



PENGABDIAN PADA MASYARAKAT

Editor Officer : PPPM Institut Teknologi pagar Alam Jl Masik Siagim No.75
Kec Dempo Tengah Kota Pagar Alam Sumatera Selatan Indonesia
Email : Ngabdimas@lppmsttpagaralam.ac.id
Alamat Jurnal : <https://ejournal.pppmitpa.or.id/>

PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN STRATEGI MARKETING UNTUK MEMPERLUAS PEMASARAN PRODUKSI UMKM IKAN SALAI DI KECAMATAN SUNGAI ROTAN

¹⁾ Emiyati*, ²⁾ Muhammad Taufik, ³⁾ Heriawan, ⁴⁾ Inike Fratiwi, ⁵⁾ Novita Sari

^{1,2,3,5)}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Hukum

⁴⁾Program Studi Ilmu Lingkungan, Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Serasan

Jln.H.Pangeran Danal No.142 Kelurahan Muara Enim

*Email: emiyati@unsan.ac.id, muhammadtaufik@unsan.ac.id

heriawan@unsan.ac.id, inikefratiwi@ac.id, novitasari@unsan.ac.id

Abstrak

Pengabdian Kepada Masyarakat merupakan salah satu kegiatan Tri Darma Perguruan Tinggi yang dilaksanakan oleh Dosen dan Mahasiswa. Dalam kegiatan kali ini Dosen dan Mahasiswa Universitas Serasan Muara Enim akan melaksanakan kegiatan tersebut di Desa Rantau Batu Kecamatan Sungai Rotan Kabupaten Muara Enim. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan kepada Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) yaitu Para Pengusaha Ikan Salai dengan tujuan untuk memperluas pemasaran produksi menggunakan strategi digital marketing maka solusinya adalah melalui media sosial yang memberikan kemudahan untuk bertransaksi online. Metode pelaksanaan dimulai dari peneliti mengadakan sosialisasi dan pendampingan dalam pengembangan strategi digital marketing untuk pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Selanjutnya menjelaskan strategi digital marketing dengan menggunakan WhatsApp, Facebook dan Instagram serta melakukan pendampingan pembuatan Merk Dagang. Setelah kegiatan sosialisasi ini selesai. Para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diharapkan mampu mengembangkan dan memperluas pemasaran produksinya melalui media sosial.

Kata Kunci : Digital Marketing, Kewirausahaan, Media Sosial

1. PENDAHULUAN.

Kewirausahaan adalah salah satu kegiatan membangun usaha untuk menghasilkan sebuah produk atau jasa yang bermanfaat serta dapat di gunakan bagi orang banyak, di dalam nya juga terdapat inovasi yang dapat di kembangkan. Pemanfaatan media sosial untuk memasarkan produk dalam kewirausahaan merupakan bagian dari upaya memperluas jaringan dengan pemanfaatan media sosial pemasaran. *Social media marketing* adalah strategi pemasaran digital yang menggunakan platform media sosial untuk mempromosikan produk atau layanan. Kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan dan mengelola sesuatu yang baru melalui proses yang kreatif dan inovatif bisa dijadikan dasar, kiat, serta sumber daya dalam memecahkan suatu masalah dan menemukan suatu peluang untuk memperbaiki kehidupan manusia. Menurut Jong dan Wennekers, kewirausahaan adalah pengambilan risiko untuk menjalankan usaha sendiri dengan memanfaatkan peluang-peluang dalam menciptakan usaha baru dengan pendekatan yang inovatif sehingga usaha yang dikelola bisa berkembang besar dan mandiri dalam menghadapi berbagai tantangan-tantangan serta persaingan.

