



SOSIALISASI PENGEMBANGAN UMKM MELALUI STRATEGI PEMASARAN MEMALUI MARKET PLACE DI DESA SEMANGUS BARU KECAMATAN MUARA LAKITAN KABUPATEN MUSI RAWAS

Supriyanto¹, Yuli Eprianti², Yulpa Rabeta³

¹²³Program Studi Manajemen, Universitas Bina Insan, Indonesia

Email: yulparabeta@yahoo.com

ABSTRAK

Salah satu unsur pelaksanaan Tridharma adalah Pengabdian Kepada Masyarakat. Kegiatan PKM ini dilakukan dosen Universitas Bina Insan. Metode pelaksanaan yaitu tim dosen yang mengadakan observasi di Desa Semangus Baru Kabupaten Musi Rawas untuk mengetahui promosi penjualan dengan media sosial dan marketplace. Oleh karena itu kegiatan PKM dilakukan pada bulan 6 Juni 2022, ditunjukan untuk mensosialisasikan kepada masyarakat Desa Semangus Baru Kecamatan Muara Lakitan Kabupaten Musi Rawas sehingga diharapkan masyarakat Desa Semangus Baru Kecamatan Muara Lakitan Kabupaten Musi Rawas melakukan penjualan dengan menggunakan media sosial dan marketplace dapat meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar usaha serta meminimalisir pengeluaran biaya pemasaran.

ABSTRACT

One of the elements of implementing the Tridharma is Community Service. This PKM activity was carried out by Bina Insan University lecturers. The implementation method is a team of lecturers who made observations in Semangus Baru Village, Musi Rawas Regency to find out sales promotions with social media and marketplaces. Therefore the PKM activity was carried out on June 6 2022, aimed at outreach to the people of Semangus Baru Village, Muara Lakitan District, Musi Rawas Regency so that it is hoped that the people of Semangus Baru Village, Muara Lakitan District, Musi Rawas Regency will make sales using social media and marketplaces to increase sales, expanding business market reach and minimizing marketing expenses.

KEYWORDS

Pengabdian, Digital, Pemasaraan

Service, Digital, Marketing

ARTICLE HISTORY

Received 25 Juli 2022

Revised 23 September 2022

Accepted 14 Oktober 2022

CORRESPONDENCE : Yulpa Rabeta @yulparabeta@yahoo.com

PENDAHULUAN

Teknologi yang semakin maju membuat tingkat persaingan dalam dunia bisnis di Indonesia semakin ketat. Salah satunya adalah persaingan antar usaha



mikro kecil menengah (UMKM). Usaha mikro kecil menengah (UMKM) memiliki peran yang besar dalam pembangunan ekonomi nasional. Disamping berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan juga penyerapan tenaga kerja, Usaha mikro kecil menengah (UMKM) ikut serta berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan dan menjadi faktor penunjang semakin bertumbuhnya aktivitas perekonomian nasional (Pradiani, 2017). Oleh karena itu setiap usaha mikro kecil menengah (UMKM) senantiasa berusaha untuk dapat meningkatkan pangsa pasar dan meraih konsumen baru. Usaha mikro kecil menengah (UMKM) juga harus dapat menentukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan, sehingga tujuan dari UMKM tersebut dapat tercapai (Robiyanto, 2004:47). Pada dasarnya berhasil atau tidaknya suatu usaha mikro kecil menengah (UMKM) dalam menjalankan usahanya tergantung dengan cara mereka dalam memasarkan produk dan jasa yang dijalankan. Oleh karena itu, usaha kecil mikro menengah (UMKM) harus mengetahui keinginan konsumen dalam menggunakan barang atau jasa yang dihasilkan, agar bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap barang atau jasa yang dihasilkan (Wati, Martin & Indrawati, 2020).

Internet menjadi sarana bagi UMKM untuk perdagangan sehingga menjadi suatu peluang yang dapat memberikan kontribusi dalam perekonomian global, dengan demikian UMKM menggunakan media digital dapat digunakan untuk memasarkan serta menjual produk dengan cepat *E-Commerce* merupakan media bisnis untuk melakukan penyebaran produk, pembelian produk dan penjualan. *E-Commerce* berupa marketplace (Tommy, Raridah & Gracia, 2012). Marketplace online merupakan portal belanja online dimana penjual (merchant) dan pembeli dipertemukan untuk melakukan proses transaksi jual beli (Nurseto, 2004). Marketplace online diminati masyarakat Indonesia, karena adanya fasilitas escrow account atau rekening milik marketplace online yang digunakan untuk menampung pembayaran dari pembeli, sehingga pembeli tidak perlu khawatir tidak akan menerima barang yang dibelinya, karena uang yang dibayar pembeli



akan ditampung di rekening milik marketplace online terlebih dahulu, kemudian baru akan dibayarkan ke merchant ketika pembeli melakukan konfirmasi penerimaan barang yang dibelinya. Apabila pembeli tidak menerima barang yang dibelinya, maka uangnya akan ditransfer kembali oleh marketplace online (Mulyadi, 2010:19). Minat masyarakat Indonesia melakukan transaksi jual beli melalui marketplace online sangat tinggi, sehingga tidak mengherankan di Indonesia terdapat beragam marketplace online seperti Tokopedia, Olx., Bukalapak, Blanja, Lazada Indonesia, Shopee, FJB. Kaskus.co.id, Elevenia, Lamido dan lain-lainnya. Selain itu, berhubungan transaksi di marketplace online dapat dilakukan secara lintas negara, maka masyarakat Indonesia juga dapat melakukan transaksi jual beli melalui marketplace online dari luar negeri, seperti Alibaba, Amazon, Ebay dan lain-lainnya. Di sejumlah situs marketplace online lokal maupun luar negeri.

