

Pemberdayaan Media Pemasaran Bagi Kelompok UKM Sagulung Kota Batam

Evan Rosiska¹, Dian Lestari Siregar², Raymond³, Anggia Dasa Putri⁴
Keperawatan¹, Akuntansi², Manajemen³, Teknik Informatika⁴
Akademi keperawatan Bina Insani Sakti¹, Universitas Putera Batam², Universitas
Batam³, Universitas Putera Batam⁴
*e-mail : evanrosiska2909@gmail.com
*no HP/WA : 085266101696

Informasi Artikel

Diterima Redaksi:
Revisi Akhir:
Diterbitkan Online:

Kata Kunci:
Media, Pemasaran, UKM,

Abstrak

Kelompok UKM Sagulung yaitu sekelompok pengrajin dan pedagang yang berada di Kelurahan sagulungs Kota Batam. Permasalah dihadapi oleh Kelompok UKM Cemara seperti, rendahnya pemahaman Kelompok UKM Cemara terkait media pemasaran, permasalahan tersebut berdampak pada rendahnya tingkat penjualan produk, rendahnya produktifitas serta perkembangan usaha dari UKM cemara jalan ditempat hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berdampak pada Meningkatnya keahlian dan keterampilan melalui pendampingan dalam memasarkan produk serta meningkatkan pemahaman dalam penggunaan teknologi informasi sehingga mendukung aktifitas penjualan bagi kelompok UKM diSagulung Kota Batam

1. PENDAHULUAN

Kota Batam merupakan salah satu daerah dengan jumlah penduduk terbesar, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik kota Batam jumlah penduduk kota Batam berjumlah 1.376.099 orang, selain itu Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) Kota Batam juga memiliki 81.486 UMKM dengan jumlah tersebut secara tidak langsung membantu pemerintah dalam membuka lapangan kerja baru(1). Penyerapan tenaga kerja yang tinggi bisa mengurangi kemiskinan sehingga berkurangnya angka pengangguran di Kota Batam, selain itu dengan tingginya kunjungan wisatawan ke Kota Batam dimana pada tahun 2019 jumlah wisatawan yang berkunjung melalui Kota Batam berjumlah 1.431.166. (2)

Hal tersebut menjadi sebuah peluang besar bagi UKM maupun kelompok usaha di Kota Batam untuk meningkatkan pendapatan dan memperluas pangsa pasar Kelompok UKM Sagulung merupakan

kelompok usaha yang memproduksi dan menjual berbagai bentuk olahan makanan, Minuman, kue kering dan kue basah, dan sudah berdiri sejak tahun 2017, kelompok ini dipimpin oleh Ibu suprina. Kelompok usaha ini berawal dari perkumpulan Ibu PKK Kemudian berkembang menjadi kelompok UKM yang menjual berbagai makanan olahan.



Gambar 1. Produk UKM sagulung

Prospek penjual produk dari Kelompok UKM cemara ini cukup tinggi mengingat tingginya kunjungan wisatawan ke kota Batam hal ini dibuktikan dengan kunjungan wisatawan menyumbang Rp106 miliar bagi PAD Kota Batam dan posisi Kelompok UKM cemara yang dekat komplek industry juga semakin meningkatkan prospek penjualan produk dari Kelompok UKM cemara.

Hal ini tentu juga menjadi sebuah nilai tambah bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat tempatan karena Sebagian besar masyarakat dilingkungan UKM cemara berada pada tahapan ekonomi yang lemah.

Namun segala prospek dan peluang tersebut tidak ditunjang oleh pengemasan produk masih dilakukan secara sederhana tanpa menampilkan identitas merek dari produk yang dihasilkan, dimana seluruh produk yang dikemas hanya dalam bentuk kemasan sederhana sehingga konsumen susah mengidentifikasi produk yang di jual.(3)

Masalah lain yang ditemui kelompok UKM Sagulung ialah masih rendahnya pemahaman kelompok ukm cemara terkait konsep dasar pemasaran, proses perencanaan pemasaran, analisis peluang pasar, dan perencanaan strategi pemasaran manajemen pemasaran, ditambah lagi dengan berkembangnya penyebaran wabah virus corona mengakibatkan ukm Sagulung membutuhkan media pemasaran baru yang dapat menghubungkan mereka dengan konumen tanpa harus melalui kegiatan kontak langsung

