

Penyuluhan dan Pelatihan Strategi Pemasaran dalam Mendukung Kegiatan Kewirausahaan pada Karangtaruna di Desa Kunir, Kutoarjo, Jawa Tengah

Elwisam¹, Resti Hardini^{2*}, Molina³, Melati⁴, Nayudha Shandy⁵, Priono Hasiholan Purba⁶

^{1,6} Magister Manajemen, Universitas Nasional

^{2,4,5}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nasional

³ Magister Akuntansi, Universitas Nasional

*Email Korespondensi: resti.hardini@civitas.unas.ac.id

ABSTRACT

Entrepreneurial activities require marketing strategies to gain a competitive edge. Marketing strategy is a mindset used to achieve marketing goals, encompassing specific strategies for target markets, positioning, marketing mix, and expenditure. These strategies can be leveraged as a competitive advantage to generate profits and foster economic development at the regional level by motivating individuals to engage in entrepreneurial activities. In Kunir village, Kutoarjo, Central Java, the youth members of Karang Taruna have displayed low levels of activity and productivity. To address this, outreach and training activities focused on marketing strategies were conducted to instill entrepreneurial motivation. Prior to the program, only 20% of participants expressed an interest in entrepreneurship. However, after counseling and training, this number significantly increased to 85%, a promising sign for the village's economic development. This success showcases the effectiveness of community service activities in nurturing independent and productive individuals with the potential to contribute to the village's economic development.

Keywords

Marketing Strategy, Entrepreneurship, Youth Organization, Economic Welfare



BERDAYA : Jurnal
Pendidikan dan
Pengabdian Kepada
Masyarakat
Vol 5, No.2, 2023, pp.
171-178
eISSN 2721-6381

Article History

Received : 6/6/2023 / Accepted : 7/29/2023/ First Published: : 8/30/2023

To cite this article

Elwisam, E., Hardini, R., Molina, M., Melati, M., Shandy, N., & Purba, P. H. (2023). Penyuluhan dan Pelatihan Strategi Pemasaran dalam Mendukung Kegiatan Kewirausahaan pada Karangtaruna di Desa Kunir, Kutoarjo, Jawa Tengah. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 171-178. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v5i2.912>



© The Author(s)2023

. This open access article is distributed under a Creative Commons Attribution (CC-BY) 4.0 license

ABSTRAK

Kegiatan wirausaha memerlukan strategi pemasaran agar dapat bersaing. Strategi pemasaran merupakan pola pikir yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, meliputi strategi khusus untuk target pasar, positioning, bauran pemasaran, dan pengeluaran. Strategi ini dapat dimanfaatkan sebagai keunggulan kompetitif untuk menghasilkan laba dan mendorong pembangunan ekonomi di tingkat daerah dengan memotivasi individu untuk terlibat dalam kegiatan wirausaha. Di Desa Kunir, Kutoarjo, Jawa Tengah, anggota muda Karang Taruna menunjukkan tingkat aktivitas dan produktivitas yang rendah. Untuk mengatasi hal ini, kegiatan penyuluhan dan pelatihan yang berfokus pada strategi pemasaran dilakukan untuk menanamkan motivasi berwirausaha. Sebelum program ini, hanya 20% peserta yang menyatakan minat untuk berwirausaha. Namun, setelah penyuluhan dan pelatihan, jumlah ini meningkat secara signifikan menjadi 85%, sebuah tanda yang menjanjikan bagi pembangunan ekonomi desa. Keberhasilan ini menunjukkan efektivitas kegiatan pengabdian masyarakat dalam membina individu yang mandiri dan produktif dengan potensi untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi desa..

