

PEMBINAAN PERENCANAAN PEMASARAN BAGI PEDAGANG TAS DI KOTA BATAM

Raymond¹, Dian Lestari Siregar², Mohamad Gita Indrawan³

^{1,3}Universitas Batam, Batam, Indonesia

²Institut Indobaru nasional, batam, Indonesia

Email: Raymond@univbatam.ac.id

Keywords :

Perencanaan pemasaran, MSMEs, PKM

Abstract

Many MSMEs fail in the initial operational process, one of the reasons for the failure of these MSMEs is a lack of analysis of the perencanaan pemasaran of the business being carried out. The object that will be fostered in this service is the Indona shop, which is an MSME that operates in the sale of bags. This drug store is located in the Hawaii Garden Complex No. 71 Batam center, currently the Indona shop is owned by Mrs. Indona Damayanti. Indona shop sells various bags for both women and children. For this reason, community service is coaching in understanding and making business perencanaan pemasaran, the method used in community service this time is first, the Lecturer Team gives lectures and presentations on business perencanaan pemasaran theory, second, participants will be given coaching in making business perencanaan pemasaran, third, participants will be given the opportunity to discuss the problems faced in making business perencanaan pemasaran. It is hoped that this community service program can make a contribution in the form of firstly participants being motivated to make business perencanaan pemasaran, secondly participants being able to be skilled in making business perencanaan pemasaran..

Kata Kunci :

Perencanaan pemasaran, UMKM, PKM

Abstrak

Banyak UMKM gagal dalam proses awal pengoperasionalannya, salah satunya alasan gagalnya UMKM tersebut adalah kurangnya analisa terhadap perencanaan pemasaran usaha yang dijalankan. Objek yang akan dibina dalam pengabdian kali ini adalah Indona shop merupakan UMKM yang bergerak di perdagangan tas. Toko obat ini bertempat di Komplek Hawaii Garden No 71 Batam center, saat ini Indona shop dimiliki oleh Ibu Indona damayanti. Indona shop menjual berbagai tas baik untuk wanita dan anak-anak. Untuk itu pengabdian masyarakat kali adalah pembinaan dalam memahami dan membuat perencanaan pemasaran usaha, metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat kali ini adalah pertama Tim Dosen memberikan ceramah dan pemaparan tentang teori perencanaan pemasaran usaha, kedua Peserta akan diberi Pembinaan dalam membuat Perencanaan pemasaran usaha, ketiga Peserta akan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang dihadapi dalam pembuatan perencanaan pemasaran usaha. Diharapkan program pengabdian masyarakat kali ini dapat memberikan kontribusi berupa pertama Peserta termotivasi membuat perencanaan pemasaran usaha, kedua Peserta mampu terampil dalam membuat Perencanaan pemasaran usaha.

1. PENDAHULUAN

UMKM juga memiliki peran penting dalam membangun pondasi ekonomi Indonesia. Pada beberapa kondisi perekonomian dunia yang beberapa tahun mengalami krisis ekonomi dunia, perekonomian Indonesia berada di kondisi stabil karena diuntungkan peran UMKM yang merupakan sektor usaha yang tangguh dan fleksibel dalam menghadapi dinamika ekonomi.

Dalam (Raymond, 2018) ada beberapa keunggulan yang dimiliki oleh UMKM jika dibandingkan dengan badan usaha lainnya diantaranya:

1. Inovasi dalam teknologi yang telah dengan mudah terjadi dalam pengembangan produk.
2. Hubungan kemanusiaan yang akrab didalam perusahaan kecil.
3. Kemampuan menciptakan kesempatan kerja cukup banyak atau penyerapannya terhadap tenaga kerja.
4. Fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat dibanding dengan perusahaan skala besar yang pada umumnya birokratis.
5. Terdapatnya dinamisme managerial dan peranan kewirausahaan.

