

Optimalisasi Strategi Pemasaran untuk Penguatan Kelompok UMKM Desa Karangtalun Kabupaten Kediri

by Itot Bian Raharjo

Submission date: 31-Jan-2023 11:09AM (UTC+0800)

Submission ID: 2003016599

File name: 202-Article_Text-574-1-10-20221227.pdf (293.94K)

Word count: 2305

Character count: 14818



OPTIMALISASI STRATEGI PEMASARAN UNTUK PENGUATAN KELOMPOK UMKM DESA KARANGTALUN KABUPATEN KEDIRI

Restin Meilina¹, Ema Nurzainul Hakimah², Gesty Ernestivita³, Itot Bian Raharjo⁴, Alif Okky

Fadilah⁵

¹Universitas Nusantara PGRI Kediri
restin@unpkediri.ac.id

² Universitas Nusantara PGRI Kediri
⁴ emahakimah@unpkediri.ac.id

³ Universitas Nusantara PGRI Kediri
gesty@unpkediri.ac.id

⁴ Universitas Nusantara PGRI Kediri
itotbian@unpkediri.ac.id

⁵ Universitas Nusantara PGRI Kediri
oki2jeli@gmail.com

ABSTRAK

Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk dapat mencapai keberhasilan suatu usaha baik usaha besar maupun usaha kecil. Sebaik apapun produk yang dihasilkan jika tidak disertai strategi pemasaran yang baik, maka tidak akan mendapatkan hasil yang optimal. Salah satu penyebab lambatnya perkembangan UMKM di Indonesia adalah kurangnya kemampuan atas pemasaran dan promosi. Oleh karena itu, pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini dilakukan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan pada kelompok UMKM desa Karangtalun tentang manajemen pemasaran dan strategi pemasaran agar usaha yang dimiliki semakin kuat dan berkembang sehingga mampu memajukan perekonomian di Indonesia. Pelatihan disertai dengan praktik dan penugasan untuk perumusan strategi pemasaran usaha tiap peserta. Hasil pelatihan dan penugasan menunjukkan peserta mampu memahami materi yang diberikan sehingga memiliki kompetensi meliputi pengetahuan, ketrampilan, dan sikap dalam perumusan strategi pemasaran.

Kata Kunci: Manajemen Pemasaran, Strategi Pemasaran, UMKM, PkM

ABSTRACT

The marketing strategy has an important role in achieving the success of a business, both large and small businesses. No matter how good the product is, if it is not accompanied by a good marketing strategy, it will not get optimal results. One of the reasons for the slow development of MSMEs in Indonesia is the lack of marketing and promotion skills. Therefore, community service (PkM) is carried out to provide training and assistance to the Karangtalun village MSME group regarding marketing management and marketing strategies so that the business owned is stronger and developing so as to be able to advance the economy in Indonesia. The training is accompanied by practice and assignments for the formulation of business marketing strategies for each participant. The results of the training and assignments show that participants are able to understand the material provided so that they have competence including knowledge, skills and attitudes in formulating marketing strategies.

