

Vol. 6 • No. 2 • April 2025

Pege (Hal.) : 50-55

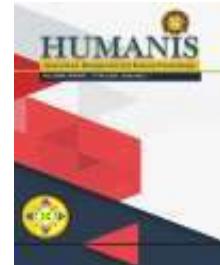
ISSN (online) : 2746 – 4482

© LPPM Universitas Pamulang

JL.Surya Kencana No.1 Pamulang, Tangerang Selatan – Banten

Telp. (021) 7412566, Fax (021) 7412491

Email : humanismanajemen@gmail.com



Website: <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH>

PELATIHAN STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN KEBERLANJUTAN USAHA UMKM DI ASRAMA HAJI JAKARTA

Dian Arifiansyah¹, Dwi Ardiansyah², Istiqomah³, Kasmad⁴, Surya Budiman⁵

Program Studi Magister Manajemen, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

Email : arifiansyahdian@gmail.com, dwiardiansyah1998@gmail.com,
istiqomahnila72@gmail.com, dosen00559@unpam.ac.id, dosen00464@unpam.ac.id

ABSTRAK

Penelitian dan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di lingkungan Asrama Haji Jakarta dalam menerapkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan keberlanjutan usaha mereka. Banyak UMKM menghadapi tantangan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang tepat, yang berpengaruh langsung pada kemampuan mereka untuk bersaing dan bertahan di pasar. Melalui pelatihan yang komprehensif, peserta diberikan materi mengenai analisis pasar, segmentasi, targeting, positioning (STP), pemasaran digital, pengembangan merek, serta pengelolaan hubungan pelanggan. Pendekatan yang digunakan mencakup presentasi interaktif, studi kasus relevan, dan diskusi kelompok untuk memastikan penerapan strategi yang praktis dan dapat dipahami oleh pelaku UMKM. Hasil dari pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap pentingnya strategi pemasaran dalam mempertahankan keberlanjutan usaha dan kemampuan mereka untuk mengimplementasikan strategi-strategi tersebut dalam operasional bisnis mereka. Kegiatan ini diharapkan dapat membantu UMKM di Asrama Haji Jakarta untuk meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, dan mencapai keberlanjutan usaha yang lebih optimal.

Kata Kunci: Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Pelatihan, Strategi Pemasaran, UMKM, Asrama Haji Jakarta, Keberlanjutan Usaha

ABSTRACT

This research and community service initiative aims to enhance the understanding and skills of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) within the Asrama Haji Jakarta vicinity in implementing effective marketing strategies to increase business sustainability. Many MSMEs face challenges in developing the right marketing strategies, which directly impact their ability to compete and sustain in the market. Through a comprehensive training program, participants received material on market analysis, segmentation, targeting, positioning (STP), digital marketing, brand development, and customer relationship management. The approach included interactive presentations, relevant case studies, and group discussions to ensure the practical applicability of the strategies. The results of the training showed a significant improvement in participants'

understanding of the importance of marketing strategies for business sustainability and their ability to implement these strategies in their business operations. This activity is expected to help MSMEs in Asrama Haji Jakarta enhance their competitiveness, expand their market share, and achieve optimal business sustainability.

Keywords: Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), Training, Marketing Strategy, MSMEs, Asrama Haji Jakarta, Business Sustainability

PENDAHULUAN

Universitas Pamulang secara konsisten mengemban amanah Tri Dharma Perguruan Tinggi, yang meliputi Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat. Sebagai bagian dari komitmen ini, Program Studi Magister Manajemen turut serta aktif dalam melaksanakan salah satu pilar utama Tri Dharma, yaitu Pengabdian kepada Masyarakat (PKM). Program PKM ini dirancang khusus bagi mahasiswa pascasarjana untuk mengaplikasikan ilmu dan keahlian mereka dalam memberikan kontribusi nyata bagi masyarakat, sesuai dengan Visi dan Misi Universitas Pamulang.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Namun, UMKM sering menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhannya, terutama dalam hal pemasaran. Banyak pelaku UMKM, khususnya yang berskala mikro atau baru memulai, kesulitan dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat. Hal ini bisa berdampak pada rendahnya daya saing, terbatasnya pangsa pasar, serta kesulitan dalam mempertahankan keberlanjutan usaha mereka.

