

PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN DAN TATA KELOLA UMKM EKONOMI PANCASILA

Teuku Alexander Azwani Amzul¹, Susanto Yogo Purnomo², Glen Fortuna Dela Fortega³, Ari Prihatni⁴, M Syachro Hendarto⁵
Universitas Bung Karno Jakarta, Indonesia
Email: alexamzul313@gmail.com¹, susantoyogo42@gmail.com², gfdela@yahoo.com³, prihatni.ari@gmail.com⁴, hendartosachro@gmail.com⁵

*Correspondence: alexamzul313@gmail.com

INFO ARTIKEL

Diajukan : 05-12-2022
Diterima : 20-12-2022
Diterbitkan : 29-12-2022

ABSTRAK

Riset ini dilatarbelakangi oleh persaingan usaha yang terus menjadi besar membuat para pelaku Usaha Mikro Kecil, serta Menengah(UMKM) wajib mempunyai strategi pemasaran yang baik buat senantiasa bisa bersaing dengan para kompetitornya serta masih minimnya pengetahuan serta uraian dalam mengalami persaingan di masa digital dan khasiatnya untuk pelakon usaha. Fakultas Ekonomi serta Bisnis Universitas Bung Karno(FEB UBK) merencanakan dan memfasilitasi dosen-dosen yang berkeinginan untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dan ini menjadi dasar bagi FEB Universitas Bung Karno Program Studi Manajemen untuk merencanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam setiap rencana kerja tahunan.

Kata kunci: Strategi Pemasaran; Sosial Media; Wirausaha; Peluang Usaha.

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat FEB Universitas Bung Karno adalah buat mengkaji gimana metode mempraktikkan strategi pemasaran selaku upaya tingkatkan usaha kecil serta menengah kepada warga Kelurahan Karet Tengsin Kecamatan Tanah Abang pada waktu pandemik dengan memakai sosial media buat menjalankan ikatan baik serta berbicara dengan para konsumen dan meningkatkan semangat wirausaha kreatifitas dan mencari peluang baru yang ada.

ABSTRACT

The background of this research is that increasingly strong business competition makes Micro, Small Medium Enterprises(MSMEs) actors should have a good marketing strategy to remain competitive with their rivals and there is still a lack of science and understanding in dealing with competition in the digital masa and its benefits for business actors. The Faculty of Economics also Business, Bung Karno University(FEB UBK) plans and facilitates lecturers who wish to carry out community service activities. And this is the basis for FEB Bung Karno University Management Study Program to plan community service activities in each annual work plan.

Keywords: Marketing Strategy; Social Media; Entrepreneurship.

The purpose of community service activities at FEB Bung Karno University is to examine how to apply marketing strategies as the tool to increase small medium businesses to the people of Karet Tengsin Village, Tanah Abang District during a pandemic by

using social media to establish good relations and communicate with consumers and increase morale creative entrepreneur and looking for new opportunities that exist.



Attribution-ShareAlike 4.0 International

Pendahuluan

Dedikasi kepada warga dalam pengamalan IPTEK yang dicoba oleh Akademi Besar secara kelembagaan lewat tata metode ilmiah secara langsung kepada warga di luar kampus, dalam berbagai bentuk yang jadi ciri interaksi dengan warga menurutnya (Mawati et al., 2020). Kewajiban Tri Dharma Akademi Besar yang harus dilaksanakan oleh dosen selain 2 dharma yang lain, ialah: dharma pembelajaran serta pengajaran serta dharma riset maka wajib melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (Suheri, 2018). Pemanfaatan pemasaran lewat sosial media dialami masih belum optimal bila dibanding dengan perkembangan jumlah pengguna internet (Hidayati, 2021). Saat ini UMKM wajib benar-benar menggunakan Internet dalam tingkatkan penjualan produk, untuk berikutnya diiringi dengan kenaikan penciptaan serta produktivitas UMKM (Budiarto et al., 2018). Tantangan kontinuitas serta mutu produk yang bisa dialami dengan baik hendak membuat UMKM berhasil serta kilat berkembang. Oleh sebab itu strategi pemasaran yang diterapkan oleh UMKM supaya produk yang dihasilkan bisa diterima oleh warga dengan ialah pemasaran berbasis online lewat media social, yang diketahui pula marketing berbasis digital.