Profil Penulis

Elwisam, Priono Hasiholan Purba
Prodi Magister Manajemen,
Universitas Nasional, Jakarta,
Indonesia

Resti Hardini, Melati, Nayudha Shandy
Prodi S1 Manajemen,
Universitas Nasional, Jakarta,
Indonesia

Molina
Prodi Magister Akuntansi,
Universitas Nasional, Jakarta,
Indonesia

Corresponding Author
: resti.hardini@civitas.unas.ac.id

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Wirausaha, Karang Taruna, Kesejahteraan Ekonomi

Reviewing Editor
Maya Mustika

PENDAHULUAN

Karang Taruna adalah organisasi kepemudaan di Indonesia yang dibentuk oleh masyarakat sebagai wadah generasi muda untuk mengembangkan diri, tumbuh, dan berkembang atas dasar kesadaran serta tanggung jawab sosial dari, oleh, dan untuk generasi muda, yang berorientasi pada tercapainya kesejahteraan sosial bagi masyarakat (Wikipedia, 2024). Pemuda Karang Taruna desa kunir, Kutoarjo, Jawa Tengah merupakan organisasi kelompok pemuda yang telah terbentuk cukup lama namun minim pengelolaan dan pemberdayaan. Karang Taruna desa Kunir memiliki kategori tingkat aktivitas dan produktivitas pemuda yang sangat rendah. Hal ini dapat menggambarkan belum terpenuhinya salah satu Pedoman Dasar Karang Taruna dalam Permensos 77/HUK/2010 yakni pengembangan usaha menuju kemandirian setiap anggota masyarakat terutama generasi muda (BPK RI, 2010). Desa Kunir merupakan daerah yang membutuhkan penggerak ekonomi dalam upaya pembangunan sehingga diharapkan mampu mengejar ketertinggalan dengan desa lainnya di pulau Jawa. Sebagian besar pemuda desa sebagai ujung tombak penggerak pembangunan yang tegabung dalam Karang Taruna kurang memiliki motivasi untuk produktivitas diri maupun membangun desa karena sebagian besar adalah pengangguran yang masih mengandalkan penghasilan orang tua yang berprofesi sebagai petani dalam memenuhi kebutuhannya.

Dalam era digital yang semakin pesat, pemuda sebagai agen perubahan dituntut untuk memiliki kemampuan yang adaptif terhadap perkembangan zaman tidak luput dengan pemuda Karang Taruna Desa Kunir. Salah satu keterampilan yang krusial adalah pemasaran. Karang taruna, sebagai organisasi kepemudaan yang berada di garis depan pembangunan masyarakat, memiliki peran penting dalam mengembangkan potensi pemuda. Oleh karena itu, penyuluhan strategi pemasaran kepada pemuda karang taruna menjadi sangat relevan sebagai upaya pemberdayaan pemuda (Saputra et al., 2020). Dengan bekal pengetahuan pemasaran, pemuda karang taruna dapat lebih kreatif dan inovatif dalam menjalankan program-programnya (Hamid & Ikbal, 2027; Moenada & Riofita, 2018), serta mampu berkontribusi secara aktif dalam memajukan ekonomi masyarakat.

Berdasarkan fenomena tersebut maka pengabdian masyarakat dengan penyuluhan dan pelatihan strategi pemasaran dalam kegiatan bisnis wirausaha dilaksanakan sebagai bagian dari Tri Dharma perguruan Tinggi. Diharapkan kegiatan ini dapat memberikan wawasan dan motivasi bagi pemuda karang taruna dengan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dalam kegiatan wirausaha sebagai upaya membentuk insan muda yang mandiri, produktif dan inovatif serta mampu memberikan sumbangsih pada pembangunan desa.

Sasaran Kegiatan

Mitra sasaran pada kegiatan ini adalah anggota Karang Taruna desa Kunir, Kutoarjo Jawa Tengah dengan memberikan penyuluhan dan pelatihan strategi pemasaran melalui kegiatan wirausaha yang diharapkan mampu memberikan wacana dan motivasi kegiatan positif yang menghasilkan sebagai sumbangsih pada pembangunan kesejahteraan sosial dan ekonomi desa.

Pengabdian kepada masyarakat adalah suatu kegiatan yang bertujuan untuk membantu masyarakat dalam beberapa aktivitas tanpa mengharapkan imbalan dalam bentuk apapun (wikipedia,2024). Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan juga oleh mahasiswa. Hal ini sebagai pemenuhan syarat pelaksanaan kegiatan sosial melalui kegiatan pengabdian masyarakat. Selain itu dosen yang melaksanakan kegiatan ini juga dapat memenuhi salah satu kewajiban Tri Dharma Perguruan Tinggi yakni pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang wajib dilakukan minimal 1x dalam setiap semester. Pengabdian Masyarakat merupakan salah satu pilar Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu: pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat

Sasaran kegiatan pada pemuda Karang Taruna desa Kunir dengan materi pembekalan penyuluhan dan pelatihan strategi pemasaran diharapkan meningkatkan pemberdayaan pemuda. Dengan pemberdayaan pemuda, maka pemuda semakin kreatif dan inovatif, dan mandiri (Hamid & Ikbal, 2017). Kemandirian para pemuda Karang Taruna mengarahkan pada kemampuan menggalang dana (Pranoto et al., 2019) dan kemitraan yang berujung pada pengembangan potensi lokal.

