

Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Penguatan UMKM melalui Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat

Gogor Christmass Setyawan¹, Arjang², Nofirman³, Joni Wilson Sitopu⁴, Harniati⁵, Elvina Safitri⁶

¹Universitas Kristen Immanuel,²Universitas Indonesia Timur,³Universitas Prof. Dr. Hazairin, SH Bengkulu,⁴Universitas Simalungun, ⁵Universitas Indonesia Timur, ⁶Universitas Merangin

*Corresponding author

E-mail: masgogor@ukrimuniversity.ac.id (Gogor Christmass Setyawan)*

Article History:

Received: Maret 2023

Revised: Maret 2023

Accepted: Maret 2023

Abstract: Pemasaran telah menjadi aspek penting dalam perkembangan bisnis sejak zaman usaha kecil saat ini. Social project marketing dan pengabdian yang kami kerjakan bertujuan untuk mengedukasi para pedagang kecil yang memiliki keterbatasan pengetahuan dan keahlian dalam manajemen pemasaran. Tempat dari Ayam Bakar Guinness 1 ini penampilannya kurang menarik, tidak terlihat karena tempatnya yang kecil, agak sedikit kurang bersih, dan juga tata letak meja dan kursinya agak sedikit sempit. Pemasaran yang dilakukan Ayam Bakar Guinness 1 menggunakan pemasaran langsung dan juga pemasaran pribadi.

Keywords:

Pemasaran, Social Marketing, Manajemen

Pendahuluan

Pemasaran telah menjadi aspek penting dalam perkembangan bisnis sejak zaman usaha kecil saat ini (Halim, 2020). Bahkan saat ini dalam sejarah, pemasaran merupakan salah satu faktor keberhasilan dalam bagaimana perusahaan menjalankan bisnisnya (Malik & Rohandi, n.d.). Pemasaran dari media tradisional ke media online sangat ampuh dan masih menjadi perbincangan di berbagai kalangan. Misalnya, saat bepergian ke lokasi tertentu, mungkin secara mencolok ada yang memasang tanda seperti, papan reklame, spanduk, dan jenis iklan pemasaran lainnya di sepanjang jalan. Selain itu, ketika menggunakan media sosial seperti *Youtube*, *Facebook*, dan *Instagram*, kalian juga dapat melihat iklan produk di sana. Adanya internet konsumen dapat dengan mudah memilih dan memilah barang yang disukai tanpa harus datang secara langsung ke toko dan dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja (Ardhiyansyah & Susilo Nugroho, 2020).

Dengan memasarkan produk atau layanan diperlukan untuk menembus pasar potensial dari banyaknya konsumen jangka panjang (Simbolon, 2013). Kita dapat merujuk ke dalam yang disebutkan dalam komunikasi pemasaran. Komunikasi antar

pelaku bisnis merupakan kegiatan bisnis yang sangat dihargai oleh konsumen baik jangka panjang maupun jangka pendek. Hampir setiap hari konsumen melakukan komunikasi pemasaran. Mengingat hal ini, komunikasi sangat penting untuk memastikan bahwa pelanggan memiliki pengalaman berbelanja yang positif dan pada akhirnya membeli produk hingga pengiriman.

Social project marketing dan pengabdian yang kami kerjakan bertujuan untuk mengedukasi para pedagang kecil yang memiliki keterbatasan pengetahuan dan keahlian dalam manajemen pemasaran. Setelah mencari Penyalur UMKM di beberapa tempat, saya menemukan Penyalur UMKM di Bojong Kalapa Rt01/06 Desa Batu Nunggal, Jadi kami siap membantu penjual untuk mengubah tampilan dan menambahkan beberapa tambahan di tempatnya. Ayam bakar ini dikenal dengan nama Ayam Bakar Guinness 1.

Tempat dari Ayam Bakar Guinness 1 ini penampilannya kurang menarik, tidak terlihat karena tempatnya yang kecil, agak sedikit kurang bersih, dan juga tata letak meja dan kursinya agak sedikit sempit, tapi Ayam Bakar Guinness 1 ini memiliki rasa Ayam Bakar yang enak dan ciri khas yang berbeda dari pedagang lainnya. Karena itu, Ayam Bakar Guinness 1 saat ini sedikit masalahnya dari cara mereka memasarkan dan juga tempatnya yang kurang menarik untuk konsumen. Kami memilih objek untuk pengabdian ini dengan cara sedikit merombak tempatnya. Kami juga menambahkan *banner* agar terlihat jelas promosi dari Ayam Bakar Guinness 1 dan juga memberikan beberapa masukan dari kami agar ke depannya UMKM ini berjalan dengan baik.