Namun banyak UMKM gagal dalam proses awal pengoperasionalannya, salah satunya alasan gagalnya UMKM tersebut adalah kurangnya pemahaman UMKM terhadap Perencanaan pemasaran. Dalam (Raymond, 2019) Perencanaan pemasaran adalah suatu bagan dari suatu desain untuk mencapai suatu tujuan. Tujuannya adalah untuk menciptakan nilai bagi konsumen dalam kondisi tetap menguntungkan perusahaan, atau dalam konsep pemasaran saat ini, suatu hubungan yang saling menguntungkan.

Objek yang akan menjadi sasaran dalam pengabdian ini adalah para pedagang Tas yang ada dikota Batam, salah satunya adalah Indona shop yang merupakan UMKM yang bergerak di bidang perdagangan Tas. Indona shop bertempat di jalan Komplek Hawaii Garden No 71 Batam center, saat ini indona shop dimiliki oleh Ibu Indona Damayanti. Indona shop saat ini menjual berbagai tas baik dari jenis wanita dan anak-anak.

Dalam menjual produknya Indona shop masih dilakukan dengan cara tatap muka langsung, dimana konsumen langsung mendatangi tempat penjual untuk membeli produk. Hal tersebut juga menjadi kendala untuk konsumen yang jauh harus membutuhkan waktu, tenaga dan mengeluarkan biaya lebih besar untuk mendapatkan produk yang dibutuhkan, selain itu menjamurnya pedagang tas online juga turut mengancam keberlangsungan pedagang tas di Kota Batam. Untuk itu diperlukanlah

suatu pembinaan dalam memahami dan membuat Perencanaan pemasaran bagi pedagang tas Di Kota Batam.

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan Pembinaan bagi pedagang Indona shop di kota Batam akan dilaksanakan secara bertahap selama dua kali pertemuan yang dijabarkan pada tabel berikut:

Tabel 2.1 Pelaksanaan kegiatan pertama

NO	Waktu	Kegiatan	Tim Dosen
1	13.00 – 13.15	Pembukaan dan kata sambutan dari Pengabdi	Raymond, SE.,M.Sc
	13.15 – 13.30	Sambutan dari Pemilik Indona shop	Indona damayanti
3		Acara Inti: Memberikan pemahaman materi tentang <i>Perencanaan pemasaran</i>	Dr Mohamad Gita Indrawan, ST., M.M
4	16.30- 16.45	Penutup	Raymond, SE.,M.Sc

Tabel 2.2 Pelaksanaan kegiatan Kedua

NO	Waktu	Kegiatan	Tim Dosen
1	13.00 – 13.15	Pembukaan dan Pembahasan, review materi	Raymond, SE.,M.Sc
2	13.30 – 16.30	Acara Inti: 1. Memberikan pemahaman materi tentang komponen dan pembuatan dari <i>Perencanaan pemasaran</i>	Dr Mohamad Gita Indrawan, ST., M.M

		2. Membuat laporan <i>Perencanaan pemasaran</i>	
3	16.30- 16.45	Penutup	Raymond, SE.,M.Sc

Untuk memperoleh manfaat dari pengabdian ini serta dapat diimplementasikan, maka metode yang ditawarkan dalam pengabdian ini adalah sebagai berikut:

1. Langkah 1 (Metode ceramah)

Tim Dosen memberikan ceramah dan pemaparan tentang teori *Perencanaan pemasaran*

2. Langkah 2 (Metode Tutorial)

Peserta akan diberi Pembinaan dalam membuat *Perencanaan pemasaran* mulai dari biaya investasi sampai dengan analisis sosial ekonomi

2. Langkah 3 (Metode diskusi)

Peserta akan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang dihadapi dalam pembuatan *Perencanaan pemasaran*.

