

Menyusun Strategi Marketing UMKM Di Dusun Jetis Gayu Desa Wringin Putih Kecamatan Borobudur Kabupaten Magelang

Akhmad Liana Amrul¹

Universitas Muhammadiyah Magelang

*e-mail: akuamrulhaq@ummgl.ac.id¹

Azahra Amalia Sugiyarto²

*e-mail: azahra.amalia2015@gmail.com²

Universitas Muhammadiyah Magelang

Nabila Arkania Oktaviani³

*e-mail: arkanianabila0@gmail.com

Universitas Muhammadiyah Magelang

Abstract

This Integrated Community Service Program was carried out in Jetis Gayu Hamlet, Wringin Putih Village, Borobudur District. The majority of the people here are traders or UMKM owner. The main problem faced by UMKM in this hamlet is that the product marketing has not been optimal. Most still rely on the traditional buying and selling process. After obtaining data through field observations, there are various facts related to the obstacles experienced by UMKM in Jetis Gayu Hamlet. Therefore, an UMKM outreach program was carried out, to educate and directly practice knowledge related to marketing strategies to UMKM. In addition, this socialization was carried out door-to-door, bearing in mind that the constraints experienced by each UMKM are different. By socializing the marketing strategy, it will have impact on increasing sales from UMKM in Jetis Gayu Hamlet.

Keywords: devotion, UMKM, strategy, marketing

Abstrak

Program Pengabdian Masyarakat Terpadu ini dilakukan di Dusun Jetis Gayu, Desa Wringin Putih, Kecamatan Borobudur. Masyarakat disini mayoritas merupakan pedagang atau pelaku UMKM. Masalah pokok yang dihadapi UMKM di dusun ini adalah belum optimalnya pemasaran produk yang dilakukan. Sebagian besar masih mengandalkan proses jual beli secara tradisional. Setelah memperoleh data melalui observasi lapangan, terdapat berbagai fakta terkait kendala yang dialami UMKM I Dusun Jetis Gayu. Oleh karena itu dilakukanlah program sosialisasi UMKM, untuk mengedukasi dan mempraktekkan secara langsung pengetahuan terkait strategi pemasaran ke UMKM. Selain itu sosialisasi ini dilakukan secara door to door, mengingat

kendala yang dialami tiap UMKM itu berbeda. Dengan dilakukannya sosialisasi strategi marketing akan berdampak pada peningkatan penjualan dari UMKM yang terdapat di Dusun Jetis Gayu.

Kata Kunci: *Pengabdian, UMKM, strategi, pemasaran*

Submitted: 09-08-2023 | Accepted: 15-08-2023 | Published: 29-08-2023

1. PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi saat ini memberikan dampak diberbagai aspek kehidupan. Manusia terus menciptakan inovasi terbaru untuk mempermudah aktivitas. Salah satu bidang yang paling berdampak, yaitu dalam bidang pemasaran. Sebelum teknologi berkembang dengan pesat, strategi pemasaran masih menggunakan cara tradisional dalam bentuk pemasaran konvensional. Pemasaran ini merupakan strategi yang paling umum dan banyak digunakan karena mayoritas masyarakat pernah menggunakan metode ini. Selain itu metode ini merupakan metode yang paling mudah dilakukan dalam melakukan pemasaran. Karena dengan pemasaran konvensional penjual dan pembeli dapat berinteraksi secara langsung.

Di Dusun Jetis Gayu, Desa Wringinputih terdapat banyak UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Karena sebagian besar masyarakat di Dusun Jetis Gayu memiliki mata pencaharian sebagai pelaku UMKM. Dan dalam pemasaran produknya para pelaku UMKM masih kurang maksimal. Karena hanya mengandalkan penjualan secara konvensional atau dari mulut ke mulut. Sehingga para pelaku UMKM belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Bahkan UMKM yang ada di Jetis Gayu hampir semua belum memiliki identitas usaha. Sehingga hanya masyarakat sekitar saja yang mengetahui keberadaan UMKM tersebut. Sehingga target pasar mereka juga masih sangat kecil, karena para pelaku UMKM belum menerapkan strategi marketing modern.