Tujuan dari proyek pemasaran sosial ini adalah untuk memiliki keterampilan dan kesadaran akan pergeseran bisnis dalam pemasaran yang diperlukan untuk mempromosikan produk secara efektif dan berkomunikasi dengan pelanggan menggunakan media seperti internet dan media cetak. Hal ini juga bertujuan untuk membantu para pedagang UMKM menciptakan suasana yang sedikit berbeda dari sebelumnya, karena konsumen lebih menyukai tempat yang terbuka dan sangat bersih.

Kendala yang ada pada Ayam Bakar Guinness 1 adalah komunikasi, yang dimana media komunikasi itu sangat penting untuk mempromosikan suatu usaha terutama UMKM itu sendiri. Jika media komunikasi diterapkan maka akan mendapatkan hasil yang baik, contohnya saja banyak konsumen baru yang akan mengetahui dari adanya informasi penjualan dengan sangat mudah. Maka dari itu kami mengangkat permasalahan ini, karena bisa jadi ada potensi baik jika ada perubahan dengan cara membuat *banner* yang baru dan juga lebih besar serta bisa

membuat pesanan melalui online, agar konsumen yang sering membeli atau pun konsumen baru bisa dengan mudah memesan ataupun menerima informasi terhadap Ayam Bakar GiNESSA 1.



Gambar 1. Kondisi Ayam Bakar sebelum dilakukan pengabdian

Kemudian yaitu adanya tampilan dan juga tata letak yang kurang rapi. Kami mengangkat permasalahan yang kedua ini karena jika tidak ada perubahan konsumen yang membeli tidak akan merasa puas. Maka dari itu, kami mengubah tampilan tempat agar konsumen yang datang ke Ayam Bakar GiNESSA 1 itu akan lebih nyaman ketika mereka membeli, karena hal yang pertama kali konsumen lihat adalah tampilan dari tempat usaha itu sendiri agar menarik konsumen balik lagi untuk membeli.

Metode

Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan survei dan observasi, hal tersebut dilakukan untuk meninjau kembali lokasi tersebut apakah sesuai dengan target pengabdian dan lokasi tersebut perlu untuk di bantu. Setelah survei maka akan di putuskan apakah lokasi tersebut sesuai atau tidak dan jika sesuai maka akan di jadikan target untuk pengabdian. Selain data primer, kami menggunakan data sekunder untuk mendukung kelengkapan data yang dibutuhkan.

Pelaksanaan kegiatan *social project marketing* kami dilaksanakan pada hari Minggu, 25 Desember 2023. Sebelum kegiatan *social project marketing* dilakukan kami melakukan survei terlebih dahulu pada pelaku UMKM di Ayam Bakar GiNESSA 1.

Tabel 1. Rincian barang dan juga biaya yang dikeluarkan

No	Nama Barang	Jumlah	Harga
1.	Banner (ukuran 60cm x 100 cm)	2	60.000
2.	Banner (ukuran 120cm x 70cm)	1	35.000
3.	Banner (ukuran 350cm x 50cm)	1	65.000
4.	Banner (ukuran 450cm x 50cm)	1	80.000
5.	Banner (ukuran 300cm x 50cm)	1	55.000
6.	Walpaper	3 m	60.000
7.	Paku Payung	2 pack	4.000
8.	Lakban Hitam Cloth (sedang)	2	17.000
9.	Lakban Hitam Cloth (besar)	1	25.000
10.	Trash Bag	2 pack	30.000
	Jumlah		431.000

Hasil

Pemasaran telah menjadi aspek penting dalam perkembangan bisnis sejak zaman usaha kecil saat ini. Bahkan saat ini dalam sejarah, pemasaran merupakan salah satu faktor keberhasilan dalam bagaimana perusahaan menjalankan bisnisnya. Pemasaran dari media tradisional ke media online sangat ampuh dan masih menjadi perbincangan di berbagai kalangan. Misalnya, saat bepergian ke lokasi tertentu, mungkin secara mencolok ada yang memasang tanda seperti , papan reklame, spanduk, dan jenis iklan pemasaran lainnya di sepanjang jalan. Selain itu, ketika menggunakan media sosial seperti *Youtube*, *Facebook*, dan *Instagram*, kalian juga dapat melihat iklan produk di sana. Dengan memasarkan produk atau layanan diperlukan untuk menembus pasar potensial dari banyaknya konsumen jangka panjang. Kita dapat merujuk ke dalam yang disebutkan dalam komunikasi pemasaran. Komunikasi antar pelaku bisnis merupakan kegiatan bisnis yang sangat dihargai oleh konsumen baik jangka panjang maupun jangka pendek. Hampir setiap hari konsumen melakukan komunikasi pemasaran. Mengingat hal ini, komunikasi sangat penting untuk memastikan bahwa pelanggan memiliki pengalaman berbelanja yang positif dan pada akhirnya membeli produk hingga pengiriman.