Demi kelangsungan hidup negara dan bangsa Indonesia di masa globalisasi, mewajibkan kita buat melestarikan nilai-nilai Pancasila (Dewi, 2021). Mengenai ini menarik buat dikaji bersama, dengan berlandaskan pada dasar negara kita Pancasila yang memiliki asas kekeluargaan dan gotong royong, biar generasi penerus bangsa tetap dapat menghayati dan mengamalkannya, dan intisari nilai-nilai yang luhur itu tetap terpelihara sebagai pedoman bangsa Indonesia selama masa.

Usaha Mikro Kecil serta Menengah (UMKM)

Aktivitas bisnis di Indonesia sebagian besar didominasi oleh warga lewat bingkai Ekonomi Kreatif (berikutnya diucap Ekraf) serta Usaha Mikro Kecil serta Menengah (berikutnya diucap UMKM) (Arrizal & Sofyantoro, 2020). Pemilihan bingkai ini sebab konsepnya yang simpel serta terjangkau khususnya untuk warga menengah ke dasar. Walaupun demikian, para pelaku Ekraf serta UMKM juga wajib menjajaki pertumbuhan era supaya tidak kalah dengan industri besar serta sanggup bersaing di pasar secara ketat serta kompetitif. Untuk kearah itu, mereka wajib membiasakan dengan keberadaan digital menggunakan media internet serta dunia maya ataupun digital. Pemberdayaan warga lewat iptek digitalisasi UMKM Desa jadi sangat berarti dicoba dalam masa data saat ini (Setiawan, 2020)

Strategi Pemasaran

Bagi (Lo & Campos, 2018) *marketing strategy is the set of integrated decisions and actions, by which a company wants to recognize and meet customer needs in order to achieve marketing goals.* Bersumber pada penjelasan diatas bisa dimaksud kalau marketing strategi merupakan sesuatu kumpulan keputusan serta aktivitas yang terintegrasi supaya industri mengenali kebutuhan konsumen guna menggapai tujuan pemasaran industri.

Sosial Media

Media Sosial ialah suatu kelompok aplikasi berbasis internet yang dibentuk bersumber pada fondasi ideologis serta teknologi dari website yang membolehkan terbentuknya penciptaan serta pertukaran konten yang diciptakan oleh penggunanya (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Untuk pertumbuhan komunikasi, media sosial membolehkan kenaikan nilai (value) dari para pelakunya, dengan memakai prinsip membangun relasi

Wirausaha

Bagi Keputusan Menteri Koperasi serta Pembinaan Pengusaha Kecil No 961/ KEP/ Meter/ XI/ 1995, kewirausahaan merupakan semangat, perilaku, sikap, serta keahlian seorang dalam menanggulangi usaha ataupun aktivitas yang menuju pada upaya mencari, menghasilkan, dan mempraktikkan metode kerja, teknologi serta produk baru dengan tingkatan efisiensi dalam rangka membagikan pelayanan yang lebih baik serta ataupun mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

Esensi kewirausahaan ialah asumsi yang positif buat diri sendiri serta ataupun pelayanan yang lebih baik pada pelanggan serta warga, metode yang etis serta produktif buat menggapai tujuan, dan perilaku mental buat merealisasikan asumsi yang positif tersebut (Suardika & Sujianto, 2012).

Metode Penelitian

Penerapan aktivitas dedikasi warga ini dicoba dalam 2(2)jj tahapan dimana sesi pertama adalah memberikan pemahaman kepada masyarakat Kelurahan Karet Tengsin Kecamatan Tanah Abang mengenai penerapan strategi pemasaran dan tata kelola UMKM (menggunakan sosial media) dan tahap kedua mengenai wirausaha kreativitas dan peluang.