Keywords: Marketing Management, Marketing Strategy, MSME, PkM

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran penting dan strategis dalam perekonomian di berbagai negara (Mait et al., 2022) melalui penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat serta berperan dalam tercapainya stabilitas keuangan nasional (Anjayani & Febriyanti, 2020). Perkembangan UMKM semakin meningkat dari waktu ke waktu. Di Jawa Timur terdapat 9,78 juta UMKM yang terdaftar (Noorca, 2022). Meningkatnya jumlah UMKM di Jawa Timur dikarenakan dukungan dari Pemerintah Provinsi Jawa Timur dalam upaya membangkitkan kembali perekonomian di Jawa Timur yang menurun pasca Pandemi Covid-19 dengan memberikan fasilitas yang diperlukan pelaku UMKM. Di Kediri jumlah UMKM juga terus meningkat, pada akhir 2020 tercatat sejumlah 5.070 dan tahun 2021 sebanyak 5.808 usaha (Chusna, 2022). Usaha yang banyak mengalami peningkatan di sektor makanan, minuman, kerajinan, dan usaha yang bergerak dalam hal penyediaan kebutuhan dasar atau primer. Peningkatan jumlah UMKM seharusnya disertai dengan perluasan akses pasar. Namun kenaikan harga Bahan Bakar Minyak (BBM) pada september 2022 mendorong kenaikan harga barang-barang kebutuhan pokok lain sehingga menurunkan daya beli masyarakat, ditambah lagi dengan kurangnya kemampuan UMKM melakukan pemasaran dan promosi yang akhirnya melemahkan UMKM di Indonesia (Andri, 2019). Kedua masalah ini juga terjadi pada kelompok UMKM Desa Karang Talun.

Kelompok UMKM Desa Karangtalun memiliki 50 anggota yang aktif menjalankan usahanya masing-masing. Namun, sejauh ini belum ada yang mengalami perkembangan yang signifikan. Berdasarkan hasil survey awal diketahui bahwa sebagian besar anggota kelompok UMKM Desa Karang Talun masih belum memahami pengelolaan usaha termasuk dalam pemasaran. Berikut hasil survey terkait pemasaran yang telah dilakukan:

Tabel 1. Pemasaran yang Telah Dilakukan Kelompok UMKM Desa Karang Talun

Nama	Usaha yang dimiliki	Wilayah Pemasaran
Anis Fitriyah	Catering..ayam bakar bumbu rempah	Lokalan saja
Yuliatin	Catering, Aneka Kuker , Cake Tart,	Disekitaran wilayah kediaman
Siti Musa'adah	Gula Ceplek	Kediri,tulungagung
Sri Indrawati	Gorengan	Sekitar desa karang talun saja
Dwi Nur Fitriani	Percetakan Sablon	Sekitar kab kediri
Anis Suci Mariyati	Kembang Goyang	Kediri
Sumiati	Jual pentol dan es blender	Di rumah
Musidah	Toko barokah (sembako)	Lingkungan
Lilis choirul nisa'	Kuker bamer	Kediri, Tulung agung
Siti amanah	Jualan syr Mateng „sama botok2	Saya keliling didesa .sama tetangga desa
Siti kholifah	Lolyta snack house	Kediri-tulung agung
Siti saropah	Paper bag	Kediri&tulung agung
Ratnasari	Kue dan roti	Dari desa sendiri dan luar desa
Endang solikhathi	Jualan pentol kuah	Hanya 1 tempat
Istiqomah	Tanaman hias	Seluruh indonesia
Retno Ambarwati	Keripik usus. Keripik singkong.	Toko kelontong dan angkringan
Sulaimah	Opak gambir, Kembang goyang	Di sekitar desa tempat tinggal
Masr'ah	Warung...	Desa Karang talun kras kediri
Mar'atul jamilah	Sate usus	Pasar, dan tukang sayur keliling.
ELIZABETH	Produksi Minuman	Wilayah Desa dan Kecamatan
Purna Irawan	Mebel	Di desa kadang luar desa
Jumilah	Gorengan	Jabang
Tutik rahayu	Catring ayam loddho	Disekitar lingkungan dan desa "
St maratussholihah	Jualan kentaky	Ada 2tempat
Lailatul badriyah.	Corn chips	Karang talun,jabang,mojosari.
ENI WIJAYANTI	DAGANG SAYUR DAN BUAH	PASAR, PABRIK, KELILING
Dwi Ludyani	berdagang pentol & es	di depan rumah
Tutik rahayu	Catring	Lingkungan antar desa
Yayuk supantari	Jual kue basah	Pasar dan rumah rumah
Misnasari	Toko mracang	Di rumah
Binti Suwaibatul Aklina	Cecek dan kerupuk rambak	Tulungagung
Siti Munawaroh	Temulawak,keripik pisang	Karangtalun
Siti indasah	Roti dan kue	Desa sekitar dan kota lain
Nila	Brownies	Desa
Dara	Jualan tape	Sekitar tempat tinggal
Endang Ismiati	Isi ulang air minum	Di kec. Kras
Khoirul khotijah	Jenang ,roti	Onlen ,di pasar
Siti Mudayanah	Pracangan / dagang.	Di sekitar rumah
Anita widya Sari	warung makan mie ayam, bakso,rujak ulek	sekitar rumah
Indra Lady Saraswati	Aneka kuker	Di sekitaran wilayah kediaman
Fulan Nur Khowatim	OPAK GAMBIR SNACK	TULUNGAGUNG - BLITAR - KEDIRI
Sriastutik	Angkringan	Desa sekitar /desa lain