Dengan teknologi yang semakin berkembang tentu saja strategi pemasaran juga mengalami kemajuan. Saat ini sudah ada banyak sekali aplikasi jual beli online, seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dll. Aplikasi ini diciptakan agar para penjual dapat menjangkau target pasar yang lebih luas. Selain itu dengan adanya aplikasi ini juga mempermudah penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi. Melalui aplikasi ini penjual dan pembeli tetap dapat berinteraksi melalui fitur chat yang ada. Sehingga pembeli dapat menanyakan keadaan dari produk yang diinginkan. Penjual juga bisa mempromosikan produk dengan berbagai strategi. Seperti menggunakan foto produk yang menarik, membuat video iklan dengan berbagai konsep, dan juga memasukan kalimat persuasive yang dapat menarik minat konsumen.

Namun, di Dusun Jetis Gayu para pelaku UMKM belum memanfaatkan kemudahan teknologi yang ada. Pelaku UMKM masih melakukan pemasaran secara konvensional. Seharusnya para pelaku UMKM mengikuti perkembangan teknologi dalam memasarkan produknya, sehingga dapat meningkatkan eksistensi produknya ditengah era modernisasi. Hal ini terjadi karena para pelaku UMKM di Dusun Jetis Gayu memiliki wawasan yang sedikit terkait teknologi. Sehingga mereka belum siap menghadapi transformasi digital. Sedangkan para pelaku UMKM di Dusun Jetis Gayu memiliki potensi yang besar apabila mau mengembangkan pemasaran produknya. Karena produk yang dihasilkan cukup diminati masyarakat,

Program Pengabdian Masyarakat Terpadu (PPMT) memiliki tujuan untuk membantu UMKM yang ada di Dusun Jetis Gayu. Agar pelaku UMKM dapat mengembangkan pemasaran produk dengan berbagai strategi. Mahasiswa sendiri merupakan kaum intelektual yang memiliki nilai lebih, mahasiswa mampu menempatkan diri secara profesional dan bersosialisasi di tengah masyarakat Dusun Jetis Gayu. Dalam program pengabdian masyarakat ini mahasiswa harus menyalurkan ilmu yang dimiliki untuk diterapkan langsung dalam menyelesaikan masalah yang ada di Dusun Jetis Gayu. Oleh karena itu mahasiswa memberikan pembekalan kepada para pelaku UMKM, seperti mengajarkan pembuatan akun jual beli online. Dan juga beberapa solusi untuk dapat meningkatkan penjualan produk bagi UMKM yang terdapat di Dusun Jetis Gayu.

Program Pengabdian Masyarakat Terpadu (PPMT) memiliki tujuan untuk membantu UMKM yang ada di Dusun Jetis Gayu. Agar pelaku UMKM dapat mengembangkan pemasaran produk dengan berbagai strategi. Mahasiswa sendiri merupakan kaum intelektual yang memiliki nilai lebih, mahasiswa mampu menempatkan diri secara profesional dan bersosialisasi di tengah masyarakat Dusun Jetis Gayu. Dalam program pengabdian masyarakat ini mahasiswa harus menyalurkan ilmu yang dimiliki untuk diterapkan langsung dalam menyelesaikan masalah yang ada di Dusun Jetis Gayu. Oleh karena itu mahasiswa memberikan pembekalan kepada para pelaku UMKM, seperti mengajarkan pembuatan akun jual beli online. Dan juga beberapa solusi untuk dapat meningkatkan penjualan produk bagi UMKM yang terdapat di Dusun Jetis Gayu.

2. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dan metode kualitatif. Tujuan metode penelitian deskriptif kualitatif adalah untuk menggambarkan, menjelaskan dan menjawab pertanyaan penelitian secara lebih rinci dengan mempelajari sebanyak mungkin individu, kelompok atau peristiwa yang terjadi di Dusun Jeris Gayu.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini berasal dari proses wawancara antara pelaku UMKM Jetis Gayu dengan mahasiswa Universitas Muhammadiyah Magelang. Data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi akan disajikan secara deskriptif dengan menggunakan kata-kata yang mudah dimengerti dan dipahami.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dalam Program Pengabdian Masyarakat Terpadu (PPMT) di Dusun Jetis Gayu Wringin Putih Borobudur tercatat, bahwa sebagian masyarakatnya bermata pencaharian sebagai pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) . Hal tersebut berdasarkan pada hasil survey yang sudah dilakukan yaitu dengan menyambangi langsung tempat usaha dan sekaligus melakukan wawancara terhadap para pelaku UMKM yang ada di Dusun Jetis Gayu. Respon yang diberikan oleh para pelaku UMKM di Dusun Jetis Gayu sangat baik hal ini dibuktikan dengan antusias para pelaku UMKM yang ingin mempelajari *strategi marketing*. Salah satu pelaku UMKM yaitu Bapak Tofa pemilik usaha Jamur Tiram bertanya “Bagaimana cara melakukan penjualan produk di media sosial?”. Tidak dapat dipungkiri sebagian pelaku UMKM masih memasarkan produknya secara *konvensional*, bahkan sebatas identitas banner produk pun mereka belum memilikinya. Dengan begitu *regenerasi* pemasaran produk dari *konvensional* ke *digital* sangat perlu dilakukan. Mengingat kecanggihan teknologi yang sudah maju menjadikan *digital marketing* menjadi salah satu metode yang memiliki peran penting dalam memasarkan hasil produknya. *Digital marketing* sendiri dapat meningkatkan, membangun dan mempertahankan reputasi suatu bisnis secara *online* di *platform media digital*.

Adapun beberapa program kegiatan yang akan dilakukan hal ini bertujuan agar para pelaku UMKM di Dusun Jetis Gayu mendapatkan wawasan dan pengetahuan mengenai strategi marketing sebagai berikut.

1. Pengumpulan Data UMKM di Dusun Jetis Gayu



(Gambar 1. Pengumpulan Data UMKM)

Pengumpulan data yang dimaksud adalah data-data mengenai keadaan atau potensi UMKM yang ada di Dusun Jetis Gayu. Data yang didapat melalui observasi/pengamatan langsung ke lapangan dan berkesempatan untuk mewawancarai setiap pelaku UMKM yang ada di Dusun Jetis Gayu. Setelah melakukan wawancara peneliti mendapatkan beberapa kendala yang dihadapi oleh setiap pelaku UMKM. Mulai dari masalah pemasaran produk, bahan baku yang susah didapatkan, belum mengetahui cara memasarkan produk melalui media sosial, terkendala adanya SDM, sampai masalah modal yang menghambat produksi barangnya. Maka dengan itu mahasiswa dapat menyusun strategi mengenai kegiatan apa yang bisa dilakukan untuk membantu para pelaku UMKM menyelesaikan permasalahan yang tengah dihadapi.

2. Melakukan Sosialisasi Secara “door to door”

Kegiatan sosialisasi kali ini dilakukan dengan cara “door to door” hal tersebut karena terkendala dengan kesibukan para pelaku UMKM yang mengakibatkan tidak dapat terlaksana sosialisasi yang dilakukan disuatu tempat dan waktu yang sama. Kegiatan kali ini bertujuan untuk memberikan sedikit ilmu dan wawasan bagi para pelaku UMKM mengenai strategi marketing. Pada kegiatan kali ini mahasiswa juga mendatangkan

pemateri yang bisa memberikan penjelasan mengenai kendala dan problem yang tengah dihadapi oleh para pelaku UMKM.