Kegiatan pelatihan kewirausahaan yang diajarkan kepada pelaku usaha ikan salai masih sangat minim, dimana pelatihan kewirausahaan yang diajarkan cenderung pada materi bukan pelatihan atau praktik. Pelatihan kewirausahaan sejak dini bertujuan untuk menanamkan mentalisme wirausahawan. Dengan adanya dasar kewirausahaan yang diberikan sejak dini
P-ISSN : 2715-9841

diharapkan dapat mendorong jiwa kreativitas dan inovasi peserta untuk menciptakan sesuatu yang memiliki *value added* atau nilai tambah yang memiliki nilai ekonomis.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sebuah komunitas untuk para wirausaha yang berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan para tenaga kerja sehingga hal tersebut perlu adanya pemberdayaan, dengan ini pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sehingga dapat memanfaatkan media *digital marketing* untuk dapat melakukan pemasaran ikan salai dan dapat meningkatkan penjualan produknya supaya dapat menjangkau pasaran yang lebih luas dan serta dapat untuk mempromosikan suatu produknya.

Digital marketing menurut Chaffey seperti yang dikutip oleh Hildayanti dan Sariwaty adalah penerapan teknologi digital yang membentuk *online channel* ke pasar (website, e-mail, database, digital TV dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk di dalamnya blog, feed, podcast, dan jejaring sosial) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran.

Media sosial yang dapat di gunakan dalam kegiatan memasarkan produk bisa menggunakan media sosial : *WhatsApp, Facebook, dan Instagram*. Penting digunakan untuk memperluas pemasaran melalui *digital marketing* yang saat ini sedang trend dikalangan masyarakat. Konsep penerapan *digital marketing* adalah suatu hal yang dilakukan untuk mendongkrak penjualan suatu barang. Jika sebuah usaha akan mempromosikan produk dan jasa maka harus memiliki sebuah jaminan bahwa produk makanan tersebut memiliki kualitas yang terpercaya baik dari sisi rasa, tekstur, warna, gizi maupun kemasan yang dapat menarik minat para konsumen bisa memutuskan untuk membelinya.

Penerapan dalam kegiatan pemasaran dan penggunaan manajemen yang tepat dalam sebuah kegiatan usaha merupakan bagian yang penting dan menentukan dalam mengembangkan sebuah usaha. Supaya lebih berkembang dan mampu mendukung kestabilan perekonomian nasional dengan memanfaatkan teknologi yang sudah ada. Pada gambar di bawah ini narasumber menjelaskan dan memberi pelatihan untuk memasarkan ikan salai dengan strategi *digital marketing*.

Gambar 1. Sosialisasi dan pemahaman tentang kewirausahaan dan digital marketing



Dengan adanya pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), merupakan langkah strategis untuk meningkatkan produktivitas serta mengembangkan sektor perekonomian itu sendiri. Selain untuk meningkatkan produksi juga perlu dilakukan perluasan pemasaran produk karena pada umumnya ada pada penjualan, salah satu penyebabnya adalah cara untuk memasarkan produk ikan salainya belum luas dan berkembang karena terkendala dan oleh karena itu perlu adanya pendampingan program pelatihan supaya cara pemasarannya bisa dilakukan dengan semaksimal mungkin sehingga volume penjualan selalu meningkat.

Permasalahan lainnya yang terjadi pada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah belum tersedianya penjualan via *online* yang tentunya akan menghambat kenaikan pendapatan. Sehingga pembelian produk dilakukan hanya melalui via *offline* saja. Mendaftarkan akun sosial media tentunya akan mempermudah pihak pemilik untuk dapat mengembangkan usahanya. Permasalahan yang dirasakan oleh para pengrajin ikan salai, masalah utamanya adalah karena keterbatasan keterampilan dan keahlian SDM yang perlu

mendapat perhatian dan bantuan pelatihan serta pendampingan pengelolaan penjualan hasil produksi.

2. METODE.

Metodelogi yang digunakan di dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi

1. Sosialisasi pendampingan pengembangan strategi *digital marketing* ditujukan kepada para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) serta motivasi dalam kegiatan kewirausahaan.
2. Menjelaskan strategi digitalisasi marketing dengan menggunakan *WhatsApp, Facebook* dan *Instagram* serta melakukan pendampingan pembuatan Merk Dagang. Kegiatan ini dibantu oleh para peserta dan dilaksanakan pada pelaku usaha ikan salai Desa Rantau Batu Kecamatan Sungai Rotan Kabupaten Muara Enim, bertempat di kantor desa. Cara seperti ini dianggap lebih efektif sebab dapat dengan mudah menunjukkan atau diperlihatkan pada peserta sosialisasi. Implementasi kegiatan ini ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 1. Pembagian Tugas dalam kegiatan Pengabdian

