

SOSIALISASI STRATEGI PEMASARAN BAGI PELAKU UMKM DI DESA SUBUR

Tengku Syarifah¹, Azandi Widya Hazihid², Aulia Khoirunnisa³,
Salwa Haqilah⁴, Selvi Anggraini⁵, Ridho Yutama⁶

Program Studi Ekonomi, Universitas Asahan

Jl. Jend. Ahmad Yani, Kisaran

Email :¹selviagr791@gmail.com, ²ridhoyutama0@gmail.com

ABSTRAK

Program pengabdian masyarakat pada bidang pemasaran adalah upaya yang dilakukan untuk memberikan manfaat dan memperluas pemahaman masyarakat mengenai konsep dan praktik pemasaran. Program ini bertujuan untuk membantu masyarakat memahami bagaimana memasarkan produk atau layanan mereka dengan lebih efektif, sehingga dapat meningkatkan keuntungan dan pertumbuhan bisnis mereka. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini menggunakan metode survei. Tujuan utama dari metode ini adalah sebagai upaya perubahan terencana terhadap masyarakat. Sosialisasi merupakan kegiatan yang dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat, melibatkan pengenalan dan pemahaman yang bertujuan untuk mengembangkan kesadaran individu. Sosialisasi ini sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat khususnya para pelaku UMKM dan masyarakat di desa Subur. Permasalahan yang timbul dari masyarakat terkait pengetahuan akan pemasaran produk masih menjadi masalah utama, maka dari itu dengan adanya sosialisasi ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran yang lebih efektif, agar pelaku UMKM dapat beradaptasi akan perkembangan zaman dan memperluas pangsa pasar mereka. Mahasiswa KKNT ini melakukan kegiatan di Aula Balai Desa. Masyarakat di Desa Subur, Kecamatan Air Joman pada umumnya menyambut dengan positif kegiatan ini dengan harapan dapat membawa perubahan dan meningkatkan pengetahuan melalui sosialisasi ini.

Kata Kunci : Pemasaran, Sosialisasi, Pengabdian Masyarakat

ABSTRACT

Community service programs in the field of marketing are efforts made to provide benefits and expand public understanding of marketing concepts and practices. This program aims to help people understand how to market their products or services more effectively, so as to increase their profits and business growth. The method used in community service uses survey methods. The main purpose of this method is as a planned change effort to society. Socialization is an activity that can make a positive contribution to society, involving recognition and understanding aimed at developing individual awareness. This socialization is a form of community service, especially UMKM actors and communities in Subur village. Problems arising from the public related to knowledge of product marketing are still the main problem, therefore this socialization is expected to increase knowledge and a better understanding of more effective marketing strategies, so that UMKM players can adapt to the times and expand their market share. This KKNT student carried out activities in the village hall hall. People in Subur Village, Air Joman District generally welcomed this activity positively in the hope that it could bring change and increase knowledge through this socialization.

Keywords : marketing , socialization, Community Service

1. PENDAHULUAN

Pemasaran adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh suatu organisasi atau individu untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada konsumen dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Pemasaran melibatkan semua proses yang terkait dengan perencanaan, pengembangan, penetapan harga, promosi, dan distribusi produk atau layanan agar dapat dijual dan dikonsumsi oleh pasar sasaran. Pemasaran melibatkan pemahaman yang mendalam tentang pasar dan konsumen, termasuk perilaku konsumen, preferensi, dan kebutuhan mereka. Ini memungkinkan organisasi atau individu untuk merancang strategi pemasaran yang efektif dan menciptakan nilai tambahan bagi konsumen.

