

Solusi Pemasaran Pada Toko Bu Rani Untuk Meningkatkan Pendapatan Di Desa Kungkai Baru Kabupaten Seluma

Tito Irwanto¹, Catur Panggih Prayogo², Sulisti Afriani³, Lidya Gustina Putri⁴, Tri Febrina Melinda⁵

Email: titoirawanto@unived.ac.id¹, caturpanggihprayogoo@gmail.com², sulistiafriani@unived.ac.id³, Lydiagustinaputri0308@gmail.com⁵, trifebrina26@gmail.com⁵

ARTICLE HISTORY

Received [15 Juli 2022]

Revised [15 Agustus 2022]

Accepted [10 September 2022]

KEYWORDS

Marketing Strategy, Small And Medium Enterprises

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



ABSTRAK

Tujuan dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk membantu para pelaku usaha dalam mempromosikan produk UKM di Desa Kungkai Baru. Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan tahap persiapan dan survei lapangan. Tahap survei ini dimulai dengan berdiskusi langsung bersama Kepala desa Kungkai Baru kecamatan Seluma, hal ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan, peluang, dan tantangan yang dihadapi oleh para pelaku usaha UKM. Kemudian, tahap sosialisasi dan pelatihan dilakukan oleh tim. Pada tahap ini ada lima hal yang dilaksanakan oleh tim pengabdian, yaitu (1) menjelaskan bagaimana cara membuat produk yang menarik, (2) mencari lokasi yang strategis bagi pelaku usaha (3) membuat konten promosi yang mudah di ingat oleh pelanggan (4). Dan bagaimana cara mendistribusikan produk sehingga bisa sampai ke pelanggan. (5). Pemasaran online. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sebagai berikut: Pengetahuan peserta dalam hal ini warga di Kelurahan Paninggilan Utara Ciledug mengenai strategi pemasaran sebelum kegiatan PKM mayoritas berada di kategori kurang memahami. Setelah kegiatan PKM dilaksanakan dan pemaparan materi disampaikan, diketahui bahwa pengetahuan peserta mengenai strategi pemasaran setelah disampaikan semakin meningkat.

ABSTRACT

The purpose of this community service is to assist business actors in promoting SME products in Kungkai Baru Village. This method of community service activities begins with the preparation and field survey stages. This survey phase begins with direct discussions with the Head of Kungkai Baru village, Seluma sub-district, this aims to identify the needs, opportunities, and challenges faced by SME business actors. Then, the socialization and training stages are carried out by the team. At this stage there are five things that the service team does, namely (1) explaining how to make attractive products, (2) finding strategic locations for business actors (3) creating promotional content that is easy for customers to remember (4). And how to distribute the product so that it can reach the customer. (5). Online marketing. The results of this community service activity are as follows: The knowledge of the participants in this case the residents in the Paninggilan Utara Ciledug Village regarding marketing strategies before the PKM activities were mostly in the category of not understanding. After the PKM activity was carried out and the presentation of the material was delivered, it was found that the participants' knowledge of marketing strategies after being delivered was increasing.

PENDAHULUAN

UMKM Merupakan sektor usaha yang memiliki peran penting terhadap perekonomian nasional. UMKM adalah penopang perekonomian suatu negara dalam menghadapi berbagai krisis. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia pada tahun 1998 yang lalu, banyak usaha berskala besar yang mengalami kebangkrutan, akan tetapi sektor UMKM terbukti tangguh dan memiliki daya tahan yang kuat dalam menghadapi krisis tersebut. Alasan-alasan UKM bisa bertahan dan cenderung meingkat jumlahnya pada masa krisis adalah yang sebagian besar UKM Tidak mendapatkan modal dari bank. UKM mempunyai modal yang terbatas dan pasar yang bersaing. Reformasi menghapuskan hambatan-hambatan dipasar, proteksi industri .

Sebelum sesuatu objek (sentra atau calon sentra industri kecil) ditetapkan untuk dijadikan proyek pengembangan, perlu terlebih dahulu dinilai bahwa obyek tersebut layak dikembangkan untuk dijadikan proyek ataupun sasaran kegiatan. Kriteria kelayakannya utamanya didasarkan kepada pertimbangan-pertimbangan:

1. Kegiatan produksinya berakar dari terdapatnya SDA dan talenta masyarakat setempat, misalnya aset budaya kerajinan/seni tradisional.
2. Melibatkan tenaga kerja yang banyak, khususnya pada penduduk setempat.
3. Menghasilkan nilai tambahan agregat yang besar.

