkatkan penjualan secara berkelanjutan karena pemasaran produk yang mengandalkan cara pemasaran tradisional, seperti penjualan secara langsung. Dengan memajemen usaha yang dilakukan ini berdampak pada biaya operasional penjualan yang cukup tinggi dan perputaran modal menjadi lambat sehingga proses produksi terhambat.

METODE

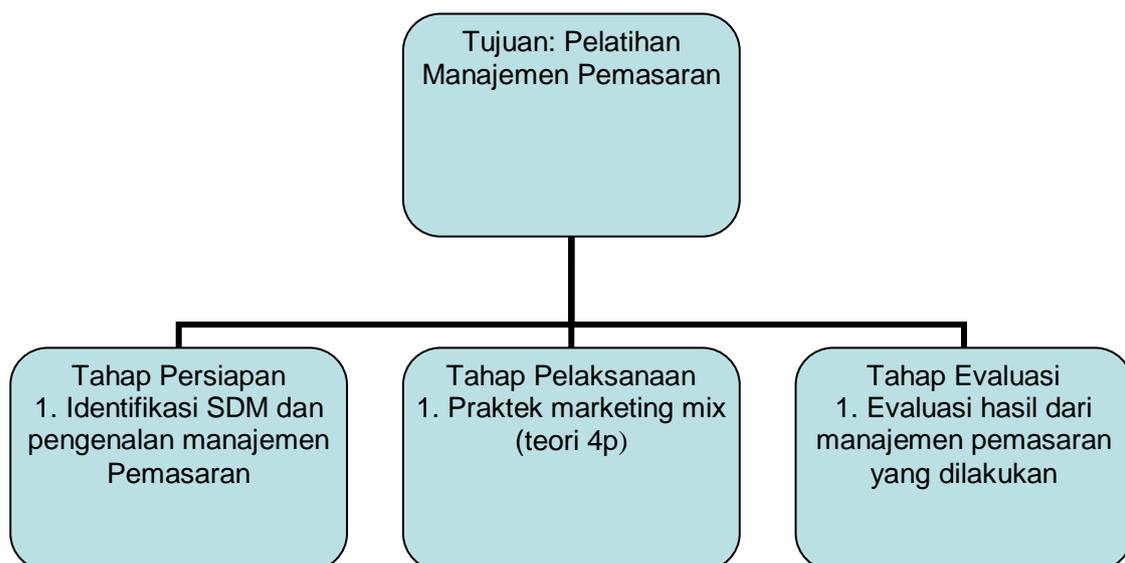
Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di jln. Pasundan 2 rt 05 rw 01 kelurahan sumber jaya kecamatan kampung melayu, pada hari kamis 21 juli 2022 dari pukul 08.00 – 17.00 WIB yang dihadiri oleh Dila santri, Yana nopita sari, Anggini dan dibuka oleh bapak Adi susanto selaku pengusaha komplang ikan dan ketua jln. Pasundan 2 rt 05 rw 01 kelurahan sumber jaya kecamatan

kampung melayu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam menyusun laporan pengabdian masyarakat ini penulis menggunakan metode teknik pengumpulan data observasi, metode studi pustaka dan metode dokumentasi.

- a. Metode observasi (pengamatan), yaitu dengan cara bertanya secara langsung ke objek yang ditujui yaitu mengenai hal-hal yang bersangkutan dengan pemasaran produk, tenaga kerja dan sistem pemesanan.
- b. Metode studi pustaka, yaitu dengan cara pengambilan data dari buku-buku dan yang ada hubungannya dengan menyusun laporan pengabdian masyarakat.
- c. Metode dokumentasi, yaitu dengan cara pengambilan gambar ke objek yang ditujui untuk memperkuat hasil pengabdian.



Pada saat pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat penulis memberikan pertanyaan secara langsung agar terjadi hubungan timbal balik atau interaktif antara pemateri dengan peserta pelatihan manajemen pemasaran usaha komplang ikan di jln. Pasundan 2 rt 05 rw 01 kelurahan sumber jaya kecamatan kampung melayu.