Strategi pemasaran adalah rencana terstruktur yang dirancang untuk mencapai tujuan pemasaran suatu produk atau layanan. Strategi ini melibatkan serangkaian langkah dan taktik yang digunakan untuk mempromosikan, mendistribusikan, dan menjual produk atau layanan kepada target pasar dengan tujuan mempengaruhi perilaku konsumen agar membeli atau menggunakan produk atau layanan tersebut. Strategi pemasaran mencakup berbagai aspek, termasuk penetapan harga produk, pengembangan produk, segmentasi pasar, penentuan target pasar, promosi dan iklan, distribusi, dan analisis pesaing. Tujuan utama dari strategi pemasaran adalah untuk meningkatkan kesadaran merek, membangun citra positif, meningkatkan penjualan, dan memperoleh pangsa pasar yang lebih besar. Strategi pemasaran harus didasarkan pada pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan keinginan konsumen, tren pasar, serta kekuatan dan kelemahan perusahaan. Dalam merumuskan strategi pemasaran, perusahaan juga harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti anggaran, sumber daya yang tersedia, dan situasi persaingan di pasar.

Strategi pemasaran yang efektif adalah strategi yang mampu membedakan produk atau layanan dari pesaing, menarik dan mempertahankan konsumen, serta memberikan nilai tambah yang diinginkan oleh konsumen. Selain itu, strategi pemasaran yang baik juga harus dapat diukur dan dievaluasi, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan dan penyesuaian jika diperlukan. Inti dari strategi pemasaran adalah memahami pasar dan pelanggan, mengidentifikasi keunggulan bersaing, menentukan rencana aksi yang tepat, mengimplementasikan strategi dengan efektif, dan terus memantau dan mengevaluasi kinerja pemasaran. Dengan menjalankan strategi pemasaran yang baik, pelaku UMKM dapat mencapai keberhasilan dalam memasarkan produk atau layanan mereka.

Pengabdian kepada masyarakat dalam hal sosialisasi strategi pemasaran bagi pelaku UMKM mendapat respon positif dari semua kalangan, karena berdampak kepada pegetahuan dan peningkatan pendapatan bagi seluruh pelaku UMKM yang ada di Desa Subur. Sosialisasi ini sangat berguna dan penting bagi kemajuan produk umkm di desa subur, dengan adanya sosialisasi ini para pelaku UMKM dapat memilih dan menjalankan strategi pemasaran yang baik dan tertata dengan baik untuk memaksimalkan penjualan. Tujuan sosialisasi ini untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman bagi masyarakat Desa Subur yang merupakan pelaku dari UMKM dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya menggali potensi ekonomi masyarakat dan memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang cara memasarkan produk melalui strategi pemasaran yang baik. Dengan adanya pengabdian masyarakat melalui sosialisasi ini dapat menjadi tolak ukur dalam mengimplementasikan suatu sistem manajemen dan membangun peningkatan citra dan reputasi desa. Dalam pelaksanaan program kerja selama di lapangan tentu akan disesuaikan dengan tema KKNT yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat akan memberikan dampak yang lebih nyata dan berkelanjutan. Penting bagi mahasiswa untuk berkomunikasi secara intens dengan masyarakat setempat untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang masalah dan kebutuhan yang perlu diatasi.

Sasaran utama dari pengabdian masyarakat ini adalah pelaku UMKM dengan mempertimbangkan bahwa mayoritas masyarakat Desa Subur dalam bidang pedagang belum mampu membuat suatu sistem memasarkan produk untuk usaha mereka. Dengan demikian, perlu adanya sosialisasi dan edukasi bagi pelaku UMKM di Desa Subur agar dapat memberikan penjelasan bagaimana seharusnya strategi pemasaran agar lebih baik.

2. METODE PELAKSANAAN

Pada pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakukan ini menggunakan metode sosialisasi. Sosialisasi dalam konteks pengabdian masyarakat merujuk pada proses di mana individu atau kelompok belajar dan mengadopsi nilai-nilai sosial, pemahaman, dan keterampilan yang dibutuhkan untuk terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Berfokus pada pembentukan sikap, pengetahuan, dan keterampilan yang diperlukan untuk berkontribusi secara positif dalam upaya membangun masyarakat yang lebih baik. Proses ini melibatkan interaksi dengan berbagai pihak terkait di dalam masyarakat, seperti kelompok masyarakat, lembaga pemerintah, organisasi sosial, dan lain sebagainya.