Melihat urgensi permasalahan ini, Program Studi Magister Manajemen Universitas Pamulang melalui program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) merasa terpanggil untuk memberikan solusi. Kami mengidentifikasi bahwa pelatihan tentang strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk membantu UMKM agar dapat mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan. Oleh karena itu, kami melaksanakan kegiatan yang bertajuk "Pelatihan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Keberlanjutan Usaha di UMKM Asrama Haji Jakarta." Pemilihan lokasi ini didasari oleh potensi UMKM yang berkembang di Asrama Haji Jakarta, yang memerlukan dukungan dalam mengoptimalkan pemasaran produk mereka. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan UMKM pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk merancang strategi pemasaran yang efektif, memperluas pasar, serta meningkatkan keberlanjutan usaha mereka.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan selama dua hari, pada tanggal 7-8 Juni 2025, bertempat di Asrama Haji Jakarta. Pemilihan lokasi ini didasari oleh fokus pada pemberdayaan pelaku UMKM yang beroperasi di lingkungan tersebut, yang memiliki potensi pasar unik namun memerlukan dukungan dalam mengoptimalkan strategi pemasaran yang efektif untuk meningkatkan keberlanjutan usaha mereka.

Dalam pelaksanaan PkM ini, kami mengadopsi metode deskriptif kualitatif untuk memahami tantangan UMKM dalam pemasaran serta mendeskripsikan proses dan hasil pelatihan. Langkah-langkah utama yang diimplementasikan meliputi paparan materi interaktif tentang Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Keberlanjutan Usaha, diikuti dengan sesi diskusi dan tanya jawab aktif. Sesi ini bertujuan menggali permasalahan spesifik UMKM terkait pemasaran, memberikan solusi praktis, serta mengkonfirmasi pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini merupakan kolaborasi terpadu yang melibatkan beberapa unsur kunci untuk memastikan tercapainya tujuan yang telah ditetapkan. Partisipasi aktif para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangat esensial sebagai objek utama dan sasaran dari kegiatan ini. Sebanyak 25 orang pelaku UMKM yang beroperasi di sekitar area Asrama Haji Jakarta menjadi peserta inti pelatihan ini. Kehadiran dan antusiasme mereka dalam menyerap materi serta berdiskusi merupakan indikator keberhasilan dalam

mencapai peningkatan pemahaman dan keterampilan terkait strategi pemasaran untuk meningkatkan keberlanjutan usaha mereka.

Kegiatan ini didukung penuh oleh keahlian akademis dari 12 orang dosen pembimbing dan pendamping dari Universitas Pamulang. Para dosen ini tidak hanya berperan sebagai narasumber utama yang menyampaikan materi pelatihan, tetapi juga sebagai fasilitator diskusi, konsultan, dan mentor bagi para peserta UMKM, memastikan materi yang disampaikan relevan dan akurat. Selain itu, sebanyak 25 orang mahasiswa program pascasarjana dari Program Studi Magister Manajemen Universitas Pamulang turut serta aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan PkM, membantu persiapan logistik, dokumentasi, fasilitasi jalannya sesi pelatihan, hingga pendampingan individual bagi UMKM, sekaligus mengaplikasikan teori ke dalam permasalahan riil di masyarakat.

Kehadiran civitas academica Universitas Pamulang memberikan pendekatan terstruktur dalam upaya pemberdayaan UMKM di Asrama Haji Jakarta, khususnya dalam mengatasi tantangan pemasaran yang seringkali kurang terencana dan kurang berbasis analisis, yang berdampak pada keberlanjutan dan daya saing usaha. Solusi yang diberikan meliputi pelatihan sistematis mengenai strategi pemasaran yang efektif, diikuti diskusi interaktif yang tidak hanya memperdalam pemahaman tetapi juga membangkitkan semangat inovasi peserta.

Langkah strategis utama mencakup pelatihan dan pendampingan dalam pengelolaan pemasaran, mengajarkan analisis pasar, segmentasi, positioning, serta pemasaran digital untuk menyusun strategi pemasaran yang optimal dan menguntungkan. Selain itu, dilakukan peningkatan kapasitas dalam penyusunan proposal bisnis serta pemahaman skema pengajuan modal atau kemitraan untuk membuka akses pendanaan dan memperluas jejaring usaha. Keberhasilan solusi ini akan diukur melalui indikator seperti peningkatan daya tarik pasar, kenaikan volume penjualan, peningkatan loyalitas pelanggan, serta bertambahnya jumlah proposal yang diajukan dan akses pendanaan. Diharapkan program ini dapat mendorong kemandirian dan pertumbuhan UMKM, serta berkontribusi signifikan pada ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang berfokus pada pelatihan strategi pemasaran untuk meningkatkan keberlanjutan usaha bagi UMKM di lingkungan Asrama Haji Jakarta telah terselenggara dengan sukses, sesuai dengan kerangka waktu dan tujuan yang ditetapkan. Kegiatan ini melibatkan partisipasi aktif dan sinergis dari 25 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menjadi objek utama pengabdian, didukung penuh oleh 12 dosen pembimbing dan pendamping, serta 25 mahasiswa Program Pascasarjana dari Universitas Pamulang. Kolaborasi ini mencerminkan komitmen Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan untuk kesejahteraan masyarakat.

