
Sosialisasi Strategi Efektif Pemasaran UMKM Di Kecamatan Biru – Biru Desa Selamat Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara

Dewi Budhiartini Yuli Isnaini¹⁾ | Anwar²⁾ | Renny Lubis³⁾ | Husainah Yusuf⁴⁾

^{1,2,3)}Universitas Amir Hamzah

Budhidewi12@gmail.com | anwar.nuar1963@gmail.com | rennyloebis@gmail.com | rennyloebis@gmail.com

Abstrak: Kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilakukan pada UMKM di Kecamatan Biru - Biru Desa Selamat, Deli Serdang Sumatera Utara ini bertujuan untuk memberikan edukasi strategi pemasaran yang mudah dan murah bagi pelaku UMKM. Memberikan pemahaman tentang pentingnya strategi pemasaran dan kemudahan serta cara pemasaran melalui penggunaan media-media pemasaran yang tepat dan mudah untuk dilakukan sehingga memudahkan konsumen dalam akses informasi dan mendapatkan pelayanan yang nyaman dalam melakukan pembelian. Metode yang dipakai adalah penyuluhan (sosialisasi) dan praktik sederhana dengan handphone untuk mengenalkan aplikasi-aplikasi penjualan online. Hasil kegiatan penyuluhan dalam bentuk sosialisai dan praktek sederhana terkait strategi pemasaran UMKM di Kecamatan Biru - Biru Desa Selamat, Deli Serdang Sumatera Utara relatif berhasil merubah persepsi pengusaha UMKM. Pemasaran biasanya dilakukan secara konvensional, dengan pengenalan strategi pemasaran baru mengikuti perkembangan zaman dengan bantuan teknologi menumbuhkan minat pengusaha UMKM untuk meningkatkan penjualannya. Sehingga memberikan hasil yang lebih baik bagi usaha mereka.

Kata Kunci: Strategi pemasaran, UMKM, Desa Selamat

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau UMKM mengalami perkembangan dalam semua sektor. Perkembangan ini menuntut pelaku UMKM untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menyusun strategi pemasaran yang efektif. Pemasaran mencakup menciptakan hubungan pertukaran muatan nilai dengan pelanggan yang menguntungkan. Karena itu, pemasaran sering disebut dengan proses yang dilakukan perusahaan dalam menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan. Pelaku usaha dalam melakukan proses pemasaran diantaranya adalah bekerja untuk memahami pelanggan, menciptakan nilai unggul bagi pelanggan, membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dan terakhir memulai hasil dari menciptakan nilai unggul bagi pelanggan (Irawan & Sudjoni, 1996). Banyak metode yang diterapkan dalam pemasaran sebuah usaha dengan cara yang bermacam-macam dan metode ini terus berkembang menjadi sesuatu yang baru serta inovatif sehingga produsen dan konsumen mampu bertemu serta berinteraksi melalui media-media pemasaran.

Perkembangan teknologi informasi memaksa para pelaku usaha untuk terus melakukan perbaikan dalam mendorong usahanya untuk dapat berkompetisi termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Salah satunya munculnya internet merupakan fasilitas yang memberi kemudahan bagi penggunaanya dalam memasarkan produk dan jasanya. Internet menjadi media komunikasi efektif, efisien dan murah. Kemajuan teknologi ini

memudahkan para pelaku UMKM menyampaikan informasi ke konsumen terkait produk dan jasa yang ditawarkan dengan cara yang sangat mudah.

Berkembangnya internet banyak hal baru yang timbul dari berkembangnya internet tersebut salah satunya adalah pembelian atau belanja barang ataupun jasa secara online. Internet saat ini dirasa bisa menjadi solusi pemasaran yang sangat bagus karena bisa diakses oleh orang dalam waktu yang tanpa batas dan bisa diakses oleh orang lain darimana saja berada. Penggunaan media internet untuk memasarkan produk dan jasa yang ditawarkan bagi UMKM di Kecamatan Biru - Biru Desa Selamat, Deli Serdang Sumatera Utara masih sangat jarang. Hal itu ditandai dengan masih sulitnya menemukan promosi produk dan jasa UMKM melalui media sosial. Strategi pemasaran masih menggunakan cara yang konvensional, yaitu dengan menggunakan brosur, mengikuti acara-acara bazar, membuka lapak dan promosi dengan cara dari mulut ke mulut. Kondisi ini menyebabkan jangkauan pemasaran kurang luas.

Strategi pemasaran sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM, sehingga kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan edukasi strategi pemasaran yang mudah dan murah bagi pelaku UMKM di Kecamatan Biru - Biru Desa Selamat, Deli Serdang Sumatera Utara dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat bantu untuk dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM dalam memasarkan produk dan jasanya.

Menurut Turban et al (2016) Media sosial dapat didefinisikan sebagai teks online, gambar, suara, dan konten video yang diciptakan oleh manusia dengan menggunakan platform web 2.0 dan alat bantu untuk dapat berinteraksi serta berkomunikasi, pada umumnya digunakan untuk membagikan pendapat, pengalaman, pandangan, dan persepsi. Selain itu, ketika para pelaku UMKM sudah bisa memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk membantu mempromosikan produknya baik barang maupun jasa, para pelaku UMKM juga perlu mempertimbangkan bagaimana menerapkan Strategi promosi online.

