

Pelatihan Strategi Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Pada UMKM Nursa Di Kelurahan Rabadompu Kota Bima

Marketing Strategy Training to Increase Sales at Nursa MSMEs in Rabadompu Village, Bima City

Ayu Wandira^{1*}, Titin Khalidah², Tasya Radena Putri³, Ira Fauziah⁴, Ita Purnama⁵

¹⁻⁵ Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima

Korespondensi : ayuwandira.stiebima20@gmail.com

Article History:

Received: 30 November 2023

Accepted: 16 Januari 2024

Published: 28 Februari 2024

Keywords: Strategy, Marketing, Sale.

Abstract: *UMKM are productive businesses owned by individuals or business entities that meet the criteria as micro-enterprises. With the current development of UMKM having great potential for economic development in Indonesia, the economic growth of UMKM is not accompanied by the capabilities of the UMKM players. There are still many UMKM who do not realize the importance of implementing a marketing strategy for the development of their business, for this reason there is a need for training and assistance to simplify the marketing implementation process. It is difficult for UMKM to develop due to their inability to compete with the rise of competitors both online and offline. This method of implementing community service aims to increase sales of Bima's typical product, namely Nursa herbal medicine, by providing assistance in creating a logo, creating a brand name, developing packaging and developing social media. The stages in carrying out this activity are observation, planning, discussion, implementation. Monitoring and evaluation. Having a brand name will make people familiar with the products sold by UMKM Nursa and by using social media it will make product sales easier.*

Abstrak

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Dengan perkembangan UMKM saat ini memiliki potensi besar bagi perkembangan ekonomi di Indonesia, pertumbuhan ekonomi dari UMKM tidak dibarengi dengan kemampuan para pelaku UMKMnya. Masih banyak UMKM yang belum menyadari akan pentingnya melakukan strategi pemasaran untuk perkembangan usahanya, untuk itu perlu adanya pelatihan dan pendampingan untuk mempermudah proses pelaksanaan marketing. UMKM sulit berkembang akibat tidak mampu bersaing dengan maraknya pesaing baik secara daring maupun luring. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dari produk khas Bima yaitu jamu Nursa dengan melakukan pendampingan pembuatan Logo, pembuatan nama brand, pengembangan kemasan dan pengembangan media soaial. Tahapan yang dalam melaksanakan kegiatan ini adalah observasi, perencanaan, diskusi, pelaksanaan. Pemantauan dan evaluasi. Dengan adanya nama brand akan membuat masyarakat mengenal produk yang dijual oleh UMKM Nursa dan dengan menggunakan media sosial maka akan mempermudah penjualan produk.

Kata kunci : strategi, marketing, penjualan

PENDAHULUAN

Permasalahan yang sering terjadi di negara berkembang khususnya indonesia yaitu kemiskinan, pengangguran, dan kesenjangan ekonomi hal itu dikarenakan kurangnya lapangan pekerjaan sehingga produktifitas masyarakat berkurang yang menyebabkan menurunnya tingkat pendapatan. Selain itu, akibat dari kurangnya produktifitas membuat kesejahteraan dan perkembangan ekonomi di suatu negara menurun, untuk mengurangi angka pengangguran yang terjadi, perlu adanya dorongan untuk mendirikan usaha agar tidak berpatokan pada profesi

* Ayu Wandira , ayuwandira.stiebima20@gmail.com

namun juga bisa mengembangkan inovasi dan kreatifitasnya sendiri melalui usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Keberadaan UMKM memegang peranan penting dalam perekonomian, baik dalam menyerap tenaga kerja, menyumbang devisa maupun kontribusinya dalam menyumbangkan pendapatan daerah dalam bentuk pajak (Nurlida & Sinuraya).

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Berdasarkan data yang dirilis oleh kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah (kemenkop UMKM) sepanjang 2022 UMKM di Indonesia mencapai 8,71 Juta UMKM. Namun kenyataannya usaha mikro ini belum mampu mengembangkan potensi dan perannya secara optimal karena kurangnya memahami kapasitas daya saing dan prodak, UMKM juga sulit berkembang akibat tidak mampu bersaing dengan maraknya pesaing baik secara daring maupun luring. Dengan perkembangan UMKM saat ini memiliki potensi besar bagi perkembangan ekonomi di Indonesia, pertumbuhan ekonomi dari UMKM tidak dibarengi dengan kemampuan para pelaku UMKMnya. Banyak dari UMKM yang kurang paham dalam melaksanakan strategi marketing untuk perkembangan usahanya.