Secara spesifik, pelatihan ini diawali dengan pemaparan materi yang sistematis dan interaktif mengenai berbagai strategi pemasaran yang efektif. Materi disajikan secara lugas dengan dukungan visualisasi data, infografis, dan contoh-contoh relevan yang memudahkan pemahaman pelaku UMKM terhadap konsep kompleks seperti analisis pasar, segmentasi dan positioning, pemasaran digital, serta pengembangan merek. Setelah pemaparan, sesi diskusi dan tanya jawab dua arah menjadi inti kegiatan. Sesi ini tidak hanya berfungsi untuk mengkonfirmasi pemahaman peserta, tetapi juga menjadi platform vital bagi pelaku UMKM untuk membagikan tantangan spesifik yang mereka hadapi dalam merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran. Tim pelaksana secara langsung memberikan solusi praktis dan rekomendasi yang disesuaikan dengan konteks masing-masing usaha, memfasilitasi pertukaran ide yang konstruktif.

Hasil observasi selama kegiatan menunjukkan tingkat antusiasme dan partisipasi yang tinggi dari para pelaku UMKM. Mereka secara aktif mengajukan pertanyaan, berbagi pengalaman, dan menunjukkan semangat yang kuat untuk mengimplementasikan pengetahuan baru. Hal ini mengindikasikan bahwa materi yang disampaikan sangat relevan dengan kebutuhan riil mereka dan berhasil memperdalam pemahaman mereka tentang pentingnya strategi pemasaran yang efektif.

dalam meningkatkan keberlanjutan usaha. Kondisi ini menjadi landasan awal yang kuat bagi UMKM untuk terus berinovasi dan meningkatkan kapasitas pengelolaan usaha secara berkelanjutan.

Dalam konteks pembahasan, keberhasilan kegiatan ini secara langsung mengatasi permasalahan inti UMKM yang diidentifikasi, yaitu kurangnya pemahaman tentang pentingnya pemasaran yang berbasis analisis dan perencanaan. Pelatihan pemasaran memberikan UMKM keterampilan esensial untuk menganalisis pasar, menentukan segmentasi dan target pasar yang tepat, serta merumuskan strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya saing mereka. Dengan demikian, pelaku usaha diajarkan bagaimana menggunakan berbagai alat pemasaran untuk memperkenalkan produk mereka secara efektif, menciptakan diferensiasi di pasar, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Penerapan strategi pemasaran yang terencana ini sangat penting dalam mendorong pertumbuhan penjualan dan meningkatkan keberlanjutan usaha mereka.

Lebih lanjut, program ini juga menyentuh aspek penting lain dalam pengembangan UMKM, yaitu peningkatan kapasitas dalam penyusunan proposal bisnis dan pemahaman mengenai skema pengajuan modal atau kemitraan. Seringkali, keterbatasan dalam menyusun dokumen formal menjadi penghalang utama bagi UMKM untuk mengakses dukungan permodalan atau menjalin kemitraan strategis. Dengan membekali mereka kemampuan menyusun rencana bisnis yang komprehensif, termasuk proyeksi keuangan dan strategi pemasaran, program ini berpotensi meningkatkan peluang UMKM dalam memperoleh akses pendanaan dan membangun jejaring usaha yang lebih luas. Ini merupakan langkah fundamental untuk mewujudkan pertumbuhan UMKM yang lebih terstruktur dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan PkM ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana transfer pengetahuan, melainkan sebagai katalisator pemberdayaan yang mendorong UMKM untuk mengambil keputusan bisnis yang lebih rasional dan terukur. Sinergi antara akademisi dan komunitas ini diharapkan dapat menjadi model praktik terbaik dalam mendukung UMKM, memperkuat fondasi usaha di tingkat lokal, dan memberikan kontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi nasional.



