



Penerapan Manajemen Pemasaran Bisnis Online Masyarakat dan Gerakan Pemuda Ansor Kelurahan Pagedangan Kecamatan Pagedangan Tangerang

¹ Angga Pratama, ² Syakhrial, ³ Esti Suntari

Universitas Pamulang

Email: dosen02155 @unpam.ac.id¹, sunant000@gmail.com ², dosen000@unpam.ac.id³

Kata kunci:

Kata kunci : Manajemen Pemasaran dan UKM

Abstrak

Tujuan dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk membantu para pelaku usaha dalam mempromosikan produk UKM di Desa Pagedangan Kecamatan Pagedangan tangerang. Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan tahap persiapan dan survei lapangan. Tahap survei ini dimulai dengan berdiskusi langsung bersama warga di Desa Dan Pemuda Ansor Pagedangan Kecamatan Pagedangan tangerang 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 Desa Dan Pemuda Ansor Pagedangan Kecamatan Pagedangan tangerang mengenai manajemen pemasaran sebelum kegiatan PKM mayoritas berada di kategori kurang memahami. Setelah kegiatan PKM dilaksanakan dan pemaparan materi disampaikan, diketahui bahwa pengetahuan peserta mengenai manajemen pemasaran setelah disampaikan semakin meningkat.

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. Pada tahun 2016 Presiden RI, Joko Widodo menyatakan UMKM yang memiliki daya tahan yang tinggi akan mampu untuk menopang perekonomian negara, bahkan saat terjadi krisis global. “Pemerintah sadar betapa pentingnya pengembangan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah”. Maka diperkirakan dari tahun 2014 sampai 2016 jumlah UMKM lebih dari 57.900.000 unit dan pada tahun 2017 jumlah UMKM diperkirakan berkembang sampai lebih dari 59.000.000 unit (Depkop, 2017). Di Indonesia, keberadaan UMKM dapat menjadi penopang perekonomian nasional. Hal ini ditunjukkan oleh populasinya sebagai pelaku

usaha terbesar, serta kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja, Strategi pemasaran merupakan salah satu cara dalam mengenalkan produk kepada konsumen, dan hal ini menjadi penting karena akan berhubungan dengan laba yang akan dicapai oleh perusahaan. Strategi pemasaran akan berguna secara optimal bila didukung oleh perencanaan yang terstruktur baik dalam segi internal maupun eksternal perusahaan. Menurut Kotler (2015) strategi pemasaran harus dibangun berdasarkan tiga langkah utama dalam pemasaran bersasaran yaitu STP (*Segmentation, Targeting, dan Positioning*). Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UKM di Desa Pagedangan Kecamatan Pagedangan tangerang disamping dana yang kurang 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 Pagedangan Kecamatan Pagedangan tangerang Bukan hanya itu, Permasalahan lain adalah minimnya pengetahuan pelaku UKM tentang manajemen bisnis yang baik. Adapun beberapa hal yang dilakukan oleh tim dalam kegiatan pengabdian ini adalah memberikan sosialisasi pemahaman bagaimana cara melakukan strategi pemasaran yang baik pada pelaku UKM.

A. Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat

Tujuan dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk membantu para pelaku usaha dalam memberikan pelatihan strategi pemasaran UKM di Desa Pagedangan Kecamatan Pagedangan tangerang

B. Manfaat Pengabdian kepada Masyarakat

Dengan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memperoleh bantuan tenaga dan pikiran untuk merencanakan serta melaksanakan promosi usaha atau bisnis.
2. Meningkatkan cara berfikir, bersikap dan bertindak sehingga siap menerima dan berpartisipasi dalam promosi usaha atau bisnis.
3. Memperoleh cara-cara baru yang dibutuhkan untuk merencanakan, merumuskan dan melaksanakan promosi usaha atau bisnis

Metode

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 Pagedangan Kecamatan Pagedangan. Sosialisasi tersebut berupa pemamparan materi kepada mitra terkait permasalahan yang dihadapi mitra. Materi yang akan disampaikan diharapkan dapat memberikan peningkatan pengetahuan 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.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pemaparan materi berupa seminar yang disampaikan oleh empat pemateri atau nara sumber. Empat narasumber berasal dari tim dosen PKM UNPAM. Di sela-sela penyampaian materi, pemateri mengadakan interaksi secara

langsung dengan peserta, yakni menanyakan usaha apakah yang kira-kira akan mereka jalani jika akan membuka usaha. Peserta terlihat antusias. Setelah materi selesai disampaikan, diadakan selingan untuk menghibur para peserta sebelum melanjutkan materi berikutnya. Tim menampilkan tayangan berupa video yang berhubungan dengan materi perencanaan usaha untuk melihat respon peserta. Kemudian dilanjutkan dengan permainan yang menggiring peserta kepada pemikiran tentang bisnis apa yang akan mereka lakukan nanti.