Permasalahan yang di hadapai oleh pelaku usaha ada berbagai macam diantaranya seperti kemasan yang masih kurang menarik, logo dari produk yang belum ada, nama/brand produk yang belum di tentukan dan strategi pemasaran (promosi) baik daring maupun luring. Hal ini disebabkan bukan karena ketidak ingininan dari pelaku usaha itu sendiri, tetapi dikarenakan adanya kendala, baik dari sisi pendidikan maupun pengetahuannya.

Manfaat melaksanakan strategi marketing

1. Menambah konsumen baru

Dengan strategi penjualan yang baik dan sesuai maka konsumen yang tadinya tidak tertarik akan berbalik pada usaha tersebut.

2. Meningkatkan pendapatan bisnis

Dengan begitu pendapatan bisnis juga akan meningkat. Biaya operasional produksi juga akan berkurang karena peningkatan pendapatan bisnis produsen

3. Mengenalkan produk baru dengan cepat

Produsen bisa mengenalkan produk brau itu melalui iklan, di media sosial, dan lain-lainya.

Masih banyak UMKM yang belum menyadari akan pentingnya melakukan strategi pemasaran untuk perkembangan usahanya, untuk itu perlu adanya pelatihan dan pendampingan untuk mempermudah proses pelaksanaan marketing. Pada UMKM Nursa sendiri masih kurang melakukan strategi marketing dan pengenalan produknya, sehingga masih banyak konsumen yang belum mengenal produk khas Bima dari UMKM Nursa. Produk yang dijual oleh UMKM

ini yaitu berupa obat tradisional.

UKM Nursa beralamat di RT 02, RW 01, Kel. Raba Dompu Timur, Kec. Raba, Kota Bima. obat tradisional ibu nursa adlah usaha turunan dari almarhumah ibu beliau, usaha ino diteruskan oleh ibu nursa mulai dari tahun 2017 hingga sekarang karena telah memiliki kepercayaan dari konsumen. Obat tradisional yang di pasarkan oleh UKM Nursa diantaranya yaitu jamu peningkat nafsu makan (tamulawak), jamu untuk mengobati panas dalam (pakombo) dan jamu untuk meredakan nyeri otot (saronggi).

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan dari produk khas Bima yaitu jamu Nursa dengan melakukan pendampingan pembuatan Logo, penentuan nama/brand, pengembangan kemasan yang awalnya dari botol air mineral biasa menjadi botol kemasan yang lebih menarik dan pengembangan media sosial seperti Facebook, Intagram dan WhatsApp untuk media promosi produk. Langkah pertama adalah melakukan riset terlebih dahulu ke tempat usaha dengan bertemu langsung dengan pemilik usaha dan melakukan observasi terkait dengan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM.

Berdasarkan uraian sebelumnya, tahapan dalam melaksanakan kegiatan pelatihan UMKM adalah sebagai berikut:

1. **Observasi:** dalam pelaksanaan observasi kami menargetkan UMKM dengan kriteria yang memiliki permasalahan dalam menerapkan strategi pemasaran.
2. **Perencanaan :** dalam melaksanakan perencanaan kami berkoordinasi dengan pemilik usaha dalam merancang rencana untuk pengembangan kemasan dan lain sebagainya.
3. **Diskusi dengan pelaku usaha :** menanyakan bagaimana sesain logo dan nama/brand yang diinginkan.
4. **Pelaksanaan :** dalam pelaksanaan program ini dilakukan berupa pelatihan dan pendampingan dalam menerapkan strategi pemasaran.
5. **Melakukan pemantauan :** pelaksanaannya dilakukan dengan mengunjungi dan memantau perkembangan pemasaran yang dilaksanakan.
6. **Evaluasi :** tahap terakhir dalam kegiatan ini yaitu mengevaluasi apakah UMKM sudah menerapkan dan memahami stratedi marketing untuk meningkatkan penjualan produknya.

HASIL

Mengunjungi rumah pelaku usaha mikro kecil menengah, dan berdiskusi menanyakan bagaimana permasalahan yang dihadapi oleh UMKM.