Ayam Bakar Guinness 1 ini berlokasi di Bojong Kalapa Rt01/06 Desa Batu Nunggal. Ayam Bakar ini mempunyai cita rasa yang khas dari pedagang lainnya, tetapi segi letak tempatnya kurang menarik perhatian konsumen. Maka dari itu, kami berdiskusi dengan penjual bagaimana baik nya. Setelah berdiskusi, penjual bersedia untuk *social marketing project* yang kami lakukan, dengan cara menambahkan beberapa ornamen yang menarik perhatian konsumen. Ornamen yang kita tambahkan seperti *banner* dan juga *walpaper* meja dan juga kursi.



Gambar 2. Kondisi Saat ini

Pemasaran yang dilakukan Ayam Bakar Ginessa 1 menggunakan pemasaran langsung dan juga pemasaran pribadi. Pemasaran langsung yaitu penjualan dengan cara langsung dari penjual ke konsumen melalui media internet dan juga media cetak. Sedangkan penjualan pribadi, dengan cara menjual dari mulut ke mulut hingga sampai ke konsumen satu ke konsumen lainnya. Selain membantu merubah beberapa keadaan fisik tempatnya, kami menyarankan beberapa ide ke penjual. Kami menyarankan agar mempromosikan lewat media sosial, selain dari pada *Whatsapp*.



Gambar 3. Wawancara dengan pemilik warung makan

Kesimpulan

Pemasaran telah menjadi aspek penting dalam perkembangan bisnis dari era UMKM hingga saat ini. Bahkan hingga saat ini dalam sejarah, pemasaran merupakan salah satu faktor keberhasilan suatu perusahaan dalam mengelola operasinya. Komunikasi antar pelaku bisnis merupakan kegiatan bisnis yang dinilai oleh konsumen, baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Hampir setiap hari, konsumen melakukan komunikasi pemasaran. Oleh karena itu, aspek pemasaran dan komunikasi sangat penting untuk pertumbuhan bisnis yang kita jalani, karena setiap

bisnis akan berhasil jika manajer pemasarannya memiliki kompetensi pemasaran dan berkomunikasi dengan konsumen.

Ayam Bakar Guinness 1 adalah salah satu UMKM yang kami kembangkan dalam hal manajemen pemasaran dan komunikasi. Kami melakukan *social project marketing* dengan mengubah tempat penjualan yang nyaman dan membuat spanduk yang menarik dan juga berisi informasi penting bagi konsumen yang mencari Ayam Bakar Guinness 1, yang bertujuan untuk menciptakan kondisi yang menguntungkan konsumen untuk menerima informasi tentang tempat penjualan Ayam Bakar Guinness 1 yang nyaman dan juga cita rasa yang berbeda dari tempat lain.

Selain itu, harapan kami agar bisa mengedukasi penjual tentang nilai keterampilan manajemen pemasaran dan komunikasi sehingga mereka dapat lebih canggih dari sebelumnya dan mempertimbangkan kenyamanan pelanggan. Kami melakukan *social project* ingin turut andil dan juga inisiatif dalam social marketing. Pedagang dan kami sebagai mahasiswa akan terinspirasi untuk berkontribusi dalam penyebaran informasi yang diterima dengan baik oleh masyarakat luas, khususnya pelaku UMKM yang berperan penting dalam kemajuan negara .

Pengakuan/Acknowledgements

Terima kasih kepada Ayam Bakar Guinness 1 yang mengizinkan untuk memberikan kesempatan untuk melakukan pengabdian dan semua pihak yang turut terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam mensukseskan kegiatan program pengabdian masyarakat.

Daftar Referensi

- Ardhiyansyah, A., & Susilo Nugroho, S. (2020). *Sikap Konsumen Pada Toko Daring Produk Fesyen di Indonesia: Efek Pada Kualitas Website, Getok Tular Elektronik Manfaat dirasakan dan Kepercayaan* (Vol. 2, Issue 1). <http://bisnisman.nusaputra.ac.id>
- Halim, A. (2020). PENGARUH PERTUMBUHAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI KABUPATEN MAMUJU. *GROWTH: Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2).
- Malik, M., & Rohandi, A. (n.d.). *EFFECTIVE MARKETING COMMUNICATON: WORD OF MOUTH*.
- Simbolon, F. (2013). STRATEGI PEMASARAN GLOBAL DI PASAR INDONESIA. *BINUS BUSINESS REVIEW*, 4(1), 405–413.