Melalui proses sosialisasi dalam pengabdian masyarakat, individu atau kelompok belajar tentang permasalahan dan kebutuhan masyarakat, memahami bagaimana melibatkan dan memobilisasi masyarakat dalam kegiatan-kegiatan pengembangan masyarakat, serta mengembangkan keterampilan komunikasi, kerjasama, kepemimpinan, dan advokasi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan pengabdian tersebut. Dengan demikian, sosialisasi dalam pengabdian masyarakat bertujuan untuk mempersiapkan individu atau kelompok agar dapat berperan aktif dalam menciptakan perubahan sosial yang positif dan memperbaiki kondisi kehidupan dalam masyarakat yang mereka layanin.

Adapun tahapan yang dilaksanakan, dalam kegiatan sosialisasi ini :

- a) Laporan Ketua Kelompok KKNT FE-UNA tahun 2023 yaitu Ridho Yutama
- b) Kata sambutan oleh Kepala Desa, Ketua UMKM Kecamatan dan Camat Kecamatan Air Joman
- c) Penyajian materi oleh narasumber yaitu Tengku Syarifah SE,M.Si
- d) Interaksi tanya jawab dengan peserta sosialisasi yaitu pelaku UMKM Desa Subur
- e) Foto bersama dan ramah tamah dengan Camat Kecamatan Air Joman, Ketua TP PKK Kecamatan , Ketua UMKM Kecamatan Air Joman, Kepala Desa, Para Kepala Dusun , Pelaku UMKM dan Mahasiswa Peserta KKNT FE UNA Kelompok I Desa Subur.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di Desa Subur, Kecamatan Air Joman dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 10 Oktober 2023 diikuti oleh 40 (empat puluh) peserta yang terdiri dari pelaku UMKM dan masyarakat Desa Subur.

Kegiatan pengabdian difokuskan pada pelaku UMKM untuk mewujudkan kreativitas yang membutuhkan semangat tinggi. Kegiatan sosialisasi memang diperuntukkan bagi kalangan pelaku UMKM, namun tidak menutup kemungkinan bahwa masyarakat non UMKM dapat berperan dalam pengaplikasian gagasan. Dimulai mempertemukan pemangku kepentingan UMKM untuk mendukung mendalam terkait sistem pemasaran. Dapat dilihat dari tingkat apresiasi masyarakat yang menyambut hangat sosialisasi ini dan membuat suasana sosialisasi yang sangat meriah dan berharap mahasiswa KKNT dapat membuat sosialisasi yang berhubungan dengan UMKM lainnya. Terciptanya sistem pemasaran yang baik akan diteruskan kepada masyarakat, sehingga dapat memperbaiki kualitas penjualan dan pendapatan.

Dimulai mempertemukan pelaku UMKM untuk dukungan mendalam terkait strategi pemasaran. Identifikasi sifat bisnis masyarakat melalui diskusi kelompok fokus dan berikan wawasan dan sosialisasi terkait strategi pemasaran produk. Kami berharap peluang usaha yang ada dapat berperan dan menjadi produk pelengkap dalam pengembangan desa dan identifikasi industri kreatif UMKM yang ada. Materi-materi yang disampaikan oleh masing-masing pemateri dikemas sedemikian rupa agar mudah dimengerti serta diimplementasikan pelaku UMKM. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang melibatkan mahasiswa KKNT, pendekatan secara langsung digunakan. Pendekatan ini melibatkan pelaku UMKM secara aktif dalam proses belajar, beradaptasi, dan berintegrasi dengan lingkungan mereka. Mahasiswa KKNT dapat melakukan kolaborasi langsung dengan pelaku UMKM dalam setiap kegiatan, tanpa harus ada perintah khusus. Pendekatan partisipatif langsung ini memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk berbagi pengalaman, mencari solusi bersama, dan menerapkan pengetahuan yang mereka dapatkan secara langsung dalam praktik sehari-hari mereka. Dengan demikian, pendekatan ini dapat meningkatkan efektivitas pengabdian masyarakat dan membantu pelaku UMKM dalam mengembangkan dan mengimplementasikan materi-materi yang disampaikan oleh mahasiswa KKNT.