Kegiatan Pembinaan bagi pedagang tas di kota Batam ini akan dievaluasi agar diketahui seberapa jauh keberhasilan dari kegiatan pembinaan ini, berikut disajikan tabel 2.3 evaluasi dalam Pembinaan *Perencanaan pemasaran* ini :

Tabel 2.3 Evaluasi dalam Pembinaan *Perencanaan pemasaran*

Tujuan	Indikator ketercapaian	Tolak ukur
Peserta termotivasi membuat Perencanaan pemasaran	Peserta mau Membuat Perencanaan pemasaran	Peserta yang mau Perencanaan pemasaran mengangkat tangan
Peserta mampu terampil dalam membuat Perencanaan pemasaran	Peserta mampu membuat beberapa aspek dalam Perencanaan pemasaran	Peserta memiliki analisa Perencanaan pemasaran

Sumber : Penulis 2024

Keberlanjutan dari hasil kegiatan Pembinaan Perencanaan pemasaran ini antara lain :

1. Seluruh peserta mampu membuat Perencanaan pemasaran

2. Peserta mampu menentukan aspek Perencanaan pemasaran dari sebuah usaha
3. Peserta yang berpartisipasi dalam program pembinaan ini, diharapkan kedepannya tidak hanya berasal dari pedagang tas di kota Batam saja namun dari beberapa Kelompok masyarakat yang berbeda.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pembinaan bagi pedagang tas di kota Batam dilaksanakan dan dibagi ke dalam dua tahapan. Pertemuan pertama dilaksanakan tanggal 12 Februari 2024 dimulai dari pukul 13.00 sampai 16.30 WIB. Kegiatan tersebut dimulai dengan pembukaan serta sambutan sebagai penyampaian rasa terimakasih yang disampaikan langsung oleh ketua pengabdian. Kemudian dilanjutkan oleh penyambutan dari pemilik usaha, yang langsung dilanjutkan oleh penyampaian materi inti yang disampaikan oleh Raymond, SE., M.Sc topic yang disampaikan adalah perencanaan pemasaran



Gambar 1: Pelaksanaan Kegiatan



Gambar 2. Pelaksanaan kegiatan

pertemuan kedua kegiatan dilaksanakan pada tanggal 19 Februari 2024. Kegiatan dimulai pada

siang hari pukul 13.30 sampai 17.00 WIB. Pertemuan ini melanjutkan kegiatan pertama. Dimana hal pertama yang dilakukan oleh tim adalah mereview kembali materi yang sudah pernah disampaikan kepada pemilik usaha yang bergerak di bidang UKM. Setelah mereview, barulah dilanjutkan pada materi lanjutan yakni membahas tentang bagaimana menyusun rencana pemasaran

Konteks pelaksanaan pembinaan yang diadakan selama dua kali pertemuan pada tanggal 12 dan 19 Februari 2024 menyampaikan tentang pengenalan dan mengenal kembali apa itu akuntansi. Pengabdi merasa wajib untuk menyampaikan materi tersebut sebagai pembukaan untuk mengingatkan kembali pentingnya pemasaran yang harus diterapkan tidak hanya dalam kehidupan sehari-hari, namun juga dalam kegiatan bisnis dan usaha. Apakah itu usaha dan bisnis yang kecil ataupun usaha dan bisnis yang besar sekalipun.

Peserta pada saat itu mengakui tidak pernah menyusun perencanaan pemasaran usahanya sama sekali. Usaha tersebut sudah berjalan aktif hampir tiga tahun, tapi pengusaha tidak pernah rencana pemasaran usahanya. Pemilik usaha hanya menggunakan perkiraan dan perasaan. Sehingga saat tim pengabdi mengkonfirmasi berapa rencana pemasaran, pengusaha hanya menjawab angka yang tidak pasti dan hanya mengira-ngira saja.

Maka disinilah peran penting tim pengabdi memberikan pemahaman akan bagaimana pentingnya pencatatan perencanaan pemasaran tersebut,