Beberapa permasalahan dalam pemasaran produk usaha kecil Desa Semangus Baru Kecamatan Muara Lakitan Kab.Musi Rawas adalah keterbatasan pengetahuan tentang pelaku usaha mengenai pemasaran digital, Dari latar belakang yang telah dijabarkan di atas, pelaku UMKM didesa Semangus Baru Kecamatan Muara Lakitan Kab.Musi Rawas memerlukan sosialisasi terkait Pemasaran digital.sehingga diharapkan pelaku bisnis dapat semakin luas pasarnya dan juga mendapatkan keuntungan yang optimal.

METODE

Program pengabdian ini dilakukan pada Balai Desa Semangus Baru Kecamatan Muara Lakitan Kabupaten Musi Rawas. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan oleh tim pengabdian Jurusan Manajemen Universitas Bina Insan Lubuklinggau. Pelaksanaan kegiatan ini pada hari senin 6 juni 2022 kepada masyarakat sekitar.

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian diDesa Semangus Baru Kecamatan Muara Lakitan Kab.Musi Rawas yaitu sebagai berikut:

1. Kami mengadakan observasi Desa Semangus Baru Kecamatan Muara Lakitan Kab.Musi Rawas untuk mengetahui penjualan melalui online
2. Memberikan sosialisasi kepada masyarakat tentang media online marketplace (tokopedia,bukalapak yang digunakan untuk penjualan secara online

HASIL dan PEMBAHASAN

Sosialisasi dilakukan dengan mengadakan pertemuan PKM dilokasi Gedung Serba Guna (GBS) Desa Semangus Kecamatan Muara Lakitan Kab.Musi Rawas. Pada bulan juni 2022, ketua tim melakukan perizinan kepada Kepala Desa Semangus Kecamatan Muara Lakitan Kab.Musi Rawas. Kepala desa samangus menyambut kedatangan dosen Universitas Bina Insan Lubuklinggau. Sosialisasi dilakukan pertemuan diGedung Serba Guna (GBS) Desa Semangus Baru Kecamatan Muara Lakitan Kab.Musi Rawas yang dihadiri masyarakat sekitarnya. Antusiasme masyarakat mengikuti sosialisasi dengan banyak memberikan pertanyaan kepada tim dosen Universitas Bina Insan Lubukingau.



Gambar 1. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat dengan melakukan sosialisasi strategi strategi pemasaran melalui market place dalam bentuk pemanfaatan media sosial sangatlah penting karena dapat memberi pengetahuan

kepada para pelaku UMKM mengenai cara maupun tahapan dalam memperluas jaringan konsumen melalui pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produknya sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing bagi UMKM itu sendiri.

Beberapa UMKM menggunakan media sosial untuk menginformasikan dan berkomunikasi dengan konsumen, media sosial yang sering digunakan antara lain facebook dan instagram, beberapa market place tersebut cukup efektif digunakan dalam menginformasikan seluruh produk dan berinteraksi langsung dengan konsumen, bahkan beberapa bagi beberapa UMKM penggunaan youtube juga efektif untuk memberikan kepercayaan dan menumbuhkan citra yang baik pada konsumen.



Gambar 2. Penyampaian materi Strategi pemasaran melalui marketplace

Setelah menjelasakannya Strategi pemasaran melalui marketplace tim PKM menemukan bahwa pengiklanan (*promotion*) menjadi masalah yang perlu dicariknya solusi, akhirnya tim PKM menyampaikan wawasan serta pemahaman kepada masyarakat desa semangus baru mengenai manfaat dan kegunaan media sosial dan marketplace sebagai media untuk mengembangkan usaha mereka dan memperluas pasarnya, setelah itu peneliti menyarankan agar memanfaatkan hal tersebut. Dalam pelaksanaannya tim pengabdian kepada masyarakat Universitas



Bina Insan mendampingi masyarakat dalam melakukan strategi pemasaran melalui market place dan media sosial yang dimiliki oleh warga.

SIMPULAN

Pengembangan UMKM melalui strategi marketplace yang dapat meningkatkan pemasaran produk, dan dapat meningkatkan penghasilan pelaku usaha di Desa Semangus Baru Kecamatan Muara Lakitan Kab. Musi Rawas. Oleh karena itu, diadakan kegiatan sosialisasi berupa penyampaian materi upaya dasar pengembangan UMKM melalui marketplace.

DAFTAR PUSTAKA

- Mulyadi, N. (2010) *Kewirausahaan & Manajemen Usaha Kecil*, Alfabeta, Bandung,
- Nurseto, T. (2004). Strategi Menumbuhkan Wirausaha Kecil Menengah yang Tangguh. *Jurnal Ekonomi & Pendidikan*. 1(1)
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Jibeka*, 11(2), 46–53.
- Robiyanto, F. (2004). *Akuntansi Praktis untuk Usaha Kecil dan Menengah*, Studi Nusa, Semarang.
- Tommy, Faridah P.P, Gracia A.N (2012) upaya pengembangan UMKM melalui Strategi Online Marketing di Desa Duwet Krajaan Kecamatan Tumpang Kabupaten Malang. *Jurnal pengabdian kepada masyarakat JPKMI* vol 3 no 2. doi:
- Wati, A.P, Martin, J.A & Indrawati A (2020) Peningkatan Keterampilan Pemasaran Melalui Pelatihan Whatsapp Business pada UMKM. *Dedication: jurnal pengabdian masyarakat* 4(2), 137-148 doi : 10.31537/dedication.V4i.3262