Objek dalam kegiatan sosialisasi ini adalah produksi jamu pengabdian masyarakat akan fokus pada pembentukan sikap, pengetahuan, dan keterampilan yang berkaitan dengan produksi jamu, pemasaran jamu, dan pengelolaan rumah produksi tersebut. Proses sosialisasi akan melibatkan interaksi dengan pemilik rumah produksi jamu, pekerja atau anggota keluarga yang terlibat dalam produksi jamu, serta masyarakat yang menjadi konsumen atau calon konsumen jamu tersebut.

Dalam sosialisasi, individu atau kelompok yang terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat akan belajar tentang bahan-bahan yang digunakan dalam produksi jamu, proses pembuatan jamu yang baik dan aman, serta penggunaan jamu untuk tujuan kesehatan. Mereka juga akan belajar tentang regulasi yang berkaitan dengan produksi jamu, seperti standar kesehatan dan keamanan yang perlu dipenuhi. Selain itu, sosialisasi akan melibatkan pembelajaran mengenai pemasaran jamu, seperti strategi pemasaran, branding, dan manajemen keuangan yang berkaitan dengan rumah produksi jamu. Hal ini bertujuan agar individu atau kelompok yang terlibat dapat memperluas jangkauan pasarnya, meningkatkan penjualan, dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang manfaat jamu.

Melalui proses sosialisasi tersebut, individu atau kelompok yang terlibat dalam pengabdian masyarakat pada rumah produksi jamu diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan kredibilitas produk jamu, mendapatkan manfaat ekonomi dari usaha produksi jamu, serta memberikan manfaat kesehatan bagi masyarakat yang mengonsumsi jamu tersebut.

A. Proses Kegiatan/Pembahasan

Dari identifikasi awal didapatkan data kondisi geografis desa. Kondisi geografis desa ini terdiri dari beberapa point, yaitu

1. Jumlah penduduk desa subur sampai dengan akhir bulan September adalah 4.625 jiwa, terdiri dari:
 - a) Laki-laki : 2.329 orang
 - b) Perempuan : 2.302 orang
 - c) Dusun/lingkungan : 6 dusun

Jumlah Peserta pelatihan dapat dilihat dalam tabel berikut

Tabel I. Peserta Sosialisasi UMKM Di Desa Subur

No.	Jumlah	Peserta
1.	Tim Penggerak PKK	10 Orang
2.	Pelaku UMKM	40 Orang
	Jumlah	50 orang

Setelah proses identifikasi awal, dilakukan pre test untuk mengetahui kemampuan masyarakat Desa Subur. Instrumen pre-test sebagaimana tampak pada tabel 2.

Kemampuan awal
Bagaimana kemampuan anda dalam memaksimalkan potensi yang juga di desa?
Bagaimana kemampuan anda dalam menciptakan produk baru yang inovatif?
Survei
Apakah anda berminat mengikuti sosialisasi strategi pemasaran ?
Apakah anda pernah mengikuti sosialisasi ini sebelumnya ?
Apakah sosialisasi ini nantinya dapat bermanfaat bagi usaha anda?
Apakah sosialisasi ini dapat anda terapkan dalam kegiatan usaha anda?
Apakah menurut anda sosialisasi ini dapat memotivasi anda untuk mengembangkan usaha anda ke depannya?

Instrumen tersebut dibuat berdasarkan kebutuhan untuk mengetahui kemampuan pelaku UMKM di Desa Subur. Sampel yang digunakan adalah 40 orang pelaku UMKM.



Gambar 1. Laporan Ketua Kelompok KKNT FE-UNA Ridho Yutama Samosir

Sosialisasi Strategi Pemasaran Bagi Pelaku UMKM bekerja sama dengan seluruh perangkat desa, Desa Subur Kecamatan Air Joman. Pelaksanaan kegiatan pada hari Selasa tanggal 10 Oktober 2023 bertempat di Aula Balai Desa Subur Kecamatan Air Joman.



