

SOSIALISASI PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN DAN PEMBERDAYAAN UMKM DI DESA SIMPANG EMPAT

Anshari Putra¹, Ardiansyah², Aida Apriani³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Asahan

ABSTRAK

Program MBKM tersebut adalah Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) yang merupakan suatu bentuk pendidikan dengan cara memberikan pengalaman belajar kepada mahasiswa untuk hidup di tengah masyarakat di luar kampus, dan secara langsung bersama-sama masyarakat mengidentifikasi potensi dan menangani masalah, sehingga diharapkan mampu mengembangkan potensi desa/daerah dan meramu solusi untuk masalah yang ada di desa/daerah. Berdasarkan informasi yang diperoleh di lapangan berupa kesulitan-kesulitan yang dihadapi oleh masyarakat desa, hendaknya dapat ditangani melalui ide-ide yang muncul dalam usaha membangun desa. Maka dari itu Program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi kepada pelaku UMKM di desa Simpang Empat.

Kata kunci: KKN, Desa Simpang Empat

ABSTRACT

The MBKM program is the Thematic Real Work Lecture (KKNT) which is a form of education by providing a learning experience for students to live in the community outside the campus, and directly together with the community identify potentials and deal with problems, so that it is expected to be able to develop potential village region and formulate solutions to problem that exist in the village region. Based on the information obtained in the field in the form of difficulties faced by the village community, it should be handled through the ideas that arise in the effort to develop the village. Therefore, the community service program is carried out in the form of socialization to UMKM owners in simpang empat village.

Keywords: KKN, Simpang Empat Village

1. PENDAHULUAN

Penyelenggaraan Kuliah kerja nyata (KKN) merupakan komitmen Universitas Asahan komitmen Universitas Asahan menuju perubahan dengan pemberian pengalaman belajar dan bekerja kepada para mahasiswa tentang penerapan dan pengembangan ilmu dan teknologi di luar kampus. Universitas Asahan memilih KKN Tematik yang merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh mahasiswa dengan permasalahan yang di masyarakat. Tema KKNT-MBKM Universitas Asahan tahun 2022 adalah “UNA MEMBANGUN DESA”.

Aktivitas penduduk di suatu daerah sangat dipengaruhi oleh kondisi geografis terutama kondisi fisiknya. Kondisi yang demikian ini ternyata mempunyai hubungan yang erat dengan aktivitas penduduknya. Berdasarkan keadaan georafis desa simpang empat aktivitas penduduknya adalah bertani, berkebun dan beternak.

Masyarakat di desa Simpang Empat umumnya berprofesi sebagai pedagang dan pekerja industri rumahan (UMKM). Hal ini dipengaruhi karena letak desa Simpang Empat berdekatan dengan pasar tempat orang berkumpul untuk berjualan dan membeli keperluan rumah tangga, sehingga penduduknya mayoritas pedagang dan pekerja bisnis rumahan dan mata pencaharian lain.

Manfaat UMKM bagi desa Simpang Empat :

- Mendorong pemerataan ekonomi
Melalui UMKM, kondisi ekonomi di wilayah-wilayah kecil bisa ikut terdorong. Masyarakat di wilayah pedesaan memiliki kesempatan untuk mengakses barang dan jasa atau kebutuhan lainnya di sekitar tempat tinggal mereka.
- Membuka lapangan kerja
UMKM umumnya memiliki syarat maupun kualifikasi yang lebih ringan jika dibandingkan perusahaan-perusahaan besar. Maka dari itu UMKM di desa lebih terbuka untuk semua lapisan masyarakat.
- Memenuhi kebutuhan masyarakat
UMKM mampu memenuhi kebutuhan masyarakat ,serta bahan baku mudah didapatkan dari lingkungan sekitar dan produsen lokal. Hal tersebut tentu menawarkan keuntungan tambahan bagi masyarakat sekitar yang menjadi konsumen serta mampu meningkatkan perputaran ekonomi.

Permasalahan Di Lapangan

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan di desa Simpang Empat, dengan perangkat desa, masyarakat, kepala dusun. Pada umumnya bisnis rumahan UMKM sebagai salah satu penggerak kehidupan ekonomi masyarakat yang ada di desa Simpang Empat. Maka didapatkan beberapa gambaran permasalahan yakni permasalahan terbatasnya modal, fasilitas tempat kerja, proses pemasaran belum berkembang luas hingga *branding* pada produk.

Identifikasi Masalah

Ada beberapa masalah yang ada di desa Simpang Empat:1) Kurangnya pengetahuan mengembangkan usaha dan modal 2) Kurangnya pemahaman tentang pemasaran digital/online, 3) Tidak adanya branding pada produk, 4) Keterbatasan tenaga mesin produksi, 5) Minimnya modal usaha, 6) Belum memaksimalkan pemasaran online.

