

## **Pendampingan Pemasaran pada UMKM Kelurahan Muggut, Kecamatan Wungu, Kabupaten Madiun**

**Amri Amrulloh<sup>1</sup>, Fachri Aditya<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Politeknik Negeri Madiun

<sup>2</sup>Politeknik Negeri Jakarta

Email: [amri@pnm.ac.id](mailto:amri@pnm.ac.id)<sup>1</sup>, [fachri.aditya@bisnis.pnj.ac.id](mailto:fachri.aditya@bisnis.pnj.ac.id)<sup>2</sup>

### **Abstrak**

Pemasaran dilakukan dalam rangka memperkenalkan produk dan layanan pada para calon konsumen. UMKM sebagai penunjang perekonomian negara juga memerlukan media pemasaran agar meningkatkan minat pada para calon pembeli. Program pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada UMKM di Kabupaten Madiun, yaitu Bengkel Truk Hartono dan Warung Mbak Tut. Kegiatan dilaksanakan selama 2 minggu dari tanggal 3 sampai 17 Januari 2022. Akhirnya Bengkel Truk Hartono didampingi untuk membuat dan menggunakan program *membership* sebagai langkah promosi dan Warung Mbak Tut menggunakan media google my business sebagai media pemasaran.

**Kata Kunci** : Pelatihan, Pemasaran, Digital, Digital Marketing

### **Abstract**

*Marketing is carried out in order to introduce products and services to potential consumers. MSMEs as supporting the country's economy also need marketing media to increase interest in potential buyers. This community service program is carried out on MSMEs in Madiun Regency, namely the Bengkel Truk Hartono and Warung Mbak Tut. The activity was carried out for 2 weeks from January 3 to 17, 2022. Finally the Bengkel Truk Hartono was assisted to create and use a membership program as a promotional step and Warung Mbak Tut used google my business as a marketing medium.*

**Keywords:** Training, Marketing, Digital, Digital Marketing

## **PENDAHULUAN**

Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh para marketer untuk memberikan informasi dan menawarkan suatu produk barang atau jasa dengan tujuan agar calon konsumen tertarik dan melakukan keputusan pembelian agar perusahaan dapat memperoleh hasil yang maksimal dan memuaskan. Kegiatan marketing tentunya dilaksanakan untuk mendapatkan income yang memuaskan. Dalam hal ini marketing berfungsi untuk menghasilkan pemasukan bagi perusahaan dengan cara melakukan penawaran dan penjualan terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan guna menciptakan penjualan yang dapat berupa aktivitas mempertemukan pembeli dan penjual. Aktivitas promosi dalam rangka meningkatkan income harus dibuat efisien, agar tidak membebani keuangan perusahaan terlalu banyak. Oleh karena itu diperlukan media internet agar dapat meningkatkan efektivitas dan

efisiensi kegiatan pemasaran. Kegiatan pemasaran dalam dunia maya dapat disebut sebagai digital marketing.

Digital marketing pada dasarnya merupakan sesuatu yang berkaitan dengan ide-ide yang dituangkan dalam dunia digital, hal yang menjadi tolak ukur kesuksesannya adalah ketika produk-produk yang ditawarkannya itu apakah menjadi bahan pembicaraan oleh masyarakat. Digital marketing online dapat didistribusikan pada tingkat yang lebih cepat dan jangkauan yang lebih luas dari komunikasi pemasaran tradisional. Media digital memungkinkan konsumen untuk menelusuri informasi lebih dalam yang dibutuhkan untuk membuat keputusan sebelum melakukan pembelian. Selain itu, konsumen dapat melakukan interaksi secara cepat dengan penjual berkenaan dengan produk yang ditawarkan.

Madiun adalah kota yang letaknya cukup strategis. Kota Madiun dikelilingi sejumlah kabupaten yaitu, Kabupaten Ponorogo, Magetan, Ngawi, Pacitan, dan Kabupaten Madiun. Untuk menuju berbagai Kabupaten tersebut dengan melalui jalur darat harus melalui Kota Madiun. Mengingat gerbang tol, stasiun dan terminal bus ada di Kota Madiun. Pada akhirnya menjadikan Kota Madiun sebagai Kota transit. Kota transit akan menggerakkan sektor ekonomi masyarakat dan pendapatan asli daerah. Misalnya, banyaknya pengunjung yang transit di Kota Madiun, secara tak langsung akan membuat usaha makanan, souvenir, jasa, serta usaha lainnya bergerak. Salah satunya adalah usaha bengkel kendaraan yang kian marak di Kota Madiun dan sekitarnya. Sayangnya belum ada data yang pasti mengenai jumlah bengkel kendaraan di Kota Madiun.