Gambar 1. *Work breakdown structure* Pengabdian kepada Masyarakat

Tabel 1. Sumber Daya Penelitian

No	Aktivitas	Manusia	Perangkat
1	Perkenalan Aktivitas ke-1	Dila Santri, Yana Nopita Sari, Anggini	Manual
2	Penyampaian Teori Aktivitas ke-2	Dila Santri	Laptop dan Buku
3	Praktik cara pemasaran produk Aktivitas ke -3	Yana Nopita sari dan Anggini	Handphone dan praktik secara langsung (manual)
4	Dokumentasi berserta penutupan Aktivitas ke-4	Dila Santri, Yana Nopita Sari, Anggini, dan bapak Adi Susanto	Smartphone

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Aktivitas

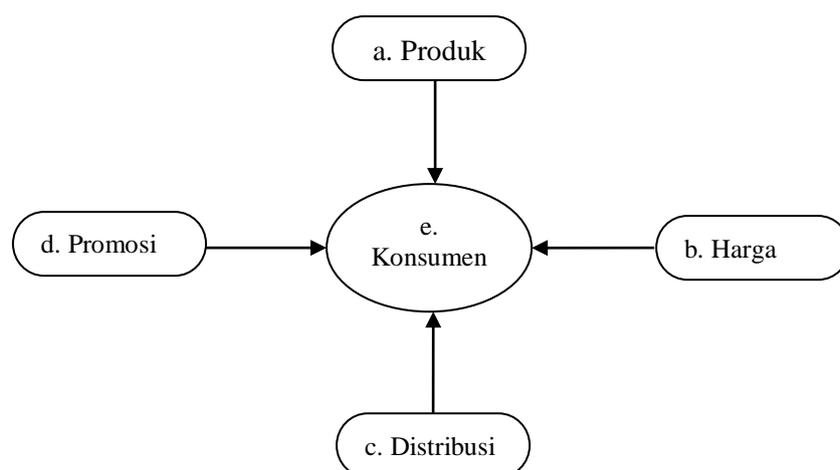
Salah satu kendala atau permasalahan bagi pelaku dan pengolah usaha komplang ikan adalah memasarkan produk yang dihasilkan oleh bapak Adi Susanto, dan pemesanan yang menggunakan sistem manual.

Penyelesaian Masalah

Dalam ilmu pemasaran kegiatan pemasaran dilakukan oleh suatu perusahaan dapat dirasakan oleh semua orang, karena semua orang memiliki kebutuhan dan kebutuhan itu dilihat, diidentifikasi dan kemudian dilayani oleh pengusaha. Promosi adalah komponen pemasaran yang sangat penting karena dapat meningkatkan pengenalan merek dan penjualan beberapa metode pemasaran yang dapat dilakukan oleh bapak Adi Susanto agar produk yang dihasilkan mendapatkan pembeli yang potensial seperti dengan memasang sepanduk, iklan, diskon dan lain sebagainya.

Lokasi usaha komplang ikan sangat jauh dari keramaian atau pembeli, salah satu alternatif pemecahan masalah tempat dapat dilakukan dengan cara pemasaran online melalui media internet seperti marketplace, grabfood, maxim food dan waatshaap group yang tidak mengenal batas wilayah. Permasalahan ini sudah dipikirkan oleh bapak adi susanto.

Strategi Pemasaran merupakan Strategi untuk melayani pasar atau segmen pasar yang dijadikan target oleh seorang pengusaha. Oleh karena itu strategi pemasaran merupakan kombinasi dari bauran pemasaran yang akan diterapkan oleh pengusaha untuk melayani pasarnya. Untuk memasarkan suatu produk tentu membutuhkan dana pemasaran untuk itu pelaku usaha harus dapat memilih media yang paling efisien dari segi biaya disesuaikan dengan keuntungan yang akan diperoleh.