Sumber: data primer, 2022

Berdasarkan data tersebut, diketahui bahwa sebagian besar anggota kelompok UMKM desa Karang Talun masih terbatas dalam wilayah pemasaran maupun strategi pemasarannya. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini dilakukan untuk dapat mengoptimalkan strategi pemasaran kelompok UMKM desa Karang Talun sehingga tiap anggota dapat memperkuat dan mengembangkan usahanya.

Strategi pemasaran diperlukan agar segmen pasar, penentuan pasar sasaran, dan penentuan posisi pasar dapat dengan tepat dipilih (Cay & Irnawati, 2020). Strategi pemasaran mempunyai peranan penting untuk dapat mencapai keberhasilan suatu usaha, oleh karena itu bidang pemasaran memegang peranan utama dalam mewujudkan perencanaan usaha. Penerapan strategi pemasaran melalui pemanfaatan peluang untuk meningkatkan penjualan, posisi usaha di pasar pun dapat ditingkatkan (Anjayani & Febriyanti, 2020).

Kegiatan PkM yang dilakukan dengan memberikan materi tentang manajemen pemasaran khususnya tentang strategi pemasaran dilanjutkan dengan penugasan kepada peserta untuk menyusun atau merumuskan strategi pemasaran berdasarkan kondisi real dan menyesuaikan dengan materi yang telah diperoleh. Dengan kegiatan ini diharapkan setiap peserta dapat memperbaiki strategi pemasarannya dan dibantu dengan evaluasi serta solusi dari tim pengabdian untuk optimalisasi strategi tersebut sehingga mampu menguatkan dan juga mengembangkan bisnis setiap anggota.

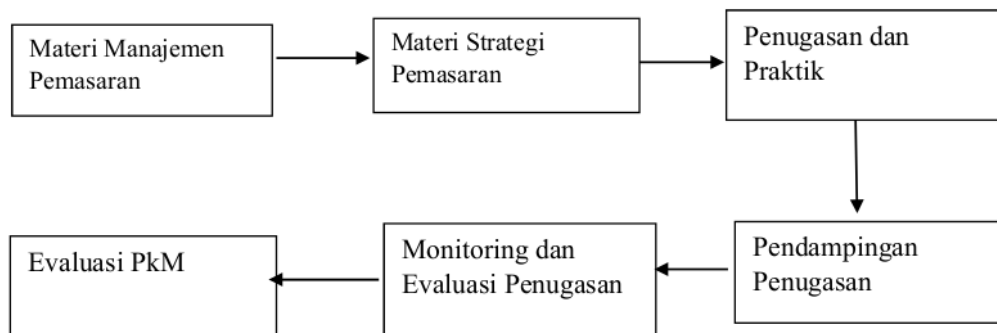
METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan PKM ini melalui pelatihan dan pendampingan dengan melibatkan partisipasi aktif dari seluruh peserta. Untuk materi pelatihan disampaikan pada tanggal 2 Desember 2022 dilanjutkan dengan pendampingan, monitoring dan evaluasi baik secara daring maupun luring. Evaluasi secara luring dilakukan pada tanggal 9 Desember 2022. Kegiatan dilakukan pada pertemuan rutin kelompok UMKM Desa Karang Talun di rumah kepala desa dengan peserta seluruh anggota kelompok UMKM dengan jumlah yang hadir 52 orang. Tahapan kegiatan yang dilakukan sebagai berikut:

