



Penerapan Strategi Pemasaran Berbasis *Mobile* dalam Masa *New Normal* pada Usaha Mikro Sembako Binaan Barisan Muda Betawi di Desa Ciseeng, Kecamatan Ciseeng, Kabupaten Bogor

Lindawati ¹, Wulandari Cahyani Putri ², Syamsul Mu'arif ³

Universitas Pamulang

Email: dosen02248@unpam.ac.id, dosen02274@unpam.ac.id, dosen000@unpam.ac.id

Kata kunci:	Abstrak
Strategi Pemasaran Dan Pengembangan Usaha Sembako	Kegiatan pengabdian dilaksanakan bertujuan untuk menambah pengetahuan dalam bentuk pelatihan kepada para pelaku usaha sembako di sekitar Desa Ciseeng, Kec Ciseeng, Kab Bogor sehingga memudahkan untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. Metode kegiatan yang digunakan adalah bekerjasama dengan kelompok Barisan Muda Betawi (BMB) dengan para pelaku usaha sembako binaan dari kelompok Barisan Muda Betawi (BMB) di Desa Ciseeng, Kec Ciseeng, Kab Bogor, dengan menganalisis permasalahan yang ada dan peningkatan pengetahuan dan pemahaman akan strategi pemasaran dengan memanfaatkan telepon genggam (HP) sebagai media untuk menambah pendapatan dan pelanggan yang dapat dikembangkan dan mampu melayani konsumen melalui proses strategi pemasaran yang baik di tempat tersebut sehingga dapat memberikan solusi yang tepat dalam memotivasi para pelaku usaha sembako binaan kelompok Barisan Muda Betawi (BMB) di Desa Ciseeng, Kec Ciseeng, Kab Bogor. Hasil dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menunjukkan antusias para pelaku usaha sembako binaan kelompok Muda Betawi (BMB) dalam mengembangkan bisnis usaha sembako nya dan telah dipraktekkan, serta pemahaman akan proses strategi pemasaran, dengan bagaimana meningkatkan pemasaran toko sembako dan mencari pelanggan melalui kebutuhan dan keinginan dari konsumen, maka kami memberikan pelatihan dalam bentuk materi dan praktek yang bertujuan mengembangkan kemampuan untuk meningkatkan produktivitas bagi para pelaku usaha sembako dengan solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan memberikan penyuluhan atau pelatihan yang perlu dilakukan secara berkelanjutan sehingga dapat memberi mereka bekal dalam menghadapi masa new normal setelah pandemi covid-19, di samping itu memberikan tambahan ilmu kepada para pelaku usaha sembako tentang pentingnya memahami Strategi pemasaran.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang kian hari semakin pesat berhasil membawa berbagai perubahan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia saat ini, contohnya seperti dalam

bidang budaya, politik, sosial, dan ekonomi. Dalam perkembangannya, teknologi berbasis internet memberikan dampak terhadap dunia bisnis. Selain itu, dengan perkembangan teknologi menciptakan peluang bisnis yang besar. Perkembangan bisnis saat ini disebabkan oleh perubahan pola pikir konsumen yang dinamis. Dengan dasar inilah maka dapat dikatakan bahwa kegiatan pemasaran sangat dibutuhkan oleh setiap organisasi atau perusahaan sebagai ujung tombak bagi kehidupannya, baik bagi organisasi yang berorientasi laba maupun nirlaba. Adanya kegiatan pemasaran diharapkan dapat mendukung tercapainya kemajuan dan tujuan perusahaan itu sendiri. Penggunaan media sosial merupakan salah satu media saluran untuk memasarkan produk. Cukup banyak pelaku usaha mikro memanfaatkan media sosial ini. Sosial media yang cukup populer adalah Facebook, Instagram dan Whatsapp, dimana merupakan media yang cukup mudah dan banyak digunakan oleh kalangan masyarakat. Unggah foto atau unggah video produk ke media sosial, hingga pemberian konten menarik dilakukan oleh beberapa usaha Mikro yang ada di Jakarta. Banyaknya pelaku usaha Mikro yang mulai aktif menggunakan media sosial dalam memasarkan produknya, diperlukan untuk pemberian cara dalam menerapkan pemasaran digital khususnya melalui media sosial. Warga Ciseeng Bogor Jawa Barat merupakan salah satu dari beberapa toko sembako sejenis binaan Barisan Muda Betawi (BMB) yang mencoba untuk menangkap peluang bisnis tersebut sebagai usaha mencapai tujuan perusahaan mencari profit atau keuntungan. Warga Ciseeng Bogor Jawa Barat berdiri pada tahun 2000 yang berlokasi di Desa Ciseeng, Kec Ciseeng, Kab Bogor dan terus mengalami perkembangan yang cukup pesat sampai saat ini. Tingginya persaingan yang terjadi dalam pasar penjualan sembako yang ada di Kota Tangerang Selatan, mengharuskan Toko Maju Jaya memiliki strategi bersaing yang lebih efektif, salah satunya dengan meningkatkan strategi pemasaran. Dengan tujuan agar Toko Maju Jaya dapat menguasai pangsa pasar yang lebih luas.

