



Sosialisasi Manajemen Usaha dan Strategi Pemasaran pada UMKM di Desa Melati II

Socialization of Business Management and Marketing Strategy to MSMEs in Melati II Village

Revita Sari, Randy Harmedia

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

revitasari@umsu.ac.id

Korespondensi penulis: revitasari@umsu.ac.id

Article History:

Received: 13 Juli 2023

Revised: 20 Agustus 2023

Accepted: 29 September 2023

Keywords: *Socialization, MSMEs, Business Management, Marketing Strategy*

Abstract: *Melati II Village, Perbaungan District, there are MSMEs that are objects of community service, namely MSMEs for making tempeh and cultivating maggot caterpillars. The purpose of this community service is (1) to educate on strengthening business management for Tempe MSMEs in Melati II Village, (2) to educate marketing strategies for Maggot Caterpillar MSMEs in Melati II Village. With the increasing understanding of MSME players about the importance of business management and marketing strategies, it is hoped that it will help their businesses to develop and compete better.*

Abstrak

Di Desa Melati II Kecamatan Perbaungan ada UMKM yang menjadi objek pengabdian kepada masyarakat yaitu UMKM pembuatan tempe dan budidaya ulat maggot. Tujuan pengabdian masyarakat ini (1) untuk mengedukasi penguatan manajemen usaha pada UMKM Tempe di Desa Melati II, (2) untuk mengedukasi strategi pemasaran pada UMKM Ulat Maggot di Desa Melati II. Dengan meningkatnya pemahaman para pelaku UMKM tentang pentingnya manajemen usaha dan strategi pemasaran diharapkan membantu usaha mereka agar lebih berkembang dan bersaing.

Kata kunci: *Sosialisasi, UMKM, Manajemen Usaha, Strategi Pemasaran*

PENDAHULUAN

Upaya pemberdayaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dari tahun ke tahun selalu dimonitor dan dievaluasi perkembangannya dalam hal kontribusinya terhadap penciptaan produk domestik bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, ekspor dan perkembangan pelaku usahanya serta keberadaan investasi usaha kecil dan menengah melalui pembentukan modal tetap bruto (investasi). Keseluruhan indikator ekonomi makro tersebut selalu dijadikan acuan dalam penyusunan kebijakan pemberdayaan UKM serta menjadi indikator keberhasilan pelaksanaan kebijakan yang telah dilaksanakan pada tahun sebelumnya. Kebijaksanaan Pemerintah untuk menumbuhkembangkan UKM, meskipun dari tahun ke tahun terus disempurnakan, namun dirasakan belum sepenuhnya kondusif. Hal ini terlihat antara lain masih terjadinya persaingan yang kurang sehat antara pengusaha-pengusaha kecil dan menengah dengan pengusaha-pengusaha besar.

***Revita Sari:** revitasari@umsu.ac.id

Kurangnya informasi yang berhubungan dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyebabkan sarana dan prasarana yang mereka miliki juga tidak cepat berkembang dan kurang mendukung kemajuan usahanya sebagaimana yang diharapkan.

Sebagai seorang pengusaha mengelola suatu usaha bukan hal yang mudah untuk dilakukan, harus memastikan roda usaha berjalan dengan baik dan tentu saja mencapai target yang telah dibuat. Untuk itu, dibutuhkan manajemen usaha yang tepat. Hal ini biasanya mencakup produksi bahan, mengelola keuangan, mengelola stok barang ataupun bahan baku, mengelola aset dan melibatkan strategi pemasaran.

Manajemen merupakan suatu seni dalam ilmu dan pengorganisasian seperti menyusun perencanaan, membangun organisasi dan pengorganisasiannya, pergerakan, serta pengendalian atau pengawasan. Bisa juga diartikan bahwa manajemen merupakan suatu ilmu pengetahuan yang sistematis agar dapat memahami mengapa dan bagaimana manusia saling bekerja sama agar dapat menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi orang lain maupun golongan tertentu dan masyarakat luas.

Manajemen usaha adalah salah satu hal tersulit yang dapat dilakukan seorang wirausahawan bahkan, salah satu hal terpenting yang dapat dilakukan siapa pun. Tidak semua wirausahawan memiliki bakat alami dan harus bekerja keras untuk melakukannya dengan benar. Beberapa mungkin gagal mengatur waktu mereka dengan benar, sementara yang lain kurang memiliki pemikiran strategis atau kreativitas.

Manajemen usaha, bisa juga disebut manajemen bisnis adalah proses di mana perusahaan merencanakan, mengatur, mengarahkan dan mengendalikan kegiatan dan sumber daya perusahaan untuk mencapai tujuannya dengan cara yang efektif dan efisien dalam lingkungan yang selalu berubah. Ini adalah proses mengawasi dan mengendalikan urusan bisnis organisasi. Manajemen usaha juga melibatkan pembentukan lingkungan bisnis bagi karyawan dan pengusaha sehingga mereka dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan organisasi dengan sukses dan kompeten.

