



PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PRODUK HASIL PEMANFAATAN LIMBAH RUMAH TANGGA PADA FORUM KOMUNIKASI MUSLIMAH INDONESIA YANG BERADA DI FORUM KOMUNIKASI MUSLIMAH INDONESIA YANG BERADA DI MALAYSIA

Endang Nurita ¹ Dewi Lestari ², Arman Syah ³

Universitas Pamulang

Email: dosen01997@unpam.ac.id, dosen000@unpam.ac.id, dosen000@unpam.ac.id

Kata kunci:

Setretegi Pemasaran dan Limbah Rumah Tangga

Abstrak

Tujuan dilaksanakannya pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk membantu para pelaku usaha dalam mempromosikan produk UKM di Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Malaysia . Sampah adalah sesuatu bahan atau benda padat yang sudah tidak dipakai lagi oleh manusia, atau benda padat yang sudah tidak digunakan lagi dalam kegiatan manusia dan dibuang. Menurut penulis bahwa sampah rumah tangga yang dihasilkan dapat memiliki nilai ekonomi apabila masyarakat mampu mengelola jenis sampah yang dihasilkan dalam kehidupan sehari-hari, tidak hanya di dalam rumah tetapi juga ruang lingkup perumahan yang ditempati oleh masyarakat. Tujuan dari diadakannya Pengabdian Kepada Masyarakat untuk membantu para pelaku usaha di Bank Sampah Teratai mempromosikan produk hasil pemanfaatan limbah. Metode kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan tahap persiapan dan survei lapangan. Tahap survei ini dimulai dengan berdiskusi langsung bersama Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Malaysia di Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Malaysia 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 Menjelaskan bagaimana cara membuat produk yang menarik, mencari lokasi yang strategis bagi pelaku usaha ,membuat konten promosi yang mudah di ingat oleh pelanggan Dan bagaimana cara mendistribusikan produk sehingga bisa sampai ke pelanggan. Pemasaran online. Solusi pemecahan masalah dilakukan dengan mengadakan sosialisasi dan pelatihan berupa penerapan strategi pemasaran produk hasil pemanfaatan limbah yang dilakukan oleh para pengabdian kepada masyarakat Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Malaysia agar mereka mampu meningkatkan kemandirian ekonomi dan profesionalisme dalam berwirausaha. Sosialisasi dengan memberikan materi tentang Strategi Pemasaran, Penetapan Strategi Pemasaran dan Perencanaan Strategi. Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan produsen barang atau jasa secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar secara berkesinambungan. Penyusunan rencana usaha secara menyeluruh dilandasi oleh strategi pemasaran.

Pendahuluan

Sampah adalah sesuatu bahan atau benda padat yang sudah tidak dipakai lagi oleh manusia, atau benda padat yang sudah tidak digunakan lagi dalam kegiatan manusia dan dibuang Menurut penulis bahwa sampah rumah tangga yang dihasilkan dapat memiliki nilai ekonomi apabila masyarakat mampu mengelola jenis sampah yang dihasilkan dalam kehidupan sehari-hari, tidak hanya didalam rumah tetapi juga ruang lingkup perumahan yang ditempati oleh masyarakat. Bisnis daur ulang sampah melalui bank sampah dinilai cukup potensial. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM terdapat 4.000 bank sampah yang mengumpulkan sampah rumah tangga untuk dipisahkan berdasarkan jenisnya dan didaur ulang menjadi produk craft atau pupuk siap jual. Menurut Hasan Djauhari selaku Staf Ahli Menteri Koperasi dan UKM bidang Ekonomi Makro, Potensi bisnis bank sampah tersebut dapat dikembangkan menjadi bisnis yang bernilai jual tinggi. Mengingat banyaknya manfaat yang bisa didapatkan dari sampah yang telah diolah menjadi produk kerajinan ataupun pupuk, hingga mencapai Rp. 18 Miliar. Tempat pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Malaysia . Dimana pengabdian kepada masyarakat ini dikhususkan pada pelaku usaha dibidang pemanfaatan limbah. Tujuan dari Pengabdian Kepada Masyarakat Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Malaysia yaitu ingin memberdayakan masyarakat, menyelamatkan bumi, dan meningkatkan ekonomi. Usaha pemanfaatan limbah Masyarakat Desa Cicalengka ini masih mengandalkan manajemen usaha yang berbasis pada usaha rumahan yang dikelola secara pribadi dan belum ada paguyuban usaha yang bisa memayungi permasalahan dan pengembangan usaha yang lebih maksimal. Strategi pemasaran adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan yaitu produsen barang atau jasa secara berkesinambungan untuk memenangkan persaingan pasar secara berkesinambungan. Penyusunan rencana usaha secara menyeluruh dilandasi oleh strategi pemasaran. Menurut Philip Kotler, “Strategi Pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran”. Berdasarkan beberapa teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa Strategi Pemasaran adalah suatu rangkaian upaya yang dilakukan oleh perusahaan dalam rangka mencapai tujuan tertentu, karena potensi untuk menjual proposisi terbatas pada jumlah orang yang mengetahui hal tersebut. Proses ini merupakan bagian dari kegiatan penciptaan dan penyampaian nilai kepada konsumen yang tujuan akhirnya adalah kepuasan konsumen. Dalam dunia usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) segmentasi menjadi sangat penting dilakukan terlebih setelah persaingan semakin meningkat. Segmentasi berperan penting dan menjadi dasar bagi perusahaan (UMKM) untuk menentukan target dan memosisikan produknya (positioning product) agar berbeda dengan pesaingnya. Permasalahan yang dihadapi oleh Masyarakat Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Malaysia disamping dana yang kurang adalah masih sulitnya 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 Masyarakat Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Malaysia .