Dari kegiatan yang telah dilaksanakan selama dua kali pertemuan telah mengubah persepsi dan pandangan pengusaha akan pentingnya pencatatan laporan keuangan. Pemilik usaha juga mulai menyadari manfaatnya, dan mulai memahami sedikit demi sedikit ilmu yang telah ditransfer oleh tim pengabdi. Tim pengabdi berharap kegiatan ini dapat terus berlanjut hingga pertemuan-pertemuan selanjutnya, begitupun dengan pemilik usaha, yang mengharapkan kegiatan ini dapat dilaksanakan secara rutin dan berkelanjutan. Harapannya, hasil akhir dari kegiatan ini, pemilik usaha bisa mengembangkan usahanya jauh lebih baik, Sehingga membantu pengusaha mencari solusi akan permasalahan-permasalahan yang dihadapi hingga terus meningkatkan usaha dengan hasil laba yang telah dicapai.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan Pengembangan dan pembinaan pada para pedagang atau UMKM sebagai upaya untuk meningkatkan hasil usaha yang mereka peroleh, Kegiatan pkmini sebagai kegiatan dalam meningkatkan produktivitas kerja dengan cara membina dan memonitoring kegiatan

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Mitra dalam hal ini Ibu Dona yang telah membantu sehingga kegiatan ini dapat berlangsung

KONFLIK KEPENTINGAN

Tidak ada potensi konflik kepentingan yang relevan dengan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Raymond. (2019). Pembinaan Perencanaan Pemasaran Produk Bagi Anggota Pkk Asoka Dikota Batam. *Jurnal Pengabdian Barelang*, 1(01), 1. <https://doi.org/10.33884/jpb.v1i01.952>
- Raymond, R. (2018). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Pelatihan Perencanaan Bagi Kelompok Usaha Kerajinan Taufan Handrycraft Di Kota Batam. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 105. <https://doi.org/10.30734/j-abdipamas.v2i1.151>
- Putra, D. G., & Raymond, R. (2019). Pengaruh Dana Pihak Ketiga Dan Kecukupan Modal Terhadap Profitabilitas Pada Bank Riau Kepri Kota Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2).
- Raymond, R., Siregar, D. L., Putri, A. D., Indrawan, M. G., & rahmat Yusran, R. (2023). pelatihan pencatatan biaya bahan baku untuk meningkatkan kinerja keuangan umkm ikan hias: The Training for Recording of Raw Material Costs to Improve the Financial Performance of UMKM Ornamental Fish. *PUAN INDONESIA*, 5(1), 53-62.
- Raymond, R., Siregar, D. L., Putri, A. D., Indrawan, M. G., & Simanjuntak, J. (2023). Pengaruh disiplin kerja dan beban kerja terhadap kinerja karyawan pada pt tanjung mutiara perkasa. *JURSIMA*, 11(1), 129-133.
- Raymond, R. (2018). Peningkatan Kinerja Pemasaran Melalui Pelatihan Perencanaan Bagi Kelompok Usaha Kerajinan Taufan Handrycraft Di Kota Batam. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(1), 105-110.
- Raymond, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kemiskinan Di Propinsi Kepulauan Riau. *Akrab Juara: Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 2(3), 14-24.
- Raymond, R., Siregar, D. L., Putri, A. D., Indrawan, M. G., & rahmat Yusran, R. (2023). Pelatihan Pencatatan Biaya Bahan Baku Untuk Meningkatkan Kinerja Keuangan Umkm Ikan Hias: The Training for Recording of Raw Material Costs to Improve the Financial Performance of UMKM Ornamental Fish. *PUAN INDONESIA*, 5(1), 53-62.
- Raymond, R., Siregar, D. L., Putri, A. D., Indrawan, M. G., & Simanjuntak, J. (2023). Pengaruh disiplin kerja dan beban kerja terhadap kinerja karyawan pada pt tanjung mutiara perkasa. *Jursima (Jurnal Sistem Informasi dan Manajemen)*, 11(1), 129-133.
- Siregar, D. L., Indrawan, M. G., Putri, A. D., Rosiska, E., & Raymond, R. (2023). Development Of Product Packaging Design In Income Increasing Business Group Of Prosper Family (Uppks) Friends Kitchen In Batam City: Pengembangan Desain Kemasan Produk Pada Kelompok Usaha Peningkatan Pendapatan Keluarga Sejahtera (UPPKS) Sahabat Kitchen Di Kota Batam. *PUAN INDONESIA*, 4(2), 279-284.