Strategi promosi online adalah strategi yang disusun untuk melakukan promosi secara online, dimana salah satunya menggunakan media internet. Online disini berarti terhubung, terkoneksi aktif dan siap untuk berkomunikasi dengan, atau dikontrol oleh komputer. Promosi merupakan koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi persuasi untuk menjual barang dan jasa, atau untuk memperkenalkan suatu gagasan.

Realisasi Kegiatan

Kegiatan yang dilakukan diawali dengan melakukan survey lapangan, dengan melakukan wawancara dengan mitra yaitu Masyarakat Kecamatan Biru - Biru Desa Selamat . Tim pengabdian kemudian merumuskan permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM di Kecamatan Biru - Biru Desa Selamat, Deli Serdang Sumatera Utara , yaitu terutama yang berkaitan dengan pemasaran. Dimana pemasarannya masih banyak yang menggunakan cara konvensional. Pelaku UMKM masih melakukan promosi dari mulut ke mulut, menyebarkan brosur atau mengikuti bazar-bazar. Sehingga jangkauan daerah pemasaran tidak luas, akibatnya perkembangan bisnis UMKM kurang meningkat dengan pesat

Solusi yang ditawarkan dalam kegiatan ini adalah memberikan peningkatan pengetahuan tentang strategi pemasaran. Metode yang disarankan adalah dengan pemanfaatan teknologi dan menggunakan media sosial. Bentuk kegiatan yang diberikan adalah dengan melakukan sosialisasi macam-macam strategi pemasaran, terutama menggunakan media sosial melalui handphone yang nantinya digunakan sebagai alat untuk

mempratekan materi pelatihan seperti menciptakan konten, mendistribusikan konten, membuat timeline konten, mengatur tampilan gambar atau foto dari produk yang akan dipasarkan sehingga dapat digunakan sebagai alat bantu pemasaran digital yang dapat membantu para pelaku UMKM dalam melakukan penyebaran wilayah promosi dan membantu dalam penjualan produk. Selain itu sosialisasi ini juga membahas tentang bagaimana cara memilih dan memanfaatkan media social..

Hasil

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilakukan fakultas bisnis dilaksanakan pada hari Kamis Tanggal 3 Agustus 2023 dimulai pukul 09.30 wib sampai selesai, dengan metode ceramah, diskusi, dan pelatihan. Peserta yang mengikuti kegiatan ini terdiri dari pelaku UMKM sebanyak 20 orang yang memiliki kriteria sesuai dengan persyaratan tim yaitu belum memahami mengenai sistem digital marketing. Peserta 20 orang ini terdiri dari perwakilan UKM kuliner 12 orang, UKM jasa 5 orang, UKM kerajinan tangan 3 orang. Kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan yang runtut dengan dimulai dari pembentukan Tim abdimas hingga penentuan target/peserta yang sesuai dengan persyaratan sampai dengan pelaporan hasil.

Tim pelaksana kegiatan abdimas ini terdiri dari dosen dan mahasiswa aktif dari Universitas Amir Hamzah, sehingga terbentuklah tim dari dosen dosen Universitas Amir hamzah khususnya mahasiswa dari Fakultas Bisnis. Tahap awal pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan Analisa kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi masyarakat. Adapun tujuan mengetahui fenomena atau masalah yang ada di wilayah Desa Selamat Kecamatan Biru-Biru beberapa pelaku UMKM yang belum memahami tentang Strategi Pemasaran. Sehingga dibutuhkannya informasi dan pelatihan mengenai Strategi Pemasaran untuk UMKM.

Adapun target peserta dalam kegiatan ini dengan menentukan kriteria peserta yakni belum mengetahui tentang sistem Strategi Pemasaran untuk pemasaran. Penentuan temanya sendiri berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang berhubungan dengan permasalahan yakni Pemanfaatan Strategi Pemasaran Bagi UMKM.



Gambar 1: Diskusi team PKM Universitas Amir Hamzah dengan pelaku UMKM di Kecamatan Biru - Biru Desa Selamat, Deli Serdang



Gambar 2: Sosialisasi team PKM Universitas Amir Hamzah dengan pelaku UMKM di Kecamatan Biru - Biru Desa Selamat, Deli Serdang



Gambar 3: Photo bersama team PKM Universitas Amir Hamzah di Kecamatan Biru - Biru Desa Selamat, Deli Serdang

Kesimpulan

Dari Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini ada beberapa hal yang dapat direkomendasikan

- a) Perlu dilakukan survey dan penentuan bidang usaha yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi produk atau jasa
- b) Berhubung di Kecamatan Biru - Biru Desa Selamat, Deli Serdang desa ini ada beberapa UMKM yang kualitasnya baik maka perlu dibantu pemasarannya

Disarankan agar kepala desa melakukan musyawarah desa untuk membentuk kepengurusan yang lengkap layaknya organisasi suatu badan usaha. Pengurus semuanya akan lebih baik kalau warga penduduk desa setempat..

Daftar Pustaka

A.M, Morissan. 010.Periklanan komunikasi pemasaran terpadu,Jakarta : Penerbit Kencana

Irawan Faried Wijaya M dan MN Sudjoni, Prinsip- Prinsip Pemasaran. Edisi Pertama. Yogyakarta : BPFE. 1996

Undang-Undang no 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah

Undang-Undang (UU) Nomor 6 tahun 2014 tentang tentang Desa

Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, Dan Transmigrasi Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2015 Tentang Pendirian, Pengurusan Dan Pengelolaan, Dan Pembubaran Badan Usaha Milik Desa