Metode

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini berupa kombinasi berupa metode analisis yang dilaksanakan secara bersama antara tim Pengabdian dengan Mitra UKM Warga Ciseeng Bogor Jawa Barat. Metode yang mengikutsertakan mitra tersebut disebut juga dengan metode partisipatif. Adapun digunakannya metode ini adalah agar Mitra juga memberikan kontribusi dalam peningkatan kinerja usahanya. Dengan demikian, diharapkan luaran kegiatan yang dihasilkan dapat dimanfaatkan dengan baik serta berkelanjutan oleh Mitra.

Adapun tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terdiri atas:

- a. Tahap persiapan, pada tahap ini selain mengurus perijinan awal, tim pelaksana melakukan survei awal kepada Mitra untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam. Hasil survei termasuk pada diperolehnya permasalahan Mitra yang perlu segera diselesaikan. Untuk menyelesaikan permasalahan ini, maka dilakukan persiapan-persiapan untuk melakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan kepada Mitra. Tahap persiapan ini juga dilakukan agar Mitra dan pihak terkait lainnya mendukung sepenuhnya program PKM ini.
- b. Tahap pelaksanaan (pelatihan dan pendampingan)
Kegiatan yang akan dilaksanakan pada program PKM ini yaitu:
 - 1) Pelatihan dan pendampingan penguatan tentang pemahaman strategi pemasaran berbasis mobile pada toko sembako Maju Jaya.
 - 2) Pelatihan dan pendampingan peningkatan kualitas pelayanan dan tambahan produk, dan harga.

- 3) Pelatihan dan pendampingan penggunaan telepon seluler (mobile) dalam melaksanakan aktifitas Warga Ciseeng Bogor Jawa Barat dan perbaikan kualitas pelayanan toko.
- 4) Pelatihan dan pendampingan berpromosi serta menggunakan pemasaran media social berbasis mobile sebagai wadah promosi.

Metode kegiatan pada Pengabdian Kepada Masyarakat ini di mulai dengan penyampaian materi dan diskusi dilakukan sebelum kegiatan akan dimulai, sehingga ada koordinasi antara tim pengabdian dengan mitra, kemudian tim pengabdian akan melakukan praktek langsung penggunaan HP sebagai media pemasaran sosial.

Pada kegiatan penyampaian materi dan diskusi, tim pengabdian juga memberikan penjelasan mengenai jenis jenis pemasaran digital yang dapat dilakukan dengan menggunakan HP sebagai media pemasaran.

Hasil dan Pembahasan

Pelatihan ini menitik beratkan dan berfokus pada peningkatan kemampuan pelaku usaha UMKM Warga Ciseeng Bogor Jawa Barat untuk mampu memanfaatkan telepon genggam (HP) sebagai media strategi pemasaran sosial media dari mencari pelanggan baru hingga memasarkan produk dan melayani pelanggan dengan pemanfaatan social media.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di atas maka dapat disimpulkan bahwa Warga Ciseeng Bogor Jawa Barat telah memahami dan mempraktekan teknik dan cara mengaplikasikan telepon genggam (HP) sebagai media strategi pemasaran digital untuk mempromosikan usaha nya guna menambah pelanggan dan pendapatan informasi di masa new normat setelah pandemic Covid-19 dan juga agar pelaku usaha sembako ini tetap nyata keberadaan nya dan tidak kalah bersaing dengan pelaku usaha sejenis. Kegiatan pengabdian dilaksanakan bertujuan untuk menambah pengetahuan dalam bentuk pelatihan kepada para pelaku usaha sembako di sekitar Jalan Otista, kecamatan Ciputat, Tangerang Selatan sehingga memudahkan untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen.

Daftar Pustaka

- AAker, David A. Manajemen Pemasaran Strategis. 8th ed. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Alma, Buchari. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. 6th ed. Bandung: Alfabeta, 2004.
- Banjaransari, Yudhi Gumbiro. "Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Funk, Tom. Advance Social Media Marketing. New York: SPi Global, 2013
- 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.