Berdasarkan informasi yang diperoleh di lapangan berupa kesulitan-kesulitan yang dihadapi oleh masyarakat desa, hendaknya dapat ditangani melalui ide-ide yang muncul dalam usaha membangun desa tersebut dengan kolaborasi bidang ilmu yang ada di Universitas Asahan.

2. METODE

1. Survei/ Observasi

Dalam pelaksanaan kegiatan KKN, survey merupakan suatu hal yang harus dijalankan. Dengan adanya survei membantu kita untuk lebih mengetahui permasalahan yang ada di lapangan. Dalam kegiatan ini kami melakukan survei ke UMKM yang ada di desa Simpang Empat. Yang bertujuan untuk melihat dan mengamati lalu merencanakan alternatif untuk pemecahan masalah tersebut.

2.Wawancara

Wawancara merupakan kegiatan tanya jawab untuk memperoleh informasi dari narasumber yang dilakukan oleh satu pihak kepada pihak lainnya. Wawancara juga termasuk teknik pengumpulan data. Dalam hal ini pelaksanaan wawancara dilakukan di UMKM yang ada di desa Simpang Empat dan pelaku UMKM sebagai narasumber. Tujuan kegiatan ini untuk mendapatkan data yang relevan dan juga mendapatkan keputusan mengenai pelaksanaan program kerja yang telah disusun.

3. Sosialisasi

Program kerja yang dilakukan kelompok KKN di desa simpang empat merupakan wujud pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi kepada pelaku UMKM di desa Simpang Empat. Sosialisasi tersebut berupa pemberian ide atau gagasan kepada pelaku UMKM berdasarkan permasalahan yang ada di lapangan. Tujuan sosialisasi ini untuk dapat membuka wawasan dan pola pikir yang luas bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan bisnis nya. Dengan Sosialisasi ini diharapkan dapat memperoleh ilmu pengetahuan dan meningkatkan pemahaman untuk selanjutnya diterapkan oleh UMKM.

4. Diskusi

Diskusi merupakan proses bertukar pikiran dan saling bertukar pendapat untuk memperoleh pemahaman mengenai penyebab masalah yang terjadi dan solusi penyelesaian dari hasil diskusi tersebut. Diskusi dilakukan berupa tanya jawab, atau bertukar pendapat antara kelompok KKN dan pelaku UMKM. Diskusi dilakukan agar topik permasalahan dapat menghasilkan suatu jalan keluar atau kesepakatan.. Melalui diskusi, kelompok KKN tidak hanya sekedar berbagi ilmu pengetahuan kepada pelaku UMKM namun juga dapat berbagi pengalaman tentang UMKM yang dirintis

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Yang Dicapai

Hasil dari pelaksanaan kegiatan program kerja yang dilakukan oleh kelompok KKN dengan melaksanakan sosialisasi :

1. Sosialisasi Pelatihan strategi pemasaran bagi pelaku UMKM desa Simpang Empat
2. Pelatihan pengemasan produk agar lebih menarik
3. Pemasaran online (*digital marketing*)
4. Pelatihan dan penyuluhan produk higienis dan halal

Beberapa indikator keberhasilan yang di dapat oleh masyarakat :

- Pelaku UMKM dapat mengembangkan potensi ekonomi kreatif
- Penerapan strategi pemasaran secara online dalam kegiatan usaha
- Penerapan branding produk guna meningkatkan penjualan
- Meningkatnya pemahaman pelaku UMKM mengenai produk higienis dan halal

Solusi yang dilakukan yaitu kelompok KKN beserta dosen pembimbing lapangan melaksanakan sosialisasi guna memberikan pemahaman dan ilmu yang didapat untuk disampaikan kepada masyarakat dan pemilik UMKM kegiatan tersebut yaitu :

Sosialisasi Pelatihan Strategi Pemasaran Bagi Pelaku UMKM Desa Simpang Empat Kabupaten Asahan

Pemasaran adalah kegiatan mendistribusikan produk yang dijual oleh pelaku UMKM untuk di pasarkan ke konsumen dan penyalur/distributor. Merupakan kegiatan menyuluruh dan terencana yang dilakukan UMKM guna mencapai tujuan usaha yaitu mendapatkan keuntungan.