Salah satu daerah yang memiliki banyak usaha bengkel adalah Kelurahan Munggut, Kecamatan Wungu, Kabupaten Madiun. Berbatasan langsung dengan Kota Madiun, menjadikan Kelurahan Munggut marak akan usaha bengkel kendaraan. Salah satu diantaranya adalah Bengkel Truk Hartono milik Pak Hartono di Jl. Raya Munggut RT. 06, Kabupaten Madiun. Berdiri sejak tahun 2008, Bengkel Truk Hartono sudah memiliki banyak pelanggan tetap. Disamping bengkel truk hartono, juga berdiri warung yang menjadi tempat singgah para pelanggan bengkel selama truk mereka diperbaiki.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Sistem Promosi Dan Media**

Sistem promosi dan media adalah tempat untuk dapat mencapai pasar yang dituju sehingga volume transaksi meningkat dan menguntungkan secara konsisten. Pameran lanjutan menggambarkan upaya suatu organisasi untuk mendidik, memajukan, mendistribusikan, dan memasarkan suatu produk dan administrasi melalui media berbasis web (web). Periklanan tingkat lanjut merupakan sarana pilihan untuk suatu kemajuan yang sangat menggembirakan untuk dilakukan saat ini, karena penayangan yang terkomputerisasi memberikan kenyamanan yang berbeda bagi kedua pelaku, baik dari pihak pembeli (buyer) maupun dari pihak perusahaan (vendor)(Hendrawan et al., 2019).

### **Digital Marketing**

Realitas perkembangan teknologi digital saat ini, mendorong perubahan strategi marketing berubah ke arah yang lebih maju. Model promosi konvensional dilakukan dengan media koran, tabloid, majalah, siaran radio maupun media televisi. Akan tetapi saat ini marketing telah kuat berkembang memanfaatkan teknologi digital internet dengan konsep sebutan digital marketing (Tresnawati & Prasetyo, 2018). Secara definitif, digital marketing pada dasarnya merupakan kegiatan menawarkan dan mencari market melalui media digital dalam jejaring sosial yang saling berkaitan (Purwana, 2017). Pendapat lain, marketing digital merupakan salah satu media penjuakan yang kini mendominasi kebutuhan masyarakat dalam mendukung aktivitas, utamanya ekonomi (Pradiani, 2017). Khalayak sasaran yang lebih holistik dapat dijangkau oleh konsep marketing digital hingga dalam skala global-mondeal. Lokasi tak menjadi masalah, sebab kini pemasaran digital dapat menjangkau konsumen meskipun lokasi kita terpencil asal tersedia koneksi internet dan setiap individu konsumen mempunyai alat, yakni smartphone.

### **UMKM**

Usaha Mikro Kecil Menengah atau disingkat dengan UMKM mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara, karena faktanya, selain menjadi sumber terciptanya lapangan kerja dengan mengurangi pengangguran, kontribusi UMKM pada bidang usaha di seluruh dunia mencapai 80%, hal ini menunjukkan bahwa UMKM sangat menunjang pertumbuhan ekonomi baik dalam lingkup nasional maupun

regional (Lin, 1998). Indonesia khususnya Jawa Timur, jumlah UMKM mencapai 6.825.931 unit usaha, dimana 85% merupakan usaha mikro, 14% merupakan usaha kecil, 0.6% merupakan usaha menengah, dan hanya 0.15% berupa usaha skala besar. Sektor UMKM telah membantu pertumbuhan ekonomi di Jawa Timur dengan menyumbang Produk Domestik Regional Bruto sebesar 1.012 triliun (Nurfriani, Paramu, & Utami, 2014).

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan dalam kegiatan program pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan melakukan pendekatan kepada para mahasiswa para anggota Himpunan Mahasiswa Jurusan Komputer Akuntansi Politeknik Negeri Madiun dengan melakukan tanya jawab mengenai kesulitan dalam mengelola bisnis dan organisasi. Metode pelaksanaan pengabdian dengan cara hybrid, yaitu menggunakan teknik penyuluhan dan pelatihan menggunakan media Zoom, karena masih dimasa pandemi dilanjutkan dengan pendampingan langsung dalam membuat media promosi. Dalam penyuluhan dan pelatihan hal yang dibahas antara lain materi dari narasumber, diskusi, forum dan tanya jawab. Sedangkan dalam kegiatan pendampingan, dipilih metode yang paling tepat dalam melakukan kegiatan pemasaran Bengkel Truk Hartono dan Warung Mbak Tut. Kegiatan dilaksanakan selama 2 minggu dari tanggal 3 sampai 17 Januari 2022.