Hasil dan Pembahasan

4.1 Pemberian Materi

Tabel 1. Jadwal Narasumber

Materi 1	Penerapan Strategi Pemasaran Dan Tata Kelola UMKM (Menggunakan Social Media)
Pemateri :	Ari Prihatni
Peserta	Karang Taruna, FKDM, PKK, LMK Pelaku UMKM di lingkungan Kelurahan Karet Tengsin Kecamatan Tanah Abang
Metode	Presentasi dan Tanya Jawab
Peralatan pendukung	Infocus, Layar Infocus
Durasi kegiatan	09.00–11.00 WIB
Materi 2	Wirausaha, Kreatifitas dan Peluang
Pemateri :	Glen Fortuna Dela Fortega
Peserta	Karang Taruna, FKDM, PKK, LMK

Penerapan Strategi Pemasaran dan Tata Kelola UMKM Ekonomi Pancasila di Kelurahan Karet Tengsin Kecamatan Tanah Abang Jakarta Pusat

Metode	Pelaku UMKM di lingkungan Kelurahan Karet Tengsin Kecamatan Tanah Abang
Peralatan pendukung	Presentasi dan Tanya Jawab
Durasi kegiatan	Infocus, Layar Infocus 13.30–15.00 WIB



Gambar 1. Dokumentasi Kegiatan

Peserta pengabdian juga menyatakan bahwa mereka berterima kasih diperkenankan dan diundang hadir pada kegiatan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Karno untuk melakukan pengabdian masyarakat ini. dari hasil PKM yang diselenggarakan Universitas Bung Karno dengan Kelurahan Karet Tengsin ini masyarakat mendapatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai Strategi Pemasaran dan mengolah UMKM dengan Sosial Media dan menjadi Wirausaha Kreativitas dan peluang untuk usaha yang sedang mereka jalankan saat ini.



Gambar 2. Dokumentasi Kegiatan

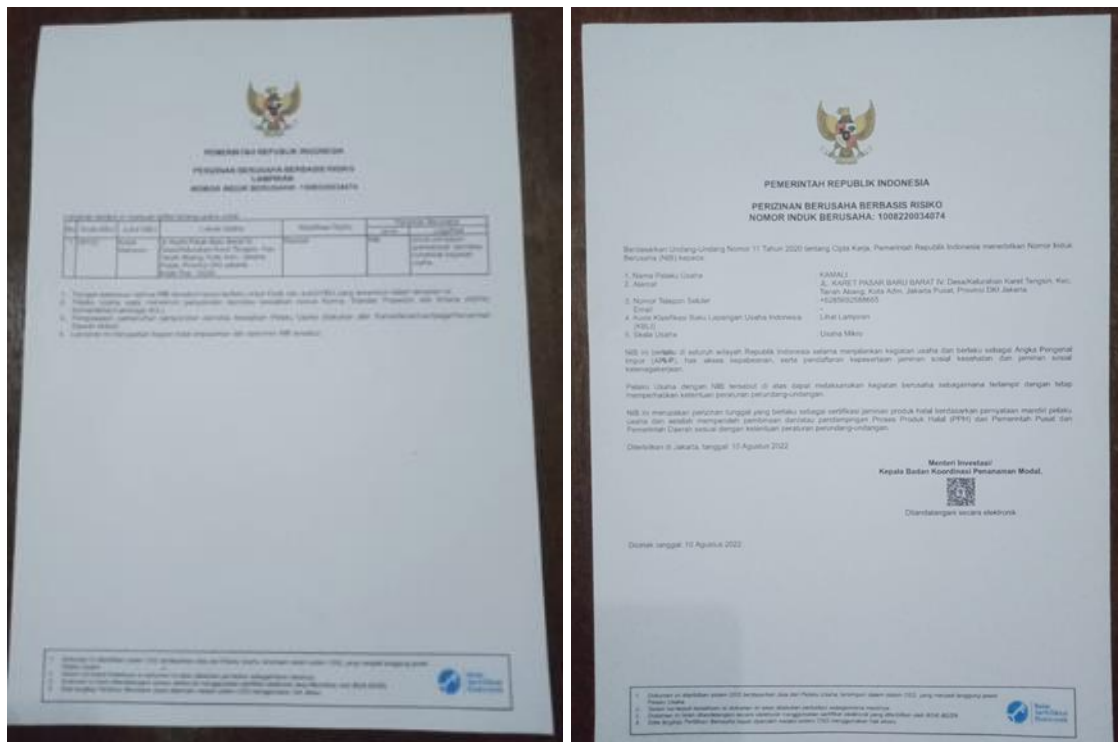
Penerapan Strategi Pemasaran dan Tata Kelola UMKM Ekonomi Pancasila di Kelurahan Karet Tengsin Kecamatan Tanah Abang Jakarta Pusat