1. Penyampaian materi manajemen pemasaran, membahas tentang konsep dasar manajemen pemasaran dan bauran pemasaran. Dilaksanakan pada tanggal 2 Desember 2022.
2. Penyampaian materi strategi pemasaran, membahas tentang strategi STP (*segmentation, targetting, positioning*). Dilaksanakan pada tanggal 2 Desember 2022.

3. Pemberian penugasan berupa pemetaan strategi STP sebagai strategi dalam pemasaran untuk masing-masing usaha dari peserta. Dilaksanakan pada tanggal 2 Desember 2022.
4. Pendampingan perumusan strategi pemasaran, dilaksanakan melalui partisipasi aktif peserta. Dilakukan melalui media komunikasi secara virtual dan juga datang langsung pada tanggal 9 Desember 2022.
5. Monitoring dan evaluasi penugasan. Dilaksanakan pada tanggal 9 Desember 2022. Evaluasi dilakukan untuk membahas dan memberikan masukan kepada peserta terkait perumusan strategi pemasaran yang sudah disusun.
6. Evaluasi kegiatan pelatihan, dilaksanakan melalui penyebaran formulir online untuk menanyakan respon peserta atas pelatihan yang diberikan.

Tahapan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Tahapan Kegiatan PkM

Untuk penugasan ini, tim PkM memberikan perlengkapan berupa template untuk perumusan STP tiap peserta. Template yang diberikan sebagai berikut:

STP Marketing Mix Template

STP Marketing Mix Template



Gambar 2. Template Perumusan STP

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PkM ini dilaksanakan selama 1 bulan mulai dari 2 Desember 2022. Kegiatan ini merupakan kegiatan lanjutan dari PkM yang sebelumnya telah dilakukan di Kelompok UMKM Desa Karangtalun. Tim PkM dari Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri telah melakukan kegiatan mulai awal oktober 2022 tentang pendampingan manajemen keuangan dan pembukuan sederhana bagi UMKM, dilanjutkan pada bulan november memberikan materi tentang pelatihan penyusunan Bisnis Model Kanvas (BMC) sebagai pemetaan model bisnis yang akan dilakukan, dan diperdalam lagi pada bulan desember 2022 tentang pelatihan manajemen pemasaran. Pelatihan secara berkesinambungan dan terpadu ini diharapkan dapat memperkuat UMKM di Desa Karang Talun. Pada pelatihan pemasaran ini, hasil dan pembahasan setiap tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Pemberian materi manajemen pemasaran

Materi manajemen pemasaran yang disampaikan meliputi: arti pemasaran, tujuan pemasaran, prinsip pemasaran, intelijen pemasaran, dan perilaku konsumen. Materi disampaikan oleh dosen yang tersertifikasi di bidang manajemen pemasaran dan sekaligus praktisi yang memiliki pengalaman dalam pemasaran produk.

2. Pemberian materi strategi pemasaran

Materi strategi pemasaran yang disampaikan meliputi: tingkat segmentasi pasar, dasar segmentasi pasar, penentuan target pasar, membangun dan mengkomunikasikan positioning merek, diferensiasi dan menghadapi persaingan. Materi disampaikan oleh dosen praktisi yang memiliki usaha dengan merek sudah banyak dikenal oleh masyarakat.