Gambar 1. Foto tim PKM kelompok 2 beserta dosen pembimbing dan pelaku UMKM di Asrama Haji Jakarta

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang fokus pada pelatihan strategi pemasaran untuk meningkatkan keberlanjutan usaha bagi UMKM di lingkungan Asrama Haji Jakarta telah berhasil dilaksanakan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Inisiatif ini merupakan wujud nyata komitmen Tri Dharma Perguruan Tinggi dari Universitas Pamulang, khususnya melalui kontribusi aktif mahasiswa pascasarjana Program Studi Magister Manajemen. Sepanjang pelaksanaan kegiatan, antusiasme tinggi ditunjukkan oleh para pelaku UMKM peserta, yang tercermin dari partisipasi aktif mereka dalam sesi diskusi dan tanya jawab. Dukungan penuh dari mahasiswa pelaksana dan bimbingan yang konsisten dari dosen pembimbing juga menjadi faktor krusial yang memastikan kelancaran dan efektivitas program.

Sinergi antara akademisi dan komunitas ini tidak hanya memperkaya pengalaman belajar mahasiswa, tetapi juga secara efektif mewujudkan luaran yang diharapkan, yaitu peningkatan pemahaman dan keterampilan praktis UMKM dalam mengelola aspek pemasaran strategis untuk meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha mereka. Pelatihan yang disampaikan mencakup berbagai topik penting seperti analisis pasar, segmentasi pasar, positioning produk, pemasaran digital, serta pengelolaan hubungan pelanggan yang bertujuan untuk membantu UMKM mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang pasar dengan lebih efektif.

Selain itu, kegiatan ini juga memberikan pelaku UMKM pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya perencanaan pemasaran yang matang, yang tidak hanya berfokus pada penjualan tetapi juga pada pengembangan merek dan loyalitas pelanggan. Dengan dibekali keterampilan pemasaran

yang lebih baik, diharapkan UMKM di Asrama Haji Jakarta dapat lebih siap untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan berkembang secara berkelanjutan.

Keberhasilan pelatihan ini menunjukkan betapa pentingnya kolaborasi antara akademisi dan komunitas dalam pemberdayaan UMKM. Program ini diharapkan dapat menjadi model terbaik dalam mendukung perkembangan UMKM, memperkuat daya saing mereka, serta berkontribusi nyata terhadap pembangunan ekonomi lokal dan nasional.

Sebagai upaya untuk memperkuat dampak dan menjamin keberlanjutan hasil pelatihan, disarankan beberapa langkah strategis. Pertama, perlu dibentuk komunitas belajar atau forum diskusi bagi pelaku UMKM guna mendorong pertukaran pengetahuan, pengalaman, dan praktik baik secara berkelanjutan. Kedua, program pendampingan pasca-pelatihan sebaiknya disediakan secara sistematis agar peserta memperoleh bimbingan dalam mengimplementasikan materi pelatihan sesuai dengan konteks usaha masing-masing. Ketiga, pengembangan platform digital terintegrasi yang memuat materi pembelajaran, alat bantu manajemen usaha, serta fitur konsultasi daring akan sangat membantu dalam mendukung proses belajar mandiri. Keempat, pelaksanaan program sertifikasi kompetensi dapat meningkatkan kredibilitas peserta pelatihan dan membuka peluang kerja sama yang lebih luas. Kelima, evaluasi dan penelitian tindak lanjut perlu dilakukan secara berkala untuk mengukur efektivitas pelatihan serta mengidentifikasi kebutuhan lanjutan. Terakhir, kolaborasi dengan perguruan tinggi dan lembaga inkubator bisnis diharapkan dapat memperkuat ekosistem pendukung UMKM melalui penyediaan mentor, riset pasar, dan akses terhadap inovasi teknologi yang relevan.

REFERENSI

- Hidayat, A. (2017). Manajemen Pemasaran: Strategi Pemasaran Terapan. Malang: UB Press.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
- Novianti, S., & Ansofino, R. (2021). Analisis Strategi Pemasaran UMKM Makanan Ringan untuk Meningkatkan Penjualan. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 20(2), 123-135.
- Pugu, M. R., Riyanto, S., & Haryadi, R. N. (2024). *Metodologi Penelitian; Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Tambunan, T. T. H. (2009). UMKM di Indonesia: Isu-Isu Penting. LP3ES.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Strategik (Edisi 3). Yogyakarta: Andi.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Zunaidi, A. (2024). Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat: Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas. IAIN Kediri.