Di Desa Melati II Kecamatan Perbaungan ada UMKM yang menjadi objek pengabdian kepada masyarakat yaitu UMKM pembuatan tempe dan budidaya ulat maggot. Tujuan pengabdian masyarakat ini (1) untuk mengedukasi penguatan manajemen usaha pada UMKM Tempe di Desa Melati II, (2) untuk mengedukasi strategi pemasaran pada UMKM Ulat Maggot di Desa Melati II. Dengan meningkatnya pemahaman para pelaku UMKM tentang pentingnya manajemen usaha dan strategi pemasaran diharapkan membantu usaha mereka agar lebih berkembang dan bersaing. Sehingga penulis tertarik mengambil tema pengabdian tentang Pemberdayaan Manajemen Usaha dan Strategi Pemasaran pada UMKM di Desa Melati II.

PELAKSANAAN DAN METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu tentang edukasi manajemen usaha dan strategi pemasaran pada UMKM di Desa Melati II, dimaksudkan untuk membantu pelaku UMKM memahami bagaimana cara *manage* usaha dan memasarkan produknya. Kegiatan ini berlangsung selama 2 (dua) hari.

Target utama dalam kegiatan ini adalah warga setempat pelaku UMKM di sekitar desa Melati II. Oleh karena itu, untuk memecahkan permasalahan di atas, maka dilakukan hal-hal berikut: edukasi mengenai manajemen usaha dan strategi pemasaran kepada pelaku UMKM di Desa Melati II yang berkenaan hadir untuk mengikuti kegiatan tersebut.

Kegiatan-kegiatan tersebut dilakukan dalam rentang waktu kurang lebih 2 hari edukasi mengenai manajemen usaha dan strategi pemasaran dilaksanakan pada hari Selasa dan Kamis tanggal 15 dan 16 Agustus 2022. Adapun tempat pelaksanaan kegiatan-kegiatan tersebut di Desa Melati II.

Tabel 1. Rencana Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No	Nama kegiatan	Waktu pelaksanaan	Tempat	Jumlah peserta	Keterangan
1	Edukasi Manajemen Usaha dan Strategi Pemasaran di UMKM (Usaha Pembuatan Tempe)	15 Agustus 2022	Desa Melati II	9 orang	Pelaku UMKM
2	Edukasi Manajemen Usaha dan Strategi Pemasaran di UMKM (Budidaya Ulat Maggot)	16 Agustus 2022	Desa Melati II	8 orang	Pelaku UMKM

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di desa Melati II Kecamatan Perbaungan, Kabupaten Serdang Bedagai dilakukan dengan menggunakan metode – metode sebagai berikut :

1. Metode pendekatan , yakni metode atau cara yang dilakukan untuk mengenal dengan masyarakat desa setempat untuk mengetahui keadaan desa tersebut.
2. Metode sosialiasasi , yakni metode atau cara yang dilakukan dalam berinteraksi dengan Pelaku UMKM untuk mendiskusikan bagaimana cara *me-manage* usahanya dan mengoptimalkan pemasaran UMKM di desa Melati II

Materi kegiatan disusun dalam bentuk media powerpoint dan dipresentasikan kepada para pelaku UMKM di desa Melati II.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM cenderung menggunakan SDM yang ada di sekitar wilayah usahanya, walaupun tanpa memiliki keahlian yang diperlukan. Namun hal ini dapat diatasi dengan pelatihan terhadap karyawan baru. Tidak ada strategi pemasaran yang digunakan secara khusus, karena pemasaran dilakukan atas dasar kebetulan atau kemudahan memasuki suatu pasar.

Pelaku UMKM yang cenderung memiliki pendidikan yang rendah, menyebabkan mereka kurang familiar pada teknologi, terutama teknologi informasi yang seharusnya dapat dimanfaatkan sebagai salah satu strategi pemasaran. Pelaku UKM menggunakan internet sebatas untuk mencari masukan untuk inovasi yang bisa mereka lakukan. Pelaku UMKM secara otomatis membuat segmentasi atas produknya, salah satunya berdasarkan bahan baku yang diperlukan.

Aspek-aspek manajemen perusahaan merupakan pedoman untuk melakukan manajemen usaha. Walaupun merupakan usaha kecil dan menengah, pelaku UMKM perlu melakukan manajemen usaha agar dapat melakukan prinsip-prinsip manajemen dengan baik sehingga dapat mengevaluasi usahanya dan mengetahui perkembangan usahanya.