(Gambar 2. Sosialisasi)

Dalam kegiatan kali ini mahasiswa dan pemateri memberikan edukasi mengenai cara menggunakan aplikasi e-commerce agar produk yang dijual dapat dipasarkan melalui platform media sosial. Sosialisasi ini juga berisi tentang tutorial pengambilan foto produk agar tampak menarik perhatian konsumen. Selanjutnya pemasangan titik lokasi di aplikasi Maps agar usaha yang dimiliki dapat ditemukan di aplikasi Maps. Mahasiswa dan pemateri juga membuka sesi tanya jawab, apabila pelaku UMKM ingin menanyakan kendala dan masalah lainnya. Pemateri dan mahasiswa akan siap menjawab dan membantu terkait permasalahannya.

3. Pembagian Banner Untuk Para UMKM Pendampingan

Pembagian banner disini bertujuan untuk membantu para pelaku UMKM agar usahanya memiliki identitas. Pada dasarnya fungsi banner sendiri adalah sebagai media pemasaran yang berisi publikasi, iklan, promosi, dan berbagai keperluan lainnya. Sedangkan tujuan dari pemasangan banner adalah untuk mempromosikan atau mengiklankan sesuatu produk sehingga tampak menarik perhatian lebih banyak orang ketika melihatnya. (Akhmad Liana Amrul Haq¹, Lutfi Hanif Mustafa², Rakhman Halim Zicohanda³, Kurniyadi Purwaning Saputro⁴, Zella Brimanda Bela Corsanti⁵, 2021)



(Gambar 3. Pembagian Banner)

Untuk pemberian banner di Dusun Jetis Gayu sendiri, mahasiswa memilih beberapa UMKM yang berpotensi maju dan berkembang. Data tersebut didapatkan dari hasil survey dan wawancara yang sudah dilakukan. Ada 8 UMKM yang diberikan banner sekaligus pendampingan, hal tersebut dilakukan agar pelaku UMKM memiliki wawasan dan ilmu mengenai strategi pemasaran.

4. Pendampingan UMKM

Pendampingan UMKM disini merupakan hasil tindak lanjut dari sosialisasi "*door to door*" yang sudah dilakukan. Kegiatan ini dilakukan untuk para pelaku UMKM yang ingin belajar lebih lanjut mengenai strategi marketing digital. Kebanyakan para UMKM menanyakan soal strategi pemasaran melalui media sosial dan platform belanja online. Mahasiswa berusaha memberikan informasi dan mendampingi para pelaku UMKM supaya terbantu dengan kegiatan yang mahasiswa buat. Mahasiswa membantu membuatkan akun jual beli online seperti Shoope, Lazada, Tokopedia, dll. Tidak hanya itu mahasiswa juga membantu untuk membuatkan foto produk agar tampak menarik dan membuat konsumen tertarik dengan produk yang dimiliki (Haq et al., 2018).



(Gambar 4. Pendampingan UMKM)

5. Kesimpulan

Program Pengabdian Masyarakat Terpadu (PPMT) di Dusun Jetis Gayu ini dapat disimpulkan bahwa ada berbagai upaya dan strategi yang dapat diterapkan dalam meningkatkan pemasaran UMKM. Strategi tersebut telah disalurkan melalui mahasiswa ke masyarakat melalui kegiatan sosialisasi UMKM *door to door* yang telah dilakukan. Cara ini digunakan karena dinilai lebih efektif untuk mengajarkan secara langsung berbagai strategi ke pelaku UMKM. Mengingat kendala yang dihadapi setiap UMKM juga berbeda, sehingga solusi yang diberikan juga beragam. Selain itu diharapkan dengan dilakukannya kegiatan ini dapat membantu meningkatkan pemasaran produk bagi UMKM. Tahapan yang dilakukan dalam meningkatkan pemasaran UMKM di Dusun Jetis Gayu, yaitu

- Pengumpulan data UMKM, seperti apa saja kendala yang dihadapi para pelaku UMKM.
- Sosialisasi *door to door*, dengan memberikan materi dan solusi yang sesuai.
- Pendampingan UMKM, ini dilakukan bersama pelaku UMKM yang ingin belajar lebih mendalam. Sehingga mahasiswa dapat membantu dengan memberikan lebih banyak informasi dan pengetahuan yang dimiliki.
- Pembagian banner dilakukan untuk membantu pembentukan identitas bagi UMKM yang ada di Dusun Jetis Gayu.