Masalah yang ingin dipecahkan

Hasil perbincangan dengan kepala desa Kunir, pemuda dan pemudi desa kunir sangat rendah dalam produktivitas. Rata-rata pemuda desa kunir tidak bekerja atau pengangguran yang aktivitasnya hanya mengandalkan orang tua mereka yang berprofesi sebagai petani

dalam pemenuhan kebutuhan mereka. Tidak ada upaya untuk membantu orang tua dalam perekonomian dengan kegiatan produktif yang menghasilkan. Pembinaan dari aparat desa juga kurang maksimal dan belum mampu mengubah kebiasaan mereka yang kerap hanya ingin bersenang-senang. Kepala desa juga menyatakan bahwa sangat miris melihat kondisi dari generasi muda di desa Kunir.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di desa kunir dilakukan sebagai salah satu kegiatan dalam menjawab permasalahan tersebut. Penyuluhan dan pelatihan strategi pemasaran yang terdiri dari perancangan segmentasi, targeting dan positioning serta bauran pemasaran (product, price, place dan promotion) dilakukan untuk menggugah mereka dalam melatih mengeluarkan ide-ide perancangan strategi pemasaran sebagai upaya dalam menumbuhkan motivasi berwirausaha. Hal ini dilakukan sebagai upaya mewujudkan kesadaran anggota karang taruna dalam membentuk insan mandiri produktif berguna bagi diri, keluarga, masyarakat dan pembangunan ekonomi desa.

MATERI DAN METODE

Materi

Materi pada kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah penyuluhan dan pelatihan strategi pemasaran dalam mendukung kegiatan kewirausahaan. Adapun materi tentang strategi pemasaran meliputi pemberian wawasan transfer ilmu strategi pemasaran yang terdiri dari cara penetapan segmentasi, targeting dan positioning serta rancangan bauran pemasaran yang terdiri dari product, price, place dan promotion.

Penyampaian materi PKM diawali dengan memberikan pemahaman tentang STP sebagai dasar membentuk strategi pemasaran. Berdasarkan Camilleri (2018) Segmentasi adalah mengidentifikasi berbagai kelompok atau "segment" dari calon pelanggan yang memiliki kebutuhan, keinginan, dan karakteristik yang serupa; Targeting adalah menentukan kelompok mana yang menjadi fokus utama dari upaya pemasaran sedangkan positioning adalah tentang bagaimana kita ingin merek atau produk kita dilihat oleh pelanggan dalam perbandingan dengan pesaing kita. Ini mencakup apa yang membuat merek kita unik dan mengapa pelanggan harus memilih kita daripada yang lain. Setelah memahami tentang STP selanjutnya peserta diberikan wawasan mengenai strategi pemasaran marketing mix. Marketing mix adalah kombinasi dari variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran yaitu produk, harga, promosi, dan distribusi (Alma, 2015).

Selanjutnya dalam penyampaian materi PKM, selain transfer ilmu melalui penyuluhan, dilakukan juga pelatihan dengan cara setiap peserta diminta untuk melakukan penuangan ide-ide inovatif dalam penetapan dan perancangan strategi pemasaran pada kegiatan wirausaha yang ingin mereka lakukan. Kegiatan PkM dilakukan untuk transfer ilmu pengetahuan kepada pemilik usaha dan pekerja tentang Kesehatan dan keselamatan kerja serta pentingnya kesadaran kepatuhan dalam penggunaan alat pelindung diri saat bekerja untuk mencegah penyakit dan kecelakaan kerja.