Gambar 2. Penyampaian materi oleh Ibu Tengku Syarifah,SE,M.Si

Kegiatan awal yang dilakukan pada pengabdian masyarakat ini adalah memberikan materi tentang strategi pemasaran produk. Pada kegiatan ini pemateri menyampaikan pengetahuan dasar mengenai pentingnya memiliki jiwa wirausaha, pentingnya menggali potensi ekonomi masyarakat dan memahami serta melaksanakan strategi pemasaran. Perkembangan zaman mengakibatkan ketatnya persaingan. Pelaku usaha harus memiliki produk yang lebih menarik, sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran, dan produk yang unggul dibandingkan pesaingnya, sehingga memberikan kepuasan bagi konsumen.

Adapun materi yang disampaikan oleh pemateri adalah:

1. Pengenalan pentingnya jiwa wirausaha
2. Strategi pemasaran produk
3. Strategi pengembangan usaha
4. Contoh olahan produk yang inovatif
5. Diskusi tentang permasalahan UMKM yang ada di Desa Subur



Gambar 4. Peserta kegiatan pengabdian

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini telah memberikan pengetahuan yang luas dan informasi baru kepada pelaku UMKM Desa Subur supaya menjadi insan yang produktif, kreatif dan inovatif dalam membangun perekonomiannya dan Desa Subur pada umumnya, serta dapat memaksimalkan penggunaan sumber daya yang ada.

Dengan pengetahuan dan informasi baru tersebut, diharapkan pelaku UMKM Desa Subur dapat menjadi insan yang produktif, kreatif, dan inovatif dalam membangun perekonomiannya. Dengan menjadi produktif, kreatif, dan inovatif, pelaku UMKM Desa Subur dapat meningkatkan pendapatan mereka sendiri, menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar, dan berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal.

Disarankan hendaknya pelaku UMKM lebih aktif lagi dalam membuat kegiatan ataupun berpartisipasi dalam kegiatan yang dilaksanakan oleh desa demi membangun desa lebih baik lagi, dan juga kegiatan seperti ini diharapkan akan terus dilakukan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anasari,F., Suyatno, A.,& Astuti, I. (2016). Sistem Pelaporan Terpadu Kuliah Kerja Nyata Berbasid Digital (Studi Kasus: Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mulawarman). *Informatika Mulawarman: Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 10(1).
- Anwas, O. M. (2011). Anwas, Oos M. “Kuliah Kerja Nyata Tematik Pos Pemberdayaan Keluarga Sebagai Model Pengabdian Masyarakat di Perguruan Tinggi. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*.
- Badri, M. (2016). Pembangunan Pedesaan Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Studi Pada Gerakan desa Membangun).*Jurnal Dakwah Risalah*,27(2),62-73.
- Cahyana, R., & Sagala, I. (2017). Model Sistem Perubahan dalam Lingkup Program Sarjana.JAS-PT (Jurnal Analisis Sistem Pendidikan Tinggi Indonesia, 1(1),47-54.
- Darimi, I.(2017). Teknologi Informasi Dan Komunikasi Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Efektif.”*Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*. 1(2),111-121.
- Dien,M.R., & Fitriani, L. (2017).Perancangan Monitoring Absensi Dengan Fingerprint Berbasis Online.*Jurnal Algoritma*, 14(1),82-86.
- Kurniawati, J., & Baroroh, S. (2016). Literasi Media Digital Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Bengkulu. *Jurnal Komunikator*,8(2),51-66.
- Nurhasanah, M., & Mawardi, I. (2020). Penerapan Model Pembelajaran Kuliah Kerja Nyata (KKN) Berbasis Bina Desa dalam Meningkatkan Kemandirian Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 10(1), 1-11.
- Nasution, R. (2020). Pengembangan Model Pembelajaran Kuliah Kerja Nyata (KKN) Berbasis Masyarakat. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(1), 43-54.

Simaremare, F., & Rangkuti, N. R. (2020). Peran Kuliah Kerja Nyata (KKN) dalam Meningkatkan Keterampilan Literasi Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Inovasi Pendidikan Guru Sekolah Dasar*, 5(1), 36-44.

Wulandari, I. R., & Setyaningsih, T. P. (2019). Implementasi Pendekatan Saintifik pada Kuliah Kerja Nyata (KKN) untuk Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kritis Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Matematika*, 13(2), 226-235.