Kekurangan dari program ini sendiri yaitu memakan banyak waktu. Karena kegiatan dilakukan secara *door to door*, sehingga mahasiswa harus menyampaikan materi secara berulang. Sehingga belum semua UMKM di Dusun Jetis Gayu terlibat dalam program ini. Dan, melalui kegiatan yang telah dilakukan diharapkan dapat membantu meningkatkan penjualan dari UMKM. Terlebih masyarakat Dusun Jetis Gayu juga memiliki tingkat keingintahuan yang lebih. Dan juga mau belajar, sehingga materi yang

disampaikan dapat dimanfaatkan dan juga diterapkan dalam memasarkan produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Pada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Magelang yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Terimakasih sebanyak-banyak kepada dosen pembimbing sudah mengarahkan dan membantu kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik. Tak lupa tim penulis berterima kasih kepada pihak mitra karena sudah bersedia bekerjasama dalam kegiatan pengabdian ini

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad Liana Amrul Haq¹, Lutfi Hanif Mustafa², Rakhman Halim Zicohanda³, Kurniyadi Purwaning Saputro⁴, Zella Brimanda Bela Corsanti⁵, A. M. H. 6. (2021). *PENGEMBANGAN DAN PENGELOLAAN IRIGASI DI DUSUN GADINGAN*. 9, 1–4.
- Dan Penulisan Laporan Kkn, K. (n.d.). *MATERI PEMBEKALAN KKN-2: METODE PENYUSUNAN PROGRAM, RENCANA*.
- Haq, A. L. Amrul., Husna, A. N., & Zahra, A. A. (2018). GUIDANCESHIP TRAINING BAGI PENDAMPING KAMAR SANTRI Pondok Pesantren Pabelan. *JURNAL PENGABDIAN DAN PEMBERDAYAAN MASYARAKAT Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 2(2).
- Jannatin, R., Wardhana², M. W., Haryanto, R., Pebriyanto, A., & Banjarmasin, P. N. (n.d.). *PENERAPAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UMKM*.
- Jayati, A., Gofar, I. H. A., Chintya Siska Febrina, & Dwita Razkia. (2021). Strategi Peningkatan Penjualan Produk UMKM Kerupuk Rambak RW 15 Kelurahan Rejosari. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 5(2), 163–167. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v5i2.3108>
- Liana, A., Haq, A., Aftina,), Husna, N., Zahra, A. A., Psikologi, F., Universitas, H., & Magelang, M. (2018a). *GUIDANCESHIP TRAINING BAGI PENDAMPING KAMAR SANTRI PONDOK PESANTREN PABELAN GUIDANCESHIP TRAINING FOR COMPANION OF STUDENT ROOM PABELAN BOARDING SCHOLL 1*).
- Liana, A., Haq, A., Aftina,), Husna, N., Zahra, A. A., Psikologi, F., Universitas, H., & Magelang, M. (2018b). *GUIDANCESHIP TRAINING BAGI PENDAMPING KAMAR SANTRI PONDOK PESANTREN PABELAN GUIDANCESHIP TRAINING FOR COMPANION OF STUDENT ROOM PABELAN BOARDING SCHOLL 1*).
- Sa'ban, L. M. A., Sadat, A., & Nazar, A. (2020). Jurnal PKM Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Dalam Perbaikan Sanitasi Lingkungan. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i1.4365>
- Studi Kewirausahaan, P., & Tinggi Teknologi Kreatif Bina Nusantara Bandung, S. (n.d.). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PADA ERA DIGITAL DI KOTA BANDUNG Iston Dwija Utama*.
- Ulfah, F., Nur, K., Safitri, Y., Evanita, S., Pendidikan Ekonomi, M., & Ekonomi, F. (n.d.).

Analisis Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Kasus Lasi).

Wijandari, A., & Sumilah, N. (2021). Sosialisasi Manajemen Strategi Pemasaran Di UMKM Kecamatan Cileungsi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, 1(1), 61-64.