4. Dapat memicu pertumbuhan ekonomi di berbagai sektor terkait, khususnya di daerah yang bersangkutan.
5. Mempunyai prospek pasar yang potensial dan berkelanjutan, apalagi pasar ekspor.
6. Komponen-komponen kegiatan industri di dalamnya mempunyai prospek kelayakan finansial yang menjanjikan, sehingga hasil kegiatan pembinaan akan dapat mewujudkan kegiatan usaha industri kecil menengah yang secara komersial dapat berjalan dan tumbuh berkembang secara mandiri dan sehat (tanpa membebani pemerintah dengan subsidi maupun biaya pembinaan terus menerus).

UKM mempunyai pilihan lebih banyak dalam pengadaan bahan baku, akibatnya biaya produksi turun dan efisiensi meningkat. Dengan adanya krisis ekonomi yang berkepanjangan menyebabkan sektor formal banyak menghentikan pekerja-pekerjanya, para penganggur tersebut melakukan kegiatan usaha yang umumnya berskala kecil yang mengakibatkan jumlah UKM meningkat.

Tempat pengabdian masyarakat ini dilakukan di desa Kungkai Baru kecamatan Seluma. Dimana pada pengabdian masyarakat ini dikhususkan pada pelaku UMKM dibidang Sembakoh dan usaha rumahan. Usaha yang terdapat pada desa kungkai baru ini masih mengandalkan manajemen usaha yang berbasis pada usaha rumahan yang dikelola secara pribadi dan belum ada peguyuban usaha yang bisa memayungi permasalahan dan pengembangan usaha yang lebih maksimal.

Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UKM di Desa Kungkai Baru adalah masih sulitnya pelaku UKM dalam mendapatkan pelanggan serta belum dapat menentukan segmen pasar dan menyiapkan strategi yang tepat untuk bisa bersaing dengan kompetitor. Selain pengetahuan pemasaran yang sangat terbatas, cara pemasaran online pun masih belum di pahami betul oleh pelaku UKM di Desa Kungkai Baru.

Bukan hanya itu, Permasalahan lain adalah minimnya pengetahuan pelaku UKM tentang manajemen bisnis yang baik. Banyak pelaku UKM hanya fokus memproduksi barang, tanpa memikirkan bagaimana strategi ekspansi bisnisnya lebih besar lagi. Akibatnya, pelaku UKM kesulitan dalam meningkatkan level bisnisnya. Usaha yang mereka jalankan tidak berkembang dan omzet yang didapat tidak mengalami kenaikan. Kegiatan pemasaran belum berjalan dengan baik. Aspek pengemasan masih sangat sederhana karena belum ada pengepakan (puckaging) yang menarik dan belum ada label, atau merek dalam bungkusnya padahal unsur merek merupakan laktor manajemen pemasaran yang paling penting.

METODE

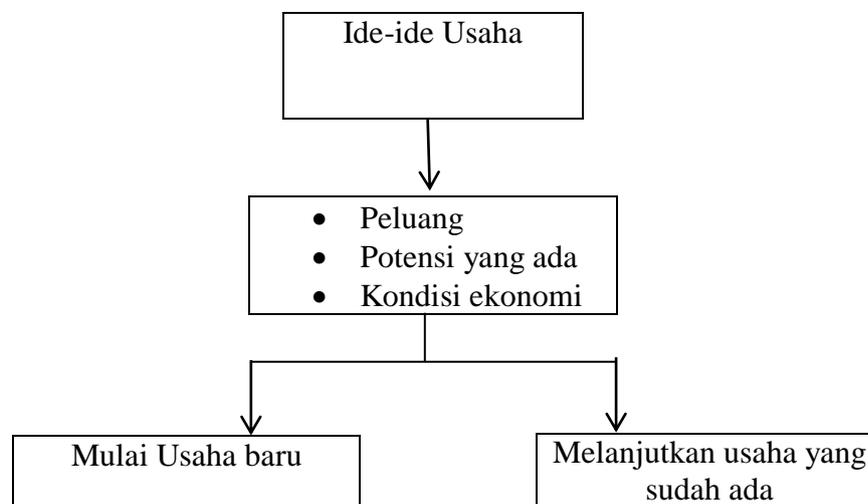
Pelaksanaan kegiatan pengabdian berlangsung pada tanggal 8 juni 2022 dan di hadiri oleh para pedagang UKM Desa Kungkai Baru. Ada beberapa metode pendekatan yang digunakan dalam pelaksanaan program, meliputi:

1. Sosialisasi, program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi kepada mitra pelaku usaha UKM di Desa Kungkai Baru Kabupaten Seluma. Sosialisasi tersebut berupa pemaparan materi kepada mitra terkait permasalahan yang dihadapi mitra. Materi yang akan disampaikan diharapkan dapat memberikan peningkatan pengaturan dan pemahaman untuk selanjutnya dapat diterapkan oleh mitra dalam kegiatan usaha.
2. Diskusi, setelah materi selesai dipaparkan, dilanjutkan dengan diskusi berupa tanya jawab antara pemateri dengan peserta. Diskusi dilakukan agar peserta lebih memahami materi yang telah disampaikan. Melalui diskusi, sosialisasi tidak hanya sekedar transfer knowledge saja melainkan dapat sharing pengalaman maupun permasalahan yang sedang dihadapi mitra.



Gambar 1. Menyampaikan gagasan tentang pemasaran yang baik dan modern kepada masyarakat.

Pelatihan yang diberikan pada pelaku usaha warga masyarakat desa Kungkai Baru Kabupaten Seluma tepatnya di Provinsi Bnegkulu, sasarannya meliputi warga yang telah mempunyai usaha, yang baru akan memulai usaha dan yang berminat memulai usaha. Sebagian besar usaha mereka vakum beberapa waktu karena pandemi Covid-19. Adapun pelatihan ini meliputi: pemberian pengetahuan kepada masyarakat tentang identifikasi peluang usaha baru di desa Kungkai Baru. Selain itu pelatihan ini juga diharapkan dapat menumbuhkan semangat kekeluargaan, persaingan yang positif antara sesama pelaku usaha yang notabene berada dalam satu wilayah rukun tetangga.



Gambar 2. Skema Kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan. Penulis melakukan observasi terlebih dahulu untuk melihat secara langsung gambaran kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat desa Kungkai Baru. Hasil pengamatan awal diperoleh bahwa sebagian tempat usaha sudah ada yang buka namun pengunjungnya masih relatif sepi, jadi hanya beberapa orang saja yang telah membuka usahanya.

Pada pelaksanaan di tanggal 8 Juni 2022 diberikan pengetahuan dan pencerahan kepada masyarakat agar siap mentalnya untuk berwirausaha, kemudian dilanjutkan dengan mengidentifikasi

usaha apa saja yang bisa dilakukan serta gagasan produk atau jasa apa yang akan mereka tawarkan ke konsumen. Dan selanjutnya penulis mencoba menguraikan pentingnya pemasaran yang baik dalam usaha yang mereka lakukan misalnya dari tampilan tempat usaha yang harus menarik, produk yang dijual variatif dan sebisa mungkin tidak meniru usaha yang lain, dan terakhir penulis menjelaskan tentang kegagalan, penulis menjelaskan bagaimana resiko dan kegagalan dari setiap usaha itu pasti ada maka dari itu seminimal mungkin diminimalisir peluang kegagalan dan penguatan mental kepada pelaku usaha, agar terus memotivasi diri bersemangat dalam berwirausaha tanpa takut gagal.

Secara garis besar hasil kegiatan yang telah dicapai dalam pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Materi tentang pemberdayaan masyarakat desa Kungkai Baru pada umumnya diterima dan dapat dipahami, serta mendapat respond dari peserta, yang ditandai dengan adanya pertanyaan-pertanyaan yang muncul.
2. Berdasarkan sikap dan pertanyaan yang diajukan dapat diketahui bahwa materi pengabdian sangat membantu dalam pemberdayaan masyarakat desa Kungkai Baru.
3. Dari hasil pengabdian ini diharapkan akan ada tindak lanjut untuk mengembangkan apa yang telah mereka dapat.
4. Berdasarkan evaluasi dapat diketahui bahwa pada umumnya peserta dapat memahami bagaimana cara memberdayakan potensi serta peluang yang ada agar giat usaha di desa Kungkai Baru lebih baik lagi kedepannya.