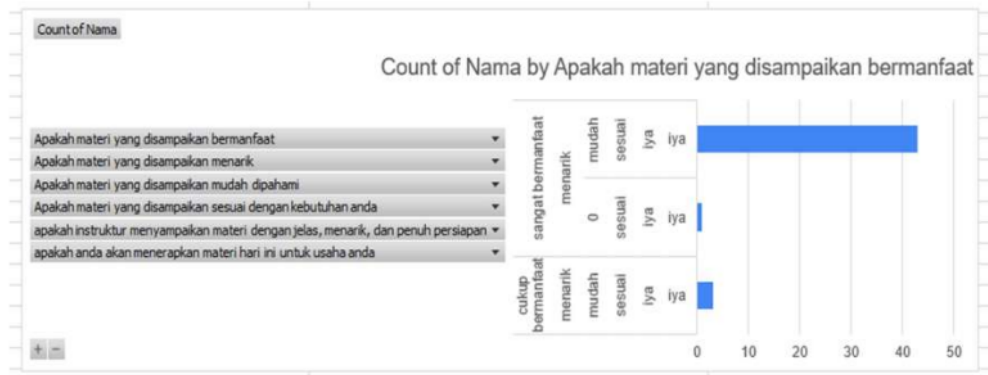
3. Pemberian Penugasan. Setelah materi disampaikan oleh para pemateri, selanjutnya dibagikan template penugasan untuk menyusun strategi pemasaran oleh tiap peserta. Penugasan ini diberi waktu 1 minggu untuk hasil yang lebih optimal.

4. Pendampingan Penugasan. Untuk memastikan pemahaman peserta, tim pengabdian terbuka jika ada pertanyaan dari peserta terkait materi maupun tugas. Semua tim memberikan nomor WhatsApp kepada peserta untuk memfasilitasi jika ada yang memerlukan konsultasi. Ketua Tim juga aktif berkoordinasi dengan kepala desa selaku pimpinan kelompok UMKM desa KarangTalun terkait perkembangan pemahaman dan pengerjaan tugas dari para peserta.

5. Monitoring dan Evaluasi Penugasan. Setelah 1 minggu dari pemberian tugas, tim pengabdian kembali datang untuk melakukan monitoring dan evaluasi penugasan tiap peserta. Semua peserta mengumpulkan tugas dan dikoreksi oleh tim untuk memberikan penilaian dan perbaikan jika diperlukan. Selanjutnya hasil penilaian beserta perbaikan yang diperlukan disampaikan kembali kepada peserta untuk dapat benar-benar di realisasikan sehingga bisa memperkuat UMKM di Desa Karang Talun.

Dari hasil evaluasi tugas, sebagian besar peserta kurang dalam menentukan target pasar dan strategi *positioning* yang dilakukan sehingga tim PkM banyak memberikan tambahan untuk solusi terkait dua hal tersebut.

6. Evaluasi kegiatan. Untuk memastikan kegiatan pengabdian telah berjalan dengan baik, perlu penilaian dari peserta terkait respon atas pelatihan maupun pendampingan yang dilakukan serta saran untuk perbaikan selanjutnya. Evaluasi dilakukan dengan formulir online agar pengisi bisa leluasa menilai tanpa canggung atau sungkan. Hasil evaluasi melalui *google form* disajikan sebagai berikut:



Gambar 3. Diagram Hasil Evaluasi Kegiatan PkM

Berdasarkan diagram tersebut, dapat diketahui bahwa sebagian besar peserta berpendapat bahwa materi PkM yang disampaikan bermanfaat, menarik, mudah dipahami, sesuai kebutuhan peserta, penyampaian jelas dan penuh persiapan, dan peserta bersedia menerapkan untuk usahanya masing-masing.



Gambar 4. Pemberian materi tentang Strategi Pemasaran



Gambar 5. Pemberian materi tentang manajemen Pemasaran dan Penyampaian Penugasan



Gambar 6. Evaluasi Penugasan

Dari banyaknya peserta yang bertanya dan aktif mengerjakan tugas, menunjukkan pelatihan yang dilakukan cukup efektif. Materi disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh peserta yang terdiri dari beberapa generasi. Diharapkan, dengan pemahaman dan keaktifan peserta dalam pelatihan, dapat memperkuat usaha kelompok UMKM desa Karang Talun.