Adapun permasalahan nyata yang dihadapi mitra adalah Rendahnya pemahaman UKM Sagulung terkait konsep dasar pemasaran, proses perencanaan pemasaran, analisis peluang pasar, dan perencanaan strategi pemasaran manajemen pemasaran Dimana selama ini produk yang dihasilkan dipasarkan melalui model-model pemasaran konvensional yakni dengan menawarkan secara langsung ke berbagai lokasi sehingga tingkat penjualan menjadi rendah sementara penyebaran wabah virus corona memaksa UKM yang ada saat ini untuk menggunakan berbagai media pemasaran untuk membantu pemasaran produk

2. METODE

Untuk memperoleh manfaat dari pengabdian ini serta dapat diimplementasikan metode yang digunakan metode dari (4), maka metode yang ditawarkan dalam pengabdian ini adalah sebagai berikut: 1. Langkah 1 (Metode ceramah) Pengabdi memberikan ceramah dan pemaparan tentang teori Pemasaran 2. Langkah 2 (Metode Tutorial) Pengabdi akan memberikan pelatihan bagaimana memasarkan produk, selain itu akan para peserta akan diberikan bimbingan tentang gambaran umum pemasaran 3. Langkah 3 (Metode Diskusi) Peserta pelatihan akan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang dihadapi dalam pemasaran.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan kegiatan yang telah dilakukan bagi UKM sagulung diharapkan kegiatan ini dapat memberikan dampak yang positif kepada para peserta itu sendiri dan juga kepada tim dosen yang melakukan pembinaan, atau secara rinci hasil yang ingin dicapai dari pelaksanaan pkm yaitu Berdasarkan hasil Pembinaan kepada UKM sagulung, Tim telah melakukan beberapa hal yang mana dari hasil pembinaan tersebut UKM sagulung dapat membuat media pemasaran sendiri. secara garis besar hasil pkm ini dapat dijelaskan sebagai berikut, Pelaksanaan pkm yang dilaksanakan 2 kali pertemuan dimana materi yang disampaikan adalah menyampaikan mengenai gambaran umum media pemasaran, materi ini membahas tentang pengenalan mengenai media pemasaran, pemateri menyampaikan pentingnya media pemasaran bagi usaha kecil. Peserta pada saat itu belum mengerti mengenai media pemasaran dan fungsi perencanaan pemasaran. Hingga dilanjutkan pada pertemuan terakhir mengenai pembuatan laporan media pemasaran, setelah itu barulah peserta mulai memiliki bayangan dan gambaran terhadap apa itu media pemasaran dan tata cara menyusunnya. Pemberian pembinaan ini juga meliputi membina kemampuan para peserta secara bertahap dalam membuat laporan perencanaan pemasaran, sehingga para peserta tahu dan memahami bentuk dari laporan media pemasaran.

4. KESIMPULAN

Berikut adalah beberapa kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan kegiatan pengabdian (Pembinaan) yang telah dilakukan, diantara adalah sebagai berikut:

1. Peserta memiliki pemahaman tentang pembuatan media pemasaran.
2. Peserta juga telah dapat memahami mengenai ruang lingkup dari media pemasaran
3. Peserta telah dapat membuat media pemasaran

5. SARAN

Berikut adalah beberapa saran yang dianggap perlu berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Sebaiknya kegiatan PKM seperti ini dilaksanakan secara berkala.
2. Sebaiknya semua peserta sudah hadir tepat waktu (sebelum acara dimulai) jadi tidak ada peserta yang datang diawal, ditengah atau bahkan diakhir acara sehingga materi yang disampaikan tidak diulang-ulang.
3. Kedepan jumlah Peserta yang mengikuti Pembinaan perencanaan pemasaran bisa meningkat sehingga dengan adanya pelatihan ini diharapkan dapat membantu UMKM dalam menangani berbagai permasalahan Khususnya yang berkaitan dengan pembuatan medias pemasaran.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada mitra pkm kami Ukm sagulung yang telah memberikan kemudahan dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini.

REFERENSI

1. Raymond, Siregar D Iestari. Pembinaan Perencanaan Pemasaran Bagi Pedagang Obat Tradisional Di Kota Batam. J Pengabdi Barelang. 2021;3(02):53–6.
2. Raymond. Pembinaan Perencanaan

- Pemasaran Produk Bagi Anggota Pkk Asoka Dikota Batam. J Pengabdi Barelang. 2019;1(01):1.
3. Siregar DL, Putri AD, Raymond. Pelatihan Peningkatan Ekonomi Masyarakat Desa Galang Baru Melalui Eco Wisata Bahari. J Pengabdi Barelang. 2022;4(1):66–70.
 4. Raymond R. Pelatihan Metodologi Penelitian Bagi Guru Sltip Negeri 26 Kota Batam. J Terap Abdimas. 2019;4(1):24.