Metode

Berdasarkan fenomena permasalahan yang ada maka ditetapkan target solusi dari permasalahan dengan metode yang dilaksanakan. Adapun metode yang dilakukan adalah transfer ilmu dan pelatihan penetapan dan rancangan strategi pemasaran dalam wirausaha. Dalam transfer ilmu terlebih dahulu diberikan motivasi, pemahaman dan wawasan tentang strategi pemasaran dalam pelaksanaan wirausaha. Setelah penyuluhan transfer ilmu dilakukan maka selanjutnya dilakukan pelatihan melalui penuangan ide-ide wirausaha dengan penetapan segmentasi, targetting dan positioning serta rancangan bauran pemasaran yang terdiri dari product, price, place dan promotion.

Sosialisasi dan pendampingan pelatihan ini merupakan metode yang dilakukan dengan harapan peserta karang taruna dapat timbul motivasi, wawasan serta memancing kreativitas inovatif melalui pendampingan pelatihan strategi pemasarannya. Diharapkan peserta karang taruna dapat timbul motivasi wirausaha melalui penerapan strategi pemasaran sebagai solusi permasalahan yang sejatinya sedang dihadapi.

Waktu dan Lokasi Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 5 - 7 Juni 2023 di kelurahan desa Kunir, Kutoarjo, Jawa Tengah. Kegiatan pemberian materi strategi pemasaran dalam mendukung kegiatan kewirausahaan dilakukan terdiri dari 2 bagian yakni transfer ilmu pemberian materi dan pelatihan. Kegiatan pemberian materi berupa penyuluhan melalui presentasi materi dan selanjutnya dilakukan pendampingan pelatihan kepada para peserta.

Pada persiapan dan pelaksanaan dan laporan dilakukan pada satu semester. Tahap pertama yakni persiapan, dilakukan penyusunan anggota tim, kordinasi rancangan tugas anggota tim serta kordinasi dengan mitra dan pembuatan proposal ditujukan pada bagian Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat dan Kerjasama Universitas Nasional untuk persetujuan sekaligus perolehan dana kegiatan PKM stimulus. Tahap selanjutnya adalah pelaksanaan kegiatan PKM yang terdiri dari penyuluhan dan praktik pelatihan. Tahap berikutnya adalah evaluasi dan pembuatan laporan PKM yang akan diserahkan pada Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat dan Kerjasama Universitas.

Kegiatan pengabdian Masyarakat dilakukan di Aula kelurahan Desa Kunir, kecamatan butuh, Kutoarjo, Jawa tengah, kode pos 54264. Seluruh kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan pada lokasi dan tempat tersebut.

HASIL DAN EVALUASI

Pelaksanaan kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di aula kelurahan desa kunir, Kutoarjo, Jawa tengah. Acara dihadiri oleh bapak Camat Butuh, kepala desa kunir, aparat kelurahan desa kunir, perwakilan ibu PKK serta peserta yakni anggota Karang Taruna desa Kunir.



Gambar 1.
Kegiatan Sosialisasi pada peserta Karang Taruna

Pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan dalam beberapa sesi. 1).Dimulai dengan sosialisasi penyampaian materi strategi pemasaran lewat presentasi yang dilakukan dari dosen maupun mahasiswa. 2).Selanjutnya dilakukan sesi tanya jawab dari peserta. 3). Berikutnya kegiatan dilaksanakan dengan melakukan pelatihan dan praktik penyampaian ide produk wirausaha beserta rancangan strategi pemasarannya. Evaluasi berupa kuesioner diberikan pada peserta sebelum kegiatan dimulai dan setelah acara dilaksanakan. Evaluasi juga dilakukan dengan menilai pada sesi pelatihan dan praktik tentang hasil rancangan strategi pemasaran pada wirausaha yang ingin peserta kembangkan. Hal ini berguna bagi penyusunan laporan kegiatan pengabdian masyarakat.