KESIMPULAN

Dari terselenggaranya kegiatan PKM dapat disimpulkan bahwa materi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan peserta dari kelompok UMKM desa Karang Talun untuk memperkuat usaha mereka. Penguasaan dalam menghasilkan produk tidak akan membuahkan hasil jika tidak didukung dengan kemampuan dalam manajemen pemasaran dan ketrampilan menyusun strategi pemasaran. Materi pelatihan disertai dengan praktik penugasan dapat meningkatkan kompetensi peserta dalam bidang pemasaran. Kompetensi tersebut meliputi pengetahuan, ketrampilan, dan sikap. Dengan kompetensi ini diharapkan bisnis/usaha para peserta pelatihan khususnya dan UMKM desa Karang Talun pada umumnya dapat berkembang sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan di dalam keluarga dan masyarakat.

13
UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam kesempatan ini Tim PKM mengucapkan terima kasih kepada civitas akademika Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Nusantara PGRI Kediri, kepala desa dan segenap perangkat desa Karang Talun serta semua pihak yang telah membantu sehingga kegiatan PKM ini dapat berlangsung dengan baik sesuai dengan harapan.

DAFTAR PUSTAKA

- 5
Andri, Y. (2019). PENGEMBANGAN UMKM: Pemasaran dan Promosi Masih Jadi Kendala. *Bisnis.Com*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20191213/12/1181057/pengembangan-umkm-pemasaran-dan-promosi-masih-jadi-kendala>
- Anjayani, R. P., & Febriyanti, I. R. (2020). *Analisis Strategi Bauran Pemasaran untuk Meningkatkan Volume Penjualan pada CV.AAL Printing Banjarmasin*. 2(9), 3610–3617.
- Chusna, A. (2022). *Jumlah usaha mikro di Kota Kediri tumbuh 14,5 persen*. Antara Jatim.
- Mait, F. H., Lumanauw, B., & Samad, R. (2022). Penjualan Pada Umkm Pabrik Roti Nabila Bakery Manado. *Jurnal EMBA*, 10(1), 996–1003.
- 22
Noorca, D. (2022). *Kontribusi Koperasi dan UMKM Untuk Ekonomi Jawa Timur Meningkat*. Suarasurabaya.Net.

Optimalisasi Strategi Pemasaran untuk Penguatan Kelompok UMKM Desa Karangtalun Kabupaten Kediri

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	aks-akk.e-journal.id Internet Source	3%
2	jatim.antaranews.com Internet Source	2%
3	Submitted to Trisakti University Student Paper	2%
4	www.journal.unipdu.ac.id Internet Source	2%
5	repository.upnvj.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%
7	journal.formosapublisher.org Internet Source	1%
8	pascasarjanafe.untan.ac.id Internet Source	1%
9	eprints.uniska-bjm.ac.id Internet Source	1%

10	repository.lppm.unila.ac.id Internet Source	1 %
11	www.polessu.by Internet Source	1 %
12	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<1 %
13	download.garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1 %
14	prosiding-pkmcsr.org Internet Source	<1 %
15	www.repository.trisakti.ac.id Internet Source	<1 %
16	docplayer.info Internet Source	<1 %
17	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
18	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
19	myaminpancasetia.wordpress.com Internet Source	<1 %
20	pusatdata.kontan.co.id Internet Source	<1 %
21	taufiqurrokhman.wordpress.com Internet Source	<1 %

22

www.suarasurabaya.net

Internet Source

<1 %

23

poestahadepok.blogspot.com

Internet Source

<1 %

24

syadani.onlinelibrary.id

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

Optimalisasi Strategi Pemasaran untuk Penguatan Kelompok UMKM Desa Karangtalun Kabupaten Kediri

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10