Metode pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut:

1. Tahap Penentuan sasaran pengabdian. Tahap pemilihan sasaran pengabdian kepada masyarakat tentu harus mempertimbangkan banyak hal..
2. Tahap Pengusulan. Setelah tim pengusul melakukan observasi awal dan sudah mengidentifikasi permasalahan pada objek pengabdian kepada masyarakat, maka dapat ditentukan temanya atau judulnya. Selanjutnya berdasarkan tema tersebut disusunlah proposal pengabdian kepada masyarakat yang diajukan melalui kepada pihak-pihak terkait.
3. Tahap Pengumpulan data. Pengumpulan data yaitu mengumpulkan data di lokasi pengabdian dengan melakukan konsultasi, observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan menentukan strategi pengumpulan data yang dipandang tepat untuk

menentukan tema atau fokus serta pendalaman data pada proses pengumpulan data berikutnya.

4. Tahap Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat. Tahap pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat merupakan tahap pelaksanaan pelatihan. Pada tahap ini tim pengusul melakukan kegiatan pelatihan sesuai tema terkait, melakukan sharing pendapat, dan mengidentifikasi kebutuhan materi yang diinginkan dan penawaran program pengabdian kepada masyarakat berkelanjutan di masa-masa yang akan datang.
5. Tahap Pelaporan Hasil Pengabdian. Pada tahap pelaporan hasil pengabdian kepada masyarakat ini merupakan laporan serangkaian kegiatan mulai dari survey pra-pengabdian hingga pelaporan kegiatan.

Tahap Publikasi. Hasil atau laporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan dipublikasikan sebagai luaran dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN PELAKSANAAN

Kegiatan pendampingan diawali dengan melakukan *meeting* menggunakan media zoom. Dalam ruang rapat maya disampaikan berbagai macam teknik marketing, mulai dari yang tradisional sampai dengan digital. Selanjutnya secara bersama-sama memutuskan teknik marketing apa yang digunakan. Untuk kedua mitra yaitu Bengkel Truk Hartono dan Warung Mbak Tut diupayakan untuk dibuatkan akun *google my business* agar bisa terlihat dan mudah ditemukan pelanggan melalui google.



Gambar 1. Penyuluhan Marketing

Selanjutnya dibuatkan akun google untuk kedua mitra pengabdian untuk nantinya didaftarkan pada google my business. Tetapi salah satu akun yaitu Bengkel Truk Hartono gagal dalam proses verifikasi pembuatan akun google my business. Hanya Warung Mbak Tut yang

berhasil diverifikasi dan hasilnya muncul pada laman google dan google maps. Berikut adalah tangkapan layar Warung Mbak Tut di Google Maps



Gambar 2. Google My Business

Langkah selanjutnya adalah mengganti media promosi pada Bengkel Truk Hartono. Media promosi yang dipilih yaitu menggunakan *loyalty customer* sebagai kunci dan membuat *membership* dalam rangka mempertahankan pelanggan. Selanjutnya secara bersama-sama para pelanggan Bengkel Truk Hartono membuat arisan diantara pengemudi truk dan difasilitasi tempatnya oleh Pak Hartono sebagai pemilik bengkel. Setiap anggota member diberikan stiker pada truknya. Stiker GO untuk member yang bukan anggota arisan dan ONE untuk member yang merupakan peserta arisan.



Gambar 3. Truk Member One



Gambar 4. Truk Member Go

## KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat dalam Pendampingan Pemasaran Pada UMKM Kelurahan Muggut, Kecamatan Wungu, Kabupaten Madiun dilakukan dengan dua mitra yaitu, Bengkel Truk Hartono dan Warung Mbak Tut. Pendampingan kegiatan pemasaran dilakukan selama 2 minggu yaitu tanggal 3 sampai 17 Januari 2022. Kegiatan diawali dengan penyuluhan dan dilanjutkan pemilihan media promosi yang tepat untuk mitra. Akhirnya Warung Mbak Tut menggunakan Google My Business sebagai media promosi dan Bengel Truk Hartono menggunakan *membership* dalam kegiatan promosi.

## DAFTAR PUSTAKA

- A Buchori, 2014, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung.
- Daryanto. 2012, Pendidikan Kewirausahaan, Gava Media. Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Gary, Amstrong, 2016, Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Pradiani, T. (2017). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jibeka* vol 11, 46-53.
- Purwana ES. Dedi, Rahmi, dan Aditya S. (2017). Pemanfaatan Digital Marketing bagi Usaha Mikro Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *JPM* Vol.1 Np.1:1-17.
- Rana, N.P & et.all (2019), Digital and Social Media Marketing Emerging Application and Theoretical Development. Springer
- Stepenh, A.T (2016), The Role of Digital and Social Media Marketing in Consumer Behavior, Elsevier, *Current Opinion in Psychology* 2016, 10:17–21
- Sunarsi, D., Kustini, E., Lutfi, A. M., Fauzi, R. D., & Noryani, N. (2019). Penyuluhan Wirausaha Home Industry Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga Dengan Daur Ulang Barang Bekas. *BAKTIMAS: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 1(4), 188-193.