Tujuan dilakukan sosialisasi ini, agar pelaku UMKM mengenal strategi pemasaran dengan baik. Strategi pemasaran UMKM dibutuhkan dikarenakan beberapa hal, yaitu Pemasaran sebagai sarana untuk mengenalkan produk yang kita hasilkan kepada konsumen, mulai dari bahan, fitur, fungsi, dan berbagai detail produk, Mengidentifikasi keinginan konsumen, menjaga pertumbuhan usaha, menciptakan komunikasi/hubungan dengan konsumen.

Sosialisasi pentingnya pemasaran online dilakukan agar pelaku UMKM lebih efisien waktu, produk dikenal lebih luas dan mengetahui keadaan pasar dunia. Pemasaran online memberikan banyak kemudahan bagi UMKM di desa simpang empat.

Pentingnya strategi pemasaran pada UMKM yaitu :

1. Pemasaran sebagai sarana untuk mengenalkan produk yang dijual UMKM kepada konsumen.
2. Menentukan keinginan konsumen, Riset pasar penting dilakukan untuk mengetahui keinginan dan perilaku konsumen. Dengan demikian, pelaku UMKM dapat memenuhi harapan konsumen melalui produk yang dibuat.
3. Pemasaran sebagai penggerak suatu bisnis, tanpa strategi yang baik, penjualan akan sulit dicapai.
4. Membangun citra merek, Umumnya konsumen akan memilih produk yang sudah mereka gunakan. Agar produk UMKM mudah dikenal dan digunakan oleh konsumen, maka perlu dibangun sebuah brand.

Para pelaku UMKM mendapat ilmu, ide serta gagasan oleh kelompok KKN uraikan diatas dengan dilaksanakannya sosialisasi pelaku UMKM dan kelompok KKN dapat mengidentifikasi potensi dan menangani masalah, sehingga semua pihak yang terkait dapat

mengembangkan potensi desa dan menemukan solusi untuk masalah yang ada di desa simpang empat. Dan juga kehadiran kelompok KKN di desa simpang empat memberikan peningkatan pembangunan ekonomi di desa simpang empat.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

KKNT-MBKM UNA merupakan kegiatan yang dilaksanakan Universitas Asahan sebagai upaya untuk mendorong mahasiswa agar terjun langsung dalam menerapkan ilmu pengetahuan yang telah di dapat dibangku kuliah. Dalam KKN yang telah di beri tema UNA Membangun Desa dari Universitas Asahan.

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan oleh KKN Kelompok IV dapat disimpulkan bahwa adapun program yang telah kami laksanakan :

1. Sosialisasi Pelatihan strategi pemasaran bagi pelaku UMKM desa Simpang Empat
2. Pelatihan pengemasan produk agar lebih menarik
3. Pemasaran online (*digital marketing*)
4. Pelatihan dan penyuluhan produk higienis dan halal

2. Saran

Adapun saran yang dapat disampaikan untuk peningkatan kegiatan selanjutnya, yaitu :

1. Mahasiswa KKN harus menjaga sikap dan sopan santun serta bekerja sama kepada masyarakat dan instansi terkait agar program-program yang telah disusun dapat berjalan dengan lancar.
2. Mahasiswa yang akan melaksanakan KKN dapat memanfaatkan dan masa observasi atau survey ke lapangan sehingga dalam merumuskan suatu solusi dan melaksanakan program kerja yang tepat sesuai dengan permasalahan yang ada di masyarakat.
3. Mengoptimalkan potensi daerah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat

5. Dokumentasi Kegiatan



Gambar 1. Survey UMKM



Gambar 2. wawancara



Gambar 3. Sosialisasi Program kerja KKN



Gambar 4. Diskusi



Gambar 5. Survey UMKM di desa Simpang Empat



Gambar 6. Survey kunjungan UMKM

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang membantu pelaksanaan kegiatan KKN “UNA Membangun desa” penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada :

1. Bapak Anshari Putra SE,M.M selaku dosen pembimbing lapangan yang baik hati mengosongkan waktu untuk membimbing kami selama di lapangan.
2. Bapak Ir. Ansuruddin M.P sebagai ketua Panitia KKNT-MBKM Universitas Asahan 2022
3. Bapak Yafitham Marpaung sebagai kepala desa Simpang Empat
4. Masyarakat desa Simpang Empat yang membantu dalam pelaksanaan KKN UNA Membangun Desa
5. Dan juga seluruh teman-teman semua yang senantiasa mendukung dalam kegiatan KKN.

DAFTAR PUSTAKA

<https://jurnal.umj.ac.id/>, Diakses tanggal 9 Juli 2022

<https://kamus.tokopedia.com/p/pemasaran/> , Diakses tanggal 9 Juli 2022

<https://zahiraccounting.com/id/blog/pentingnya-strategi-pemasaran-umkm/>