Adapun pelatihan yang sudah dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Pelatihan Pada tanggal 26 Maret 2022

Pada pelatihan sesi pertama ini dilakukan penyampaian materi tentang bagaimana cara membuat desain produk yang menarik dan menyampaikan materi mencari lokasi yang strategis bagi pelaku usaha. Desain kemasan produk merupakan salah satu faktor penting yang dapat menguatkan *branding* bisnis dalam persaingan yang semakin ketat. Desain kemasan yang menarik dan berkualitas menjadi pembeda antara *brand* yang kita dengan kompetitor. Desain *packaging* unik dan menarik tentunya menerapkan beberapa hal penting yang bisa memengaruhi sukses atau tidaknya sebuah bisnis.

2. Pelatihan Pada tanggal 27 Maret 2022

Pada pelatihan sesi kedua ini dilakukan penyampaian materi tentang membuat konten promosi yang mudah di ingat oleh pelanggan. Untuk membuat konten yang berkualitas, satu hal yang perlu kita ketahui adalah apa yang sedang menjadi trend di mesin pencari google. Untuk mengetahui hal ini, kita dapat mencari tahunya melalui Google Trends. Cobalah untuk mengakses trends.google.com, dan lihat apa yang sedang menjadi bahan perbincangan saat ini. Setelah kita mengetahui tren topik yang sedang diperbincangkan oleh masyarakat, langkah selanjutnya adalah memilih dan menyesuaikan tren yang cocok dengan bisnis Anda. Setelah konten telah dibuat, langkah selanjutnya adalah untuk mendistribusikannya. Distribusi konten dapat dilakukan melalui sosial media, website, blog, dan channel promosi lainnya. Pastikan Anda mendistribusikan konten yang dibuat secara rutin agar lebih banyak *audiens* yang didapatkan. Selanjutnya dilakukan penyampaian materi bagaimana cara mendistribusikan produk sehingga bisa sampai ke pelanggan dan pemasaran *online*. Mendistribusikan barang merupakan salah satu jantung dalam berbisnis. Mengetahui pola – pola distribusi dapat membuat kita mampu meningkatkan penjualan hingga beberapa kali lipat.

Kesimpulan

Pengetahuan peserta dalam hal ini warga di Pagedangan Kecamatan Pagedangan 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.

Daftar Pustaka

Boone, Louis E. Kurtz, David L. 2008. *Pengantar Bisnis Kontemporer, buku 1*. Salemba Empat. Jakarta.

- Darmadi, & Setiawan, R. (2020). Analisis Implementasi Global Vision Melalui Straregi Pemasaran Perusahaan Roti Maulana Bakery Yang Berimplikasi Pada Daya Saing. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(2), 316–325.
- Darmadi, D. (2020). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Indomaret Cabang Kelapa Dua Gading Serpong Kabupaten Tangerang. *JIMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 3(3), 240–247. <https://doi.org/10.32493/frkm.v3i3.5140>
- Kurniawan, W., Afriliani, F., Soffiatun, S., Hakim, L., & Hidayati, T. (2021). Pelatihan Digital Marketing pada Penerbit CV Pena Persada. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(2), 9-14.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Sari, R., Suryani, N. L., Setiawan, R., Darmadi, & Susanto, N. (2020). Pengelolaan Sumber Daya Manusia Dalam Meningkatkan Produktivitas Pada Ukm Kelurahan Pagedangan Kabupaten Tangerang-Banten Ratna. *Dedikasi Pkm Unpam*, 1(3), 93–97.
- Solihin, D., Susanto, N., Setiawan, R., Ahyani, & Darmadi. (2020). Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Kelurahan Paninggilan Utara Ciledug. *Abdi Laksana Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1 No. 3(September), 351–355.
- Suryani, N. L., Sari, R., Setiawan, R., Susanto, N., & Pamulang, U. (2021). *KECAMATAN PAGEDANGAN KABUPATEN TANGERANG*. 2(2), 2018–2021.
- Stanton, W. J. (2012). Prinsip Pemasaran, Alih Bahasa: Yohanes Lamarto. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Surdyanto, A., Kurniawan, W., Kuncoro, I. W., & Hidayati, T. (2020). Pelatihan Editing Bahasa Inggris Dengan Grammarly Dan Layout Dengan Ms Word Pada Penerbit CV Persada. *JAMAICA: Jurnal Abdi Masyarakat*, 1(3), 168-174.
- Hidayati, T., Kurniawan, W., Ikasari, I. H., Handayani, I., & Noviana, W. (2021). Pengenalan Etnomatematika Dalam Kajian Nusantara. *KOMMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 74-80.