Gambar 3. Dokumentasi Kegiatan

4.3 Luaran

Serta aktivitas ini pula langsung ditindaklanjuti pengurus RW serta pihak Kelurahan dengan membagikan kepada Pelakon Usaha Mikro Kecil Menengah di daerah Kelurahan Karet Tengsin Kecamatan Tanah Abang ialah berupa No Induk Berupaya(NIB) dimana khasiat NIB antara lain: Memudahkan akses Kredit Usaha Rakyat(KUR), Mendapatkan pelatihan, Membuat usaha Kamu memperoleh legalitas, Pas sasaran dalam mendapatkan program pemerintah, serta Kemudahan merambah komunitas formal.



Gambar 4. Dokumentasi Kegiatan

Kesimpulan

Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan pada masyarakat Kelurahan Karet Tengsin Kecamatan Tanah Abang dapat disimpulkan bahwa (1) Materi yang di sampaikan pada kegiatan pengabdian masyarakat telah dilakukan dengan baik serta mudah serta menemukan asumsi yang bersemangat dari warga. (2) Masyarakat sebagai pelaku UMKM di wilayah ini juga mendapatkan pemahaman baru mengenai menerapkan strategi pemasaran dan

mengelola usaha dengan menggunakan social media untuk mereka selaku pelaku UMKM, (3) Masyarakat sebagai pelaku UMKM di wilayah ini juga mendapatkan pemahaman mengenai wirausaha yang memiliki kreativitas dan memanfaatkan peluang, (4) Dengan terlaksana kegiatan pihak pemerintah setempat Kelurahan dan Kecamatan juga langsung mendengarkan kebutuhan masyarakatnya dengan langsung membuat Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada masyarakat pelaku UMKM Kelurahan Karet Tengsin Kecamatan Tanah Abang sebagai bukti legalitas atas usaha mereka.