Kegiatan	Teknik	Pelaksana Kegiatan	Hasil Yang Ingin Di Capai
Pendamping Pengembangan Strategi Digitalisasi Marketing Untuk Memperluas Pemasaran Ikan Salai Di Desa Rantau Batu Kecamatan Sungai Rotan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sosialisasi 2. Pendampingan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Emiyati 2. M.Taufik 3. Heriawan 4. Inike Fratiwi 5. Novita Sari 	Peserta memahami kegiatan kewirausahaan dapat di lakukan secara digital marketing.

3. PEMBAHASAN DAN HASIL

Untuk memberikan pemdampingan dan pelatihan secara langsung bagaimana upaya menggunakan Digitalisasi untuk meningkatkan penjualan, memperluas pemasaran dan mengenalkan merk dagang Ikan Salai desa Rantau Batu ke masyarakat luas. Pengabdian yang dilakukan pada kegiatan peningkatan jiwa Kewirausahaan Pelaku usaha Ikan Salai Desa Rantau Baru Kecamatan Sungai Rotan, dimana untuk mengembangkan sikap, jiwa dan kemampuan menciptakan sesuatu yang bernilai bagi diri sendiri maupun orang lain. Dalam memberikan pemahaman kepada Pelaku usaha bahwa kegiatan kewirausahaan tidak hanya terbatas pada proses membuat, menjual secara manual saja atau secara langsung berdasarkan pesanansaja tetapi lebih luas lagi kegiatan tersebut dapat dilakukan secara online atau tepatnya dapat menggunakan *digitai marketing*.

Tujuan utama *digital marketing* adalah untuk meningkatkan kesadaran merek, penjualan, keterlibatan, dan retensi pelanggan. Manfaatnya meliputi kemampuan untuk mencapai target pasar dengan lebih tepat, analisis dan pengukuran kinerja yang lebih baik, serta pemetaan target yang lebih akurat. Pelaksanaan Pelatihan Kewirausahaan pemasaran dengan digital marketing di desa rantau baru kecamatan sungai rotan berjalan lancar dan baik, karena tim dosen yang ikut berkontribusi dan berkoitmen dalam melaksanakan jalannya kegiatan pelatihan tersebut. Peran masing-masing dosen dalam tim yaitu sebagai narasumber untuk pemateri, penyedia logistik, operator, dokumenter dan yang lainnya. Tugas pemateri memberikan materi mengenai definisi dan karakteristik kewirausahaan, makna dan peran kewirausahaan, langkah dan tahapan menjadi seorang Wirausaha. Dimana pemateri menyampaikan materi yang sudah disiapkan dan melakukan diskusi. Tim dosen sebagai pemateri juga sebagai pendamping dalam pelatihan

kewirausahaan. Tugas tim operator yaitu membantu pemateri untuk mengatur jalannya slide presentasi yang disampaikan oleh pemateri dan membantu juga dalam mempersiapkan logistik dan konsumsi yang dibutuhkan. Tugas tim dokumentor adalah untuk mengambil dokumentasi selama kegiatan pelaksanaan pelatihan berlangsung.

Teknis pelaksanaan Pelatihan berikut ini: 1. Narasumber menjelaskan materi tentang pengertian kewirausahaan, makna dan peran kewirausahaan, tahapan-tahapan menjadi seorang wirausaha. Setelah menyampaikan materi tersebut, peserta diberikan kesempatan untuk bisa memberikan suatu pertanyaan mengenai materi yang telah disampaikan oleh narasumber. 2. Pemberian materi kewirausahaan selanjutnya yakni pemateri akan memperlihatkan contoh-contoh usaha penjualan dengan cara digital marketing. 3. Selanjutnya demonstrasi dengan menggunakan HP secara langsung. Pelatihan akan diberikan kepada tiap peserta berupa uraian atau langkah langkah dalam membuat akun di media sosial. 4. Peserta mulai mendemostrasikan produk yang akan di jual secara digital.

