



**Manajemen Pemasaran dan Pentingnya Sosial Media Untuk Produk UMKM
Pondok Pesantren Assyifa Kecamatan Parung Bogor**

Rizki Ariansyah¹, Fitria Nurhasanah², Lola Meizara^{3*}, Nurhadi⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Pascasarjana, Universitas Pamulang

Email:

rizki.ariansyah.212@gmail.com, fitrianurhasanah406@gmail.com,
lolameizera@gmail.com, nurhadibae11@gmail.com

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pemasaran UMKM di Pondok Pesantren Assyifa, Kecamatan Parung, Bogor. Kegiatan ini penting karena UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian namun masih menghadapi kendala seperti manajemen pemasaran yang kurang efektif. Melalui pelatihan, pendampingan, simulasi, dan diskusi, program ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan pemasaran, pemahaman manajemen, dan kesiapan rekrutmen SDM. Selain itu, kegiatan ini mendorong kemitraan antara UMKM dengan lembaga pendidikan, industri, dan pemerintah agar UMKM lebih siap menghadapi tantangan pasar dan berkontribusi pada ekonomi lokal dan nasional.

Kata Kunci: UMKM, Sumber Daya Manusia, Pelatihan, Manajemen Pemasaran

ABSTRACT

This community service aims to improve the marketing quality of MSMEs at the Assyifa Islamic Boarding School, Parung District, Bogor. This initiative is important because MSMEs play a strategic role in the economy but often face various challenges, such as ineffective marketing management. Through training, mentoring, simulations, and discussions, this program is designed to enhance marketing skills, management understanding, and readiness for appropriate human resource recruitment. In addition, this activity encourages partnerships between MSMEs and educational institutions, industry associations, and government agencies so that MSMEs are better prepared to face market dynamics and contribute more significantly to local and national economic growth.

Keywords: MSMEs, Human Resources, Training, Marketing Management

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi di berbagai negara. UMKM memberikan kontribusi besar dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mengurangi ketimpangan ekonomi. Namun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, terutama

dalam hal manajemen sumber daya manusia dan strategi pemasaran yang kurang optimal. Praktik manajemen pemasaran yang baik sangat diperlukan untuk meningkatkan kinerja organisasi. Oleh karena itu, UMKM di Pondok Pesantren Assyifa, Kecamatan Parung, Bogor, perlu menerapkan strategi pemasaran yang efektif guna memanfaatkan potensi tenaga kerja dan

memperoleh keunggulan kompetitif dalam lingkungan bisnis yang dinamis.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjudul “Inovasi Meningkatkan Pemasaran terhadap Produk UMKM Pondok Pesantren Assyifa Kec. Parung Bogor”. Tujuan utamanya adalah memberikan pelatihan dan pengetahuan praktis mengenai ilmu manajemen untuk meningkatkan kualitas pemasaran. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di pondok pesantren ini adalah kurangnya keterampilan produksi dan pemasaran, di mana sebagian besar tenaga kerja memiliki latar belakang pendidikan yang rendah. Sebagai pelaksana Tridharma Perguruan Tinggi, kami menawarkan solusi berupa penyuluhan dan pendampingan langsung mengenai pengelolaan sumber daya manusia yang efektif. Metode kegiatan yang digunakan adalah pendekatan ceramah, survei, penyampaian materi, simulasi, dan diskusi seputar manajemen dan pemasaran, yang ditujukan kepada para pelaku UMKM.

Fokus utama dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kapasitas pemasaran UMKM di Pondok Pesantren Assyifa. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pelatihan praktis mengenai manajemen pemasaran, meningkatkan keterampilan produksi, memperkenalkan manajemen pemasaran yang efisien, memperkuat strategi pemasaran inovatif, dan menumbuhkan kesadaran akan pentingnya kemitraan kolaboratif dengan lembaga pendidikan, asosiasi industri, dan pemerintah. Tujuan spesifik dari pengabdian ini mencakup pemberian pemahaman tentang pentingnya manajemen pemasaran, membekali UMKM dengan keterampilan produksi, melatih teknik pemasaran yang tepat, meningkatkan kinerja organisasi UMKM,

serta mendorong kontribusi UMKM dalam pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional.

Manfaat dari kegiatan ini meliputi peningkatan keterampilan dan pengetahuan pemasaran, pemahaman yang lebih baik tentang manajemen pemasaran, peningkatan kinerja dan produktivitas UMKM, serta kemampuan untuk memasarkan dan menjual produk secara efektif. Selain itu, kegiatan ini mendorong kemitraan dengan berbagai pihak untuk mengatasi tantangan pemasaran, memperkuat ekonomi lokal, mengurangi pengangguran, dan meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui UMKM yang lebih efisien dan produktif.

METODOLOGI PENELITIAN

Kegiatan Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) ini dilaksanakan di aula serbaguna Pondok Pesantren Assyifa, Kecamatan Parung, Bogor. Pelaksanaan kegiatan dilakukan selama satu hari, yaitu pada tanggal 11 Agustus 2024. Kegiatan ini terdiri dari dua sesi utama, yaitu:

Tabel 1. Kegiatan PKM

No	Kegiatan	Keterangan
1	Paparan / Presentasi Materi	Mahasiswa dan Dosen Pembimbing
2	Diskusi / Dialog	Peserta, Pengurus dan Anggota Forum UMKM

Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah dengan melakukan kunjungan langsung ke Forum UMKM yang berada di lingkungan Pondok Pesantren Assyifa. Dalam kunjungan tersebut, mahasiswa memberikan pemaparan materi mengenai pentingnya manajemen sumber daya

manusia (SDM) dalam pengelolaan UMKM. Melalui pendekatan ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat memahami peran strategis SDM dalam menunjang keberhasilan usaha serta mampu mengimplementasikan konsep-konsep manajemen SDM secara praktis dalam kegiatan bisnis mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai bentuk penegakan Pasal 7G Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, kelompok kami mengusulkan solusi berupa penerapan pencatatan keuangan berbasis digital dengan menggunakan thermal printer bagi UMKM Pondok Pesantren Assyifa, Kecamatan Parung, Bogor. Di era digitalisasi bisnis saat ini, banyak inovasi yang dapat diterapkan untuk mempercepat dan mempermudah proses transaksi jual beli. Salah satu solusi yang kami tawarkan adalah implementasi penggunaan aplikasi Shopee. Penggunaan aplikasi Shopee memungkinkan pelaku usaha untuk menjual dan memasarkan berbagai macam produk secara luas serta menjangkau konsumen yang lebih besar. Selain itu, penggunaan aplikasi ini dapat meminimalkan risiko kerugian dalam proses produksi, membantu pencatatan keuangan secara sistematis, serta memaksimalkan pemanfaatan teknologi digital dalam pengelolaan bisnis dan UMKM.

Shopee terbukti unggul berdasarkan beberapa indikator penting. Dalam indikator Top of Mind (TOM), Shopee menempati posisi pertama di benak pelaku usaha brand lokal dan UMKM dengan persentase sebesar 67%, jauh di atas Tokopedia (16%) dan Lazada (6%). Dari sisi Brand Used Most Often (BUMO), Shopee kembali unggul dengan angka 80%, disusul Tokopedia (10%) dan Lazada (3%). Sementara dalam

pendekatan Loyalty Ratio, sebanyak 84% pelaku usaha menilai Shopee memiliki performa yang sangat baik, jauh mengungguli Tokopedia Lazada (6%).

Untuk mengimplementasikan solusi ini, terdapat beberapa langkah yang perlu dilakukan. Pertama, memilih sistem pemasaran yang mudah, cepat, dan sesuai dengan kebutuhan bisnis serta mendukung integrasi dengan penjualan produk UMKM. Kedua, melakukan instalasi aplikasi Shopee serta pelatihan penggunaan setiap fitur yang tersedia dalam aplikasi. Ketiga, menyesuaikan pengaturan aplikasi Shopee dengan kebutuhan dan fitur-fitur yang relevan. Terakhir, melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala untuk memastikan sistem berjalan dengan optimal serta melakukan perbaikan yang diperlukan. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan UMKM Pondok Pesantren Assyifa dapat lebih siap menghadapi tantangan pasar dan mampu meningkatkan kualitas layanan kepada konsumen.

Sebagai luaran kegiatan, laporan ini telah dikirimkan ke alamat email padma_mnj@unpam.ac.id sebagai bentuk dokumentasi dan penyebarluasan hasil kegiatan. Harapannya, laporan ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan yang lebih luas, khususnya bagi Forum UMKM Pondok Pesantren Assyifa, Kecamatan Parung, Bogor.



Gambar 1. Foto Bersama dengan Pengurus Pondok Pesantren Assyifa Kec. Parung, Bogor



Gambar 2. Foto Bersama Mahasiswa Pelaksana PKM dengan Pengurus dan Anggota Forum UMKM Pondok Pesantren Assyifa Kec. Parung, Bogor

KESIMPULAN

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan oleh Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Pamulang di aula serba guna pondok pesantren assyifa kec parung bogor, telah memperkuat semangat kolaborasi dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya Manajemen Keuangan Digital di kalangan UMKM pondok pesantren assyifa kec parung bogor. Melalui kegiatan ini, diharapkan dapat terwujud manajemen keuangan yang lebih efisien, efektif, dan responsif terhadap kebutuhan pasar saat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmet, E. F. E. (2023). A Discussion on Problems and Solutions of Innovative Performance Management in The Public Service and Goverment. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(13), 100–126.
- Atmaja, Hanung Eka, and Shinta Ratnawati. "Pentingnya Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Meningkatkan Usaha Kecil Menengah." *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)* 2, no. 1 (October 9, 2018):21–34. <https://doi.org/10.31002/rn.v2i1.818>.
- Becker, B., & Gerhart, B. (1996). The impact of human resource management on organizational performance: Progress and prospects. *Academy of Management Journal*, 39(4), 779–801.
- Bhasin, H., & Sharma, R. (2018). Competency mapping in action: A critical review. *International Journal of Education and Management Studies*, 8(2), 336–339.
- Lubis, M. S., Siregar, S. H., & Samsir, S. (2019). Strategi peningkatan kinerja Dinas Lingkungan Hidup dan Kehutanan dalam pencegahan kerusakan lingkungan hidup di Kabupaten Padang Lawas. *Jurnal Zona*, 3(1), 18–25.
- Misau, M. A. (2023). Revisiting the Concept of Human Resource Management. *Global Academic Journal of Economics and Business*, 5(03), 48–54.
- Sawitri, Dyah. "Manajemen Strategi untuk Penguatan Ekonomi." Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XVII, 2013, 9.
- Mulyasa, E. (2023). *Manajemen dan Kepemimpinan Kepala Sekolah dalam Implementasi Kurikulum Merdeka*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Pfeffer, J., & Salancik, G. R. (2018). *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. Stanford: Stanford Business Books.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.

Santoso, B. (2022). *Manajemen Perubahan dalam Pendidikan Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Sirojuddin, M. (2021). "Kemitraan Madrasah-Masyarakat di Era Disrupsi." *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(1), 45-60.

Stake, R. E. (1995). *The Art of Case Study Research*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suryadi, A., & Kurniawan, D. (2021). *Peran Orang Tua dalam Pendidikan Anak di Era Digital*. Jakarta: Prenadamedia Group.