Bibliografi

- Arrizal, N. Z., & Sofyantoro, S. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Dan Umkm Di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi. *Birokrasi Pancasila: Jurnal Pemerintahan, Pembangunan Dan Inovasi Daerah*, 2(1), 48–49. <https://Mail.Jurnal.Madiunkab.Go.Id/Index.Php/Bp/Article/View/48>
- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). *Pengembangan Umkm Antara Konseptual Dan Pengalaman Praktis*. Ugm Press. https://Books.Google.Co.Id/Books?Hl=Id&Lr=&Id=Jddbdwaaqbaj&Oi=Fnd&Pg=Pr5&Dq=Saat+Ini+Umkm+Wajib+Benar+Benar+Menggunakan+Internet+Dalam+Tingkatkan+Penjualan+Produk,+Untuk+Berikutnya+Diiringi+Dengan+Kenaikan+Penciptaan+Serta+Produktivitas+Umkm&Ots=Itmpvwar0z&Sig=Adypueb_Gydxwtuh5fes8hsn7rc&Redir_Esc=Y#V=Onepage&Q&F=False
- Dewi, D. A. (2021). Implementasi Nilai-Nilai Pancasila Dalam Wawasan Kebangsaan Di Era Globalisasi. *Jurnal Global Citizen: Jurnal Ilmiah Kajian Pendidikan Kewarganegaraan*, 10(2), 49–58. <https://Doi.Org/10.33061/Jgz.V10i2.5584>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jmd: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61–76. <https://Doi.Org/10.26533/Jmd.V1i2.175>
- Hidayati, N. (2021). Pemanfaatan Website Sekolah Sebagai Strategi Digital Marketing Di Madrasah Aliyah Unggulan Amanatul Ummah Surabaya. *Jurnal Kependidikan Islam*, 11(1), 111–133. <https://Doi.Org/10.15642/Jkpi.2021.11.1.111-133>
- Lo, F.-Y., & Campos, N. (2018). Blending Internet-Of-Things (Iot) Solutions Into Relationship Marketing Strategies. *Technological Forecasting And Social Change*, 137, 10–18. <https://Www.Sciencedirect.Com/Science/Article/Abs/Pii/S0040162518306334>
- Mawati, A. T., Permadi, Y. A., Rasinus, R., Simarmata, J., Chamidah, D., Saputro, A. N. C., Purba, B., Ritonga, M. W., Sudono, E. P., & Purba, B. (2020). *Inovasi Pendidikan: Konsep, Proses Dan Strategi*. Yayasan Kita Menulis. https://Books.Google.Co.Id/Books?Hl=Id&Lr=&Id=5g8jeaaaqbaj&Oi=Fnd&Pg=Pa99&Dq=Dedikasi+Kepada+Warga+Dalam+Pengamalan+Iptek+Yang+Dicoba+Oleh+Akademi+Besar+Secara+Kelembagaan+Lewat+Tata+Metode+Ilmiah+Secara+Langsung+Kepada+Warga+Di+Luar+Kampus,+Dalam+Berbagai+Bentuk+Yang+Jadi+Ciri+Interaksi+Dengan+Warga+Menurutnya&Ots=B0vqrizoix&Sig=Q3lzxv438kwvabqbceozmqm-Biy&Redir_Esc=Y#V=Onepage&Q&F=False
- Setiawan, H. C. B. (2020). *Redesign Bisnis Pasca Pandemi Covid-19: Prespektif Umkm, Bumdes & Usaha Ekonomi Pesantren*. Mukmin Publishing. https://Books.Google.Co.Id/Books?Hl=Id&Lr=&Id=-Jt5dwaaqbaj&Oi=Fnd&Pg=Pa1&Dq=Pemberdayaan+Warga+Lewat+Iptek+Digitalisasi+Umkm+Desa+Jadi+Sangat+Berarti+Dicoba+Dalam+Masa+Data+Saat+Ini+&Ots=451ddu8z31&Sig=Jcgmsmatd40cca970pmnevs99b0&Redir_Esc=Y#V=Onepage&Q&F=False
- Suardika, I. B., & Sujianto, S. (2012). Model Pembelajaran Untuk Menumbuh Kembangkan Jiwa Kewirausahaan Pada Mahasiswa. *Industri Inovatif: Jurnal Teknik Industri*, 2(1), 52–56. <https://Ejournal.Itn.Ac.Id/Index.Php/Industri/Article/View/1461>

Penerapan Strategi Pemasaran dan Tata Kelola UMKM Ekonomi Pancasila
di Kelurahan Karet Tengsin Kecamatan Tanah Abang Jakarta Pusat

Suheri, A. (2018). Sistem Monitoring Kinerja Dosen Dalam Kegiatan Tri Dharma Perguruan Tinggi (Studi Kasus Stmik Cilegon). *Media Jurnal Informatika*, 9(1).
<https://doi.org/10.35194/mji.v9i1.244>