Dalam mengikuti pelatihan dimana peserta yang hadir adalah sebanyak 35 orang terdiri dari

Kepala Desa beserta para Perangkat Desa, para pelaku usaha kecil serta masyarakat guna untuk meningkatkan kreativitas pada akhirnya dapat menjadi nilai jual yang berdaya saing. Pencapaian dari pelaksanaan pengabdian ini sesuai dengan tujuan kegiatan pelatihan kewirausahaan yang berjalan lancar. Kegiatan pelatihan ini diharapkan memberikan manfaat bagi pelaku usaha ikan salai agar bisa berkreasi untuk menghasilkan sistem pemasaran yang lebih modern. Sehingga bisa membentuk daya saing yang lebih baik dimasa depan. Adapun dalam gambar dibawah ini adalah hasil dari kewirausahaan usaha ikan salai setelah dilakukan proses pengasapan dan siap untuk di distribusikan kepada para pelanggan.



Gambar 2. Hasil dari proses pembuatan ikan salai dan siap di pasarkan

4. KESIMPULAN

Prospek kegiatan pengembangan strategi marketing untuk memperluas pemasaran produksi UMKM Ikan Salai terlaksana dan berjalan sukses sesuai rencana kegiatan yang telah ditetapkan diawal tujuan tersebut ditujukan bagaimana para pelaku usaha dapat memanfaatkan media elektronik yang tadinya hanya untuk digunakan sebagai pengisi waktu yang kurang bermanfaat maka saat ini media elektronik tersebut dapat menjadi kreatifitas yang menjadi nilai positif seperti memasarkan produk secara online. menambah tingkat kreativitas dan dapat menjadi nilai jual yang berdaya saing. Selain itu dapat membantu kemampuan pelaku usaha lebih kreatif dalam hal pemasaran..

5. SARAN

Kemudian berdasarkan evaluasi yang dilakukan, maka disarankan yakni peserta wajib membiasakan diri secara berkelanjutan dengan ilmu yang dipelajari sehingga peserta menjadi ahli dalam melakukan kegiatan kewirausahaan pada akhirnya memberikan keuntungan bagi peserta dari hasil pembelajarannya..

DAFTAR PUSTAKA

Al Muin, N. 2018. *Motivasi Pengembangan Dan Pematangan Karir Kewirausahaan*. Jurnal SosiE-Kons 9-1.36-45, LPPM-Unindra.

- Adawiyah, R., 2007. *Pengolahan dan Pengawetan Ikan*. Penerbit Bumi Aksara. Jakarta
- Cahyani, Eni.2022. *Determinan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Mahapeserta Pada Perguruan Tinggi Swasta Di Sumatera Selatan*. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi*. No. 43 / Th. XXIV / Oktober 2017. ISSN 0853-8778.
- Carol, Seefledt& Barbara A. Wasik. 2018. *Affective Individu Wirausaha Terhadap Mahasiswa Politeknik Anika*. *Jurnal Strategi* .Vol. 12, No. 1 hal 25-45, April 2022. -ISSN : 2830-4454.
- Kasmir. 2018. *Kewirausahaan*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Kotler, Philip dan Keller K Lane 2018. *Manajemen Pemasaran*. New Jersey: Prentice Hal, <https://ejournal.unesa.ac.id>article https://projasaweb.com/pengertian-kewirausahaan/>
- Kotler, P., dan Amstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 (Edisi 12)*. Erlangga. Jakarta.
- Penny Az-Zahra, Arti Sukmalengkawati. 2022. *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen*. *Jurnal Ilmiah MEA*. STIE Yas Anggana, Garut. Vol. 6 No. 3
- Wibowo, S., 2000. *Industri Pengasapan Ikan*. Cetakan ke 2. Penerbit: Swadaya, Jakarta.
- Zed, E. Z. 2021. *Analisis Strategi Pemasaran Mangut Lele Asap Guna Melestarikan Makanan Tradisional (Studi Kasus Pada Kedai Rinati di Kota Tangerang)*. *Jurnal Pelita Ilmu*. Vol. 15 No. 2