Gambar 1. Sedang melakukan observasi tahap awal Kemasan sebelum dan sesudah dilakukannya perencanaan



Before

After

Gambar 2. Pengembangan kemasan produk UMKM

Logo kemasan setelah melakukan diskusi dengan pemilik UMKM, dengan adanya logo produk ini dapat dikenal luas oleh banyak masyarakat baik di kota Bima maupun di luar kota Bima. adanya logo ini diharapkan mampu untuk meningkatkan modal usaha dari usaha ini.



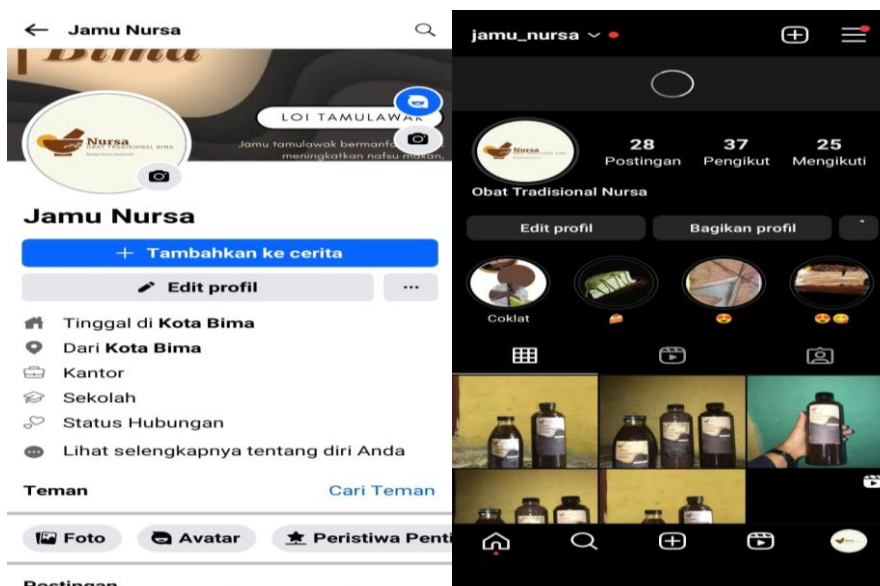
Gambar 3. Logo produk

Stiker produk jamu Nursa, dalam stiker ini terdapat berbagai macam informasi yang menjelaskan tentang produk UKM tersebut dimana terdapat brand, komposisi, dan sosial media UMKM.



Gambar 4. Stiker produk

Media promosi yang akan digunakan untuk pemasaran online produk ini adalah Facebook, Instagram dan WhapApp.



Gambar 5. Media promosi Facebook, WhatsApp dan Intagram

Setelah melakukan pendampingan dan pemantauan kami melaksanan tahapan terakhir yaitu evaluasi. Dari hasil evaluasi UMKM Nursa kini bisa membuat kemasan yang lebih menarik dan memiliki sosial media sebagai media promosi supaya produk obat tradisional nursa lebih dikenal masyarakat luas.



Gambar 6. Evaluasi dan Produk

KESIMPULAN

Dengan adanya logo dan kemasan yang telah didesain dengan menarik akan mempermudah masyarakat mengenali produk dari UMKM Nursa, dan dengan menggunakan sosial media tersebut akan membantu menjual dan mempromosikan produk UMKM Nursa. Dengan adanya logo dan kemasan baru serta media sosial diharapkan lebih banyak masyarakat yang mengetahui tentang produk tersebut dan dapat menarik lebih banyak pelanggan dari dalam maupun di luar kota.

DAFTAR REFERENSI

- Haryanti, I. (2022). Jurnal Terapan Abdimas. Pemanfaatan Potensi Kunyit Di Desa Raba Wawo Menjadi Jamu Kunyit Asam Sebagai Minuman Sehat Dan Kekinian, 114-121.
- Pratiwi, A. (2022). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar. Pelatihan Pembukuan Sederhan Bagi Pelaku UMKM Pengolahan Hasil Laut Di Kelurahan Kolo Kota Bima, 221-229.
- Rinaldi. (2023). jurnal pengabdian psikologis. pelatihan Promosi dan Pemasara Produk UMKM MACO Melalui Media Sosial Di Desa Padang Birik-Birik Kota Pariaman , 01-08.