Gambar 2.
Pelatihan kepada peserta Karang Taruna



Gambar 3.
Foto bersama para peserta pelatihan

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Evaluasi dilakukan dalam dua tahap dengan cara membagikan kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan dilakukan dengan isi kuesioner terkait pemahaman materi dengan membandingkan antara sebelum dan sesudah PKM dilaksanakan. Evaluasi juga didapat dari penilaian terhadap sesi praktik pelatihan dimana pada sesi ini peserta diminta untuk hasil rancangan strategi pemasaran pada wirausaha yang ingin peserta kembangkan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sekitar 85% peserta memahami dan memiliki motivasi dalam penerapan strategi pemasaran dalam kegiatan wirausaha yang ingin diwujudkan.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan pada Karang Taruna desa Kunir, Kutoarjo, Jawa Tengah telah dilakukan secara baik oleh tim Pengabdian Masyarakat. Peserta telah mendapatkan wawasan dan timbul motivasi dalam penerapan strategi pemasaran pada kegiatan wirausaha yang ingin dilakukan. Setelah dilakukan penyuluhan dan pelatihan diharapkan hasil yang didapat dari kegiatan PKM ini dapat diimplementasikan dengan melakukan kegiatan kewirausahaan dengan strategi pemasaran yang sudah dirancang sehingga permasalahan dapat segera diatasi dengan menjadikan pemuda desa menjadi mandiri, berpenghasilan, memberikan kesejahteraan pada diri, keluarga dan lingkungan serta pembangunan desa.

Saran Kegiatan Lanjutan

Diharapkan pada peserta karang taruna desa Kunir untuk merealisasikan rancangan usaha dan strategi pemasaran yang sudah dirancang sehingga mampu menghasilkan ,aktif dan produktif yang bermanfaat baik bagi diri, lingkungan dan kemajuan desa.

Ucapan Terimakasih

Berkat bantuan banyak pihak, kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada karang Taruna desa Kunir, Kutoarjo dapat berjalan dengan lancar dan sukses. Ucapan terima kasih disampaikan kepd Rektor Universitas Nasional, P3M Universitas Nasional, Fakultas

Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, Bapak bapak Kepala desa Kunir, aparat desa Kelurahan Kunir, peserta Karang Taruna desa Kunir, Dosen dan mahasiswa, warga desa Kunir, Kutoarjo Jawa Tengah serta pihak-pihak yang turut serta membantu kelancaran kegiatan pkm ini.

REFERENSI

- Alma, B. (2015). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- BPK RI. (2010). Peraturan Menteri Sosial republik Indonesia Nomor 77 / HUK / 2010 Tentang Pedoman Dasar Karang Taruna. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/130263/permensos-no-77huk2010->
- Camilleri, M. A. (2018). Market segmentation, targeting and positioning (pp. 69-83). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-49849-2_4
- Hamid, R. S., & Ikbal, M. (2017). Pemberdayaan Pemuda Melalui Program Remaja Pintar Berbasis Ekonomi Kreatif Desa Lera Kecamatan Wotu Kabupaten Luwu Timur. *RESONA: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 1(1). <http://dx.doi.org/10.35906/jipm01.v1i1.250>
- Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga
- Moenada, M. S., & Riofita, H. (2018). Pelatihan kewirausahaan ekonomi kreatif karang taruna tanah putih kabupaten rokan hilir. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 2(1), 44-62. <https://doi.org/10.21009/JPMM.002.1.04>
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan Digital Marketing Untuk Peningkatan Perekonomian Anggota Karang Taruna Al Barkah Di Kampung Cicayur-Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250-258. Retrieved from <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/1012350>
- Saputra, R., Ardhiani, L., & Setiadi, A. (2020). Digital Marketing sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Kabupaten Batang. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat UNDIP 2020*, 1(1). Retrieved from <https://proceedings.undip.ac.id/index.php/semnasppm2019/article/view/336>
- Sitanggang, D. D. K. P. (2022). 15 Contoh Strategi Pemasaran yang Efektif dan Menguntungkan. *Detikjabar*. <https://www.detik.com/jabar/bisnis/d-6242043/15-contoh-strategi-pemasaran-yang-efektif-dan-menguntungkan>
- Tjiptono, F. (2011). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offest.
- Wikipedia, 2022, Karang Taruna , https://id.wikipedia.org/wiki/Karang_Taruna
- Wikipedia, 2024, Pengabdian masyarakat, https://id.wikipedia.org/wiki/Pengabdian_masyarakat

Accepted author version posted online: 8/30/2023
Maya Mustika (Reviewing editor)

FUNDING

Kegiatan ini di danai oleh Dana Internal Stimulus Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Nasional.

COMPETING INTERESTS

Tidak ada konflik kepentingan untuk diungkapkan.