Berikut data dan penjelasan strategi pemasaran 4p di desa Kungkai Baru:

1. *Product* (Produk)
Produk adalah jantung dari bauran masyarakat semua aktivitas pemasaran di mulai dengan produk. Di desa Kungkai Baru ini sendiri produk UMKM yang di sediakan meliputi produk yang kebanyakan belum bermerk, oleh karena itu produk UMKM ini sendiri belum banyak di kenal. Adapun olahan yang di jalankan oleh pelaku UMKM di desa Kungkai Baru meliputi: Keripik Ubi, Keripik pisang, Gula kelapa, Minyak kelapa, Peyek, Kacang kulit.
2. *Price* (Harga)
Harga merupakan nilai moneter yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh atau memiliki produk suatu perusahaan. Produk yang di keola UMKM di desa Kungkai Baru bervariasi, begitu juga dengan harganya tergantung dengan kemasan dan produk yang di kelola mulai dari harga Rp. 1.000,- hingga Rp. 15.000,-
3. *Promotion* (Promosi)
Promosi sendiri bertujuan untuk melayani dua tujuan, pertama memberi tahu calon pelanggan tentang produk dan kedua, membujuk mereka untuk membeli produk. Pelaku UMKM di desa Kungkai Baru ini menjual produk UMKM lebih dominan ke toko yang sudah ada di desa Kungkai Baru, maka dari itu fungsi dari pengabdian ini menemukan solusi untuk memasarkan produk UMKM melalui media sosial seperti Facebook, Whatsapp, dan Instagram.
4. *Place* (Tempat)
Tempat atau distribusi ini berkaitan dengan pengalihan kepemilikan produk dari produsen ke konsumen. Pelaku UMKM di desa Kungkai Baru dimana dari kebanyakan masyarakat memilih hal ini untuk mengurangi dan mempercepat dalam pemasaran produk.



Ket: Gambar 3 Bersama warga yang memiliki usaha di desa Kungkai Baru

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari kegiatan pengabdian yang dilakukan di desa Kungkai baru dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini dapat memberikan simulus bagi masyarakat desa untuk memulai usaha dan meningkatkan usaha yang sudah ada agar bisa lebih baik dan maju lagi kedepannya. Ketua RT dan masyarakat sekitar berharap agar kegiatan tersebut ada kelanjutannya supaya dapat membantu meningkatkan pengetahuan dan ilmu baru bagi masyarakat pelaku usaha. Adapun saran yang dapat penulis berikan agar masyarakat dapat melalui usaha harus dimulai dari ide pemilihan usaha yang tepat dari peluang yang ada, kenali potensi diri dan kondisi ekonomi sekitar, perhatikan pemasaran dan tingkatkan motivasi untuk berwirausaha serta cari solusi terbaik dari kendala yang ada, sehingga diharapkan usaha yang akan dijalankan dapat memberikan hasil maksimal dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terlaksananya kegiatan pengabdian ini, tidak terlepas dari bantuan kerja sama banyak pihak, ucapan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini disampaikan kepada:

1. Pihak Universitas Dehasen Bengkulu khususnya Fakultas ekonomi.
2. Kepala desa Kungkai Baru
3. Pihak-pihak yang telah membantu kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- A Soleh, A Arlina, S Suwarni, KC Susena, D Anggara - Jurnal Dehasen Untuk Negeri, 2022. Implementasi Digital Marketing Dalam Optimasi Potensi Industri Rumah Tangga Warga RT. 10 RW. 04 Kelurahan Padang Jati Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu. Jurnal Dehasen Untuk Negeri. 1(1), 89–94
- Dede Solihin, Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah Warga Kelurahan Peninggilan Utara Ciledug, Jurnal,2020.

- Nasution, S., Susena, K. C., Hidayah, N. R., Yustanti, N. V., & Ariantara, Y. (2022). Identifikasi Peluang Usaha pada Objek Wisata Pulau Kumayan oleh Masyarakat RT. 12 RW. 04 Kel. Surabaya Kec. Sungai Serut Kota Bengkulu. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, 1(1), 1-6.
- Pendit, Nyoman S. 1999. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana.*, Pradnya Paramita., Jakarta.
- Protomo T. S, Soejoedono, A R (2002). *Ekonomi skala Kecil/menengahdan Koperasi*, Jakarta, Ghalia Indonesia
- Sudarno. 2011. Kontribusi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Penyerapan Tenaga Kerja di Depok. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Politeknik Negri jakarta*, 10(2): 139-146.