UMKM sebagai salah satu bentuk perekonomian rakyat yang memiliki peran besar dalam perekonomian negara, memerlukan model manajemen usaha. Model manajemen usaha ini mengadopsi dari manajemen perusahaan, yang bekerja pada aspek manajemen produksi, manajemensumber daya manusia, manajemen keuangan, dan manajemen pemasaran. Dalam aplikasi manajemen usaha tersebut, dikembangkan kriteria pengukuran kinerja yang dapat diadopsi dan diaplikasikan secara praktis.

Hasil Kunjungan ke UMKM (Usaha Tempe dan Usaha Ulat Maggot) Di Desa Melati II

1. Deskripsi Kegiatan

UMKM disebut sebagai roda penggerak dalam pembangunan ekonomi nasional , sebab dapat menyerap tenaga kerja, mengatasi masalah kemiskinan dan membantu pendistribusian hasil–hasil pembangunan. setiap pelaku yang menjalankan kegiatan kewirausahaan yang dijalankan

, tidak hanya menciptakan produk-produk yang unik saja namun para pelaku usaha, seperti pemilik UMKM pun di haruskan memiliki strategi pemasaran yang dapat mengembangkan bisnis yang di jalankan , menarik konsumen, dan memperluas pangsa pasar. Dalam kegiatan pemasaran yang sering menjadi kendala pada usaha kecil mikro dan menengah (UMKM) , yaitu pemanfaatan media pemasaran yang kurang maksimal dan kurang maksimal dan kurang memberikan keuntungan bagi bisnis.

2. Tujuan dan Manfaat Kegiatan

Tujuan dan manfaat program ini adalah agar pelaku UMKM lebih mudah untuk memasarkan produk nya dengan cara melakukan strategi pemasaran melalui strategi pemasaran 4P yaitu: *Product* (produk), *Price* (harga), *place* (tempat) dan *promotion* (promosi). di samping itu agar Pelaku UMKM bisa bersaing dengan yang lain nya dan mendapatkan laba yang signifikan dengan membuat manajemen usaha beserta penguatannya serta membuat laporan keuangan nya dan agar masyarakat di desa Melati II terutama di dusun randu Pisang dapat mengetahui usaha UMKM ini.

3. Sasaran Yang Ingin Dicapai

Sasaran yang ingin di capai adalah para pelaku UMKM di desa Melati II (usaha tempe dan usaha ulat maggot) . Dengan adanya program ini para UMKM ini lebih mengerti dalam memasarkan produk melalui media social dan melalui *banner* seperti contoh membuat *banner* produk tempe. Serta para pelaku UMKM dapat *me-manage* usahanya serta menyusun laporan pembukuan keuangannya.

4. Hasil Yang Dicapai

Dengan strategi pemasaran melalui media sosial masyarakat menjadi lebih tau adanya UMKM (usaha Tempe dan Usaha Ulat Maggot) dan para pelaku UMKM ini bisa meningkatkan volume penjualannya, dan juga memberikan dampak baik bagi para pelaku UMKM (usaha tempe dan usaha ulat maggot) terkait bagaimana mempertahankan usaha nya melalui penguatan manajemen usaha.

5. Faktor Pendukung dan Kendala Yang Dihadapi

Faktor pendukung : semangat dan antusias dari para pelaku UMKM (usaha Tempe) dalam membuat banner Kendala Yang Dihadapi : para pelaku UMKM masih belum mengerti bagaimana cara memasarkan via sosial media.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Adapun kesimpulan dari pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat, yaitu:

1. Para pelaku UMKM Tempe dan UMKM Ulat Maggot dapat menerima secara positif dari sosialisasi dari kami tentang penguatan manajemen dan strategi pemasaran pada UMKM di Desa Melati II.
2. Edukasi kepada para pelaku UMKM melalui pemanfaatan media digital sebagai salah salah satu stretegi memasarkan produknya sehingga konsumen lebih mengenal produk yang dihasilkan oleh UMKM tersebut.

Rekomendasi penggunaan media sosial sebagai media untuk berwirausaha mempengaruhi para UMKM tersebut mendorong penjualan produk yang lebih baik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dan mebari dukungan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Primiana, Ina, 2009, Menggerakkan Sektor Riil UKM & Industri, Alfabeta Bandung.
- Supeni, R.E. & Sari, M.I. 2011. Upaya Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Melalui Pengembangan Manajemen Usaha Kecil. Laporan Seminar Tidak Diterbitkan. Jember: Fakultas Ekonomi UNIMUS.
- Tambunan, T. 2002. Usaha Kecil dan Menengahdi Indonesia: Beberapa Isu Penting. Jakarta: Salemba.