Bukan hanya itu, Permasalahan lain adalah minimnya pengetahuan Masyarakat Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Malaysia tentang manajemen bisnis yang baik. Banyak pelaku UKM hanya fokus memproduksi barang, tanpa memikirkan bagaimana strategi ekspansi bisnisnya lebih besar lagi. Akibatnya, masyarakat kesulitan dalam meningkatkan level bisnisnya. Usaha yang mereka jalankan tidak berkembang dan omzet yang didapat tidak mengalami kenaikan. Kegiatan pemasaran belum berjalan dengan baik, aspek pengemasan masih sangat sederhana karena belum ada pengepakan (packaging) yang menarik dan belum ada label, atau merek dalam bungkusnya. Padahal unsur merek merupakan faktor manajemen pemasaran yang paling penting.

Metode

Adapun metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan usaha ini adalah pengumpulan data yang dilakukan secara langsung di lapangan (objek penelitian). Teknik ini digunakan beberapa instrumen:

1.Observasi (pengamatan)

Observasi yaitu cara menghimpun bahan-bahan keterangan yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena yang sedang dijadikan sebagai sasaran. Observasi yang dilakukan adalah observasi berstruktur yaitu pengamatan yang dilakukan setelah peneliti mengetahui aspek-aspek apa saja yang ada pada objek yang diteliti yang relevan dengan masalah dan tujuan penelitian, dalam hal ini peneliti terlebih dahulu merencanakan apa-apa saja yang akan diamati. Untuk menyempurnakan aktivitas pengamatan, peneliti harus mengikuti kegiatan keseharian yang dilakukan informan dalam waktu tertentu, memperhatikan apa yang terjadi, mendengarkan apa yang dikatakannya, mempertanyakan informasi yang menarik, dan mempelajari dokumen yang dimiliki.

2.Interview (wawancara)

Interview yaitu sebuah percakapan antara dua orang atau lebih yang pertanyaannya ditunjukkan oleh peneliti kepada subjek atau sekelompok subjek penelitian untuk dijawab. Metode yang dilakukan dalam wawancara ini adalah dengan menggunakan metode wawancara semiterstruktur yaitu peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan terlebih dahulu dengan pelaksanaan lebih bebas. Dalam arti tidak menutup kemungkinan untuk muncul pertanyaan baru yang masih relevan agar mendapatkan pendapat dan ide dari sumber secara lebih luas.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah bekerjasama dengan Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Malaysia ciseeng Bogordan mencari permasalahan yang ada di tempat tersebut sehingga dapat memberikan solusi yang tepat dalam memotivasi sebagai UKM Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Malaysia Setelah di analisis maka kami memberikan pelatihan dalam bentuk materi dan praktek dalam mengembangkan kemampuan manajerial kepada para anggota UKM Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Malaysia ciseeng Bogor.

Tahap-tahap dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian sebagai berikut:

- a. Melakukan survei lokasi yang menjadi obyek PKM yaitu pada pelaku usaha UMKM Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Malaysia ciseeng Bogor.
- b. Melakukan wawancara awal secara mendalam (indepth interview) dengan Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Malaysia ciseeng Bogortentang rencana pelaksanaan kegiatan PKM.
- c. Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Malaysia ciseeng Bogormenentukan waktu, tempat dan calon peserta untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan kemudian membagikan undangan kepada pelaku usaha UMKM untuk hadir mengikutinya.

Kesimpulan

Pengetahuan peserta dalam hal ini Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Malaysia di Forum Komunikasi Muslimah Indonesia Yang Berada Di Malaysia 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

- Dosenpendidikan.co.id. 2021. Pengertian Strategi Menurut Para Ahli di <https://www.dosenpendidikan.co.id/strategi-adalah/> (di akses 3 Maret).
- M. Prawiro. 2018. Strategi Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, Konsep, dan Contohnya di <https://www.maxmanroe.com/vid/marketing/pengertian-strategi-pemasaran.html> (di akses 3 Maret).
- Kotler. P., & Armstrong. G. (2016), Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Kotler. P., & Keller. K. L. (2016), Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Wikipedia.org. 2020. Strategi Pemasaran di https://id.wikipedia.org/wiki/Strategi_pemasaran (di akses 3 Maret)
- Sari, R., Suryani, N. L., Setiawan, R., Susanto, N., & Darmadi. (2020). *Meningkatkan Produktivitas Pada Ukm Kelurahan Pagedangan Kabupaten Tangerang-Banten*. 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.