- a. Produk adalah barang atau jasa yang dapat diperjualbelikan. Dalam pengabdian masyarakat produk yang kami pilih adalah produk komplang ikan
- b. Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok waktu

- tertentu dan tempat tertentu. Untuk harga komplang ikan itu berbagai macam jenisnya mulai dari 15 ribu, 25 ribu, sampai 50 ribu.
- c. Distribusi adalah salah satu aspek pemasaran. Pemasaran komplang ikan ini menggunakan sistem manual dan melalui via internet seperti whatsapp, marketplace, maxim food, grab food dan lain sebagainya.
 - d. Promosi adalah upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon konsumen untuk membeli atau mengkonsumsinya. Promosi yang dilakukan oleh bapak adi susanto adalah dengan memposting gambar komplang ikan dan dibagikan di sosmed.
 - e. Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga ,orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan. Untuk usaha komplang ikan ini semua orang bisa mengkonsumsinya kecuali anak bayi/ balita.

Dengan menerapkan marketing mix maka secara perlahan permasalahan pemasaran produk atau usaha yang dihasilkan pelaku usaha dapat diurai secara benar. Marketing mix dikenal dengan teori 4p yaitu produk, harga, promosi dan distribusi. Materi kegiatan manajemen pemasaran untuk meningkatkan usaha komplang ikan di jln. Pasundan rt 05 rw 01 kelurahan sumber jaya kecamatan kampung melayu diberikan kepada bapak Adi Susanto beserta karyawan dan orang-orang yang terlibat dalam usaha tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Proses pemasaran adalah proses tentang bagaimana pengusaha dapat mempengaruhi konsumen agar para konsumen tersebut menjadi tahu, senang lalu membeli produk yang ditawarkannya dan akhirnya konsumen menjadi puas sehingga mereka akan selalu membeli produk perusahaan itu. Kegiatan pemasaran yang dilakukan setiap perusahaan perlu di koordinasikan dan diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan umum nya dan tujuan bidang pemasaran khususnya. Alat koordinasi dan pengarahan kegiatan pemasaran disebut rencana pemasaran.

Pemasaran merupakan kegiatan yang langsung berkaitan dengan mengalirnya barang atau jasa dari produsen ke konsumen dalam rangka memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan masyarakat konsumen melalui pertukaran. Dengan demikian dapat dikatakan, perencanaan pemasaran bertujuan memberikan pendekatan yang sistematis dan teratur bagi usaha.

Selama melaksanakan pengabdian masyarakat, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di jln pasundan 2 rt 05 rw 01 kelurahan sumber jaya kecamatan kampung melayu. Untuk meningkatkan mutu serta memperbaiki kinerja untuk pembuatan usaha kerupuk ikan , sebaiknya tempat usaha pembuatan kerupuk ikan harus diperbaiki dan di tambah alat – alat yang modern supaya proses pembuatan komplang ikan lebih cepat dan higienis untuk menghemat waktu. Serta penambahan karyiawan yang lebih banyak lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian kepada masyarakat ini bisa berjalan dengan baik dan lancar berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Adi Susanto pemilik usaha komplang ikan
2. Universitas dehasen bengkulu
3. Dekan dan wakil dekan fakultas ekonomi universitas dehasen Bengkulu
4. Kepala prodi akutansi universitas dehasern Bengkulu
5. Mahasiswa yang ikut terlibat dalam pengabdian ini
6. Dosen pembimbing universitas dehasen bengkulu

DAFTAR PUSTAKA

Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Peraktik*. Jakarta. PT. Bumi Aksara
Koottler, Philip dan Kevin L Keller. 2009. *Manajemen pemasaran*. Jakarta.PT indeks
Drs. Indryo , Gitosudarmo, M. Com (hons). 1994. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta. PT. BPFE
Prof. Dr. Sofjan assauri, S.E., M. B. A. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Raja Grafindo