



Pengembangan Entrepreneurship Melalui Strategi Pemasaran Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Keluarga Dan Masyarakat Desa Pasir Putih, Kecamatan Pamona Selatan, Kabupaten Poso

Abstrak

Strategi pemasaran dalam pengembangan usaha saat ini sangat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. Pelaksanaan pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Desa Pasir Putih dengan fokus pada pengembangan strategi pemasaran dalam meningkatkan berbagai usaha untuk mendorong pertumbuhan ekonomi keluarga serta dapat memberikan manfaat pengetahuan bagi pelaku usaha UMKM, sehingga pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat menjadi input dalam Program Desa secara berkelanjutan. Hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat menunjukkan kesadaran pelaku usaha untuk menerapkan strategi pemasaran yang tepat, seperti strategi segmentasi pasar, strategi penentuan harga yang kompetitif serta promosi yang efektif.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Pemasaran, Ekonomi Keluarga

Abstract

Marketing strategies in business development greatly influence the economic growth of MSME Actors. The implementation of Community Service Activity - CSA (PKM) carried out in Pasir Putih Village with a focus on marketing strategies in improving businesses to encourage family economic growth can provide knowledge for MSME Actors, so the objectives of CSA become input into sustainable Village Programs. The results of implementing CSA shows the awareness of MSME Actors in implementing the appropriate marketing strategies, such as market segmentation, competitive pricing and effective promotions.

Keywords: Entrepreneurship, Marketing, Family Economic

Holmes Rolandy Kapuy¹, Timotius Garatu², Ratno³

Jurusan Manajemen, Universitas Sintuwu Maroso
Jl. P. Timor No. 1 Poso, Sulawesi Tengah - Indonesia

Article history

Received : 11-10-2024

Revised : 19-10-2024

Accepted : 24-10-2024

Email : rolandykapuy@gmail.com

PENDAHULUAN

Pengembangan dan pertumbuhan kewirausahaan di Indonesia semakin meningkat disebabkan salah satu oleh tuntutan revolusi industri 4.0. Pengembangan kewirausahaan mempengaruhi berbagai sektor secara khusus perekonomian sehingga dibutuhkan kreatifitas masyarakat atau pelaku usaha dalam mengikuti perkembangan serta daya saing (Sugiarto, 2021).

Pertumbuhan wirausaha berada pada 3,4 % dengan target 12 sampai 14 %, hal ini juga memberikan motivasi bagi masyarakat dalam membuka peluang usaha diberbagai bidang baik barang maupun jasa (Firmansyah, 2023). Dengan kondisi perekonomian yang sangat kompetitif saat ini, berwirausaha merupakan peluang yang sangat efektif dalam meningkatkan ekonomi serta kebutuhan kehidupan masyarakat dan kehidupan keluarga.

Kewirausahaan merupakan kegiatan yang sangat penting untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan ekonomi yang digerakkan oleh masyarakat. Kewirausahaan merupakan nilai yang tercermin dalam perilaku yang menjadi dasar sumber daya, tujuan, strategi, proses, dan hasil bisnis (Graciyafernandy & Istiyawari, 2024). Dalam konsep masyarakat yaitu keluarga kategori usaha yang diciptakan biasanya usaha dalam skala kecil atau biasanya disebut dengan Usaha Kecil Menengah (UKM). Usaha keluarga mendominasi dan menyebar di berbagai sektor usaha di Indonesia.

Berbagai macam jenis UMKM sebagai usaha keluarga yang ada di Indonesia diharapkan dapat membantu keberlanjutan pertumbuhan ekonomi bagi keluarga. Oleh karena itu, perlu adanya pengembangan usaha baik dalam perencanaan maupun usaha yang sudah dijalankan, sehingga mampu memiliki daya saing demi keberlanjutan ekonomi (Kasali, 2022). Menanggapi



kondisi tersebut maka, dibutuhkan strategi dalam mengembangkan usaha, salah satunya adalah strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan usaha. Usaha-usaha keluarga baik dalam skala kecil, menengah dan besar wajib merencanakan dan mengimplementasikan strategi-strategi pemasaran untuk memposisikan daya saing yang semakin meningkat saat ini (Hamzah, 2022). Banyak strategi pemasaran yang perlu dilakukan untuk pengembangan usaha, antara lain strategi produk, harga, segmentasi, targeting dan positioning dan masih banyak lagi strategi yang dibutuhkan sesuai dengan kondisi pasar yang ada.

Perilaku pasar saat ini sangat beragam baik perilaku pasar secara online maupun offline, maka wirausaha dituntut harus dapat memahami kebutuhan dan keinginan perilaku pasar dengan menggunakan strategi yang tepat dalam memasarkan produk (Devidly, 2019). Adapun tujuan pelaksanaan untuk menguraikan dan memberikan pembelajaran mengenai strategi-strategi pemasaran bagi pelaku usaha yang ada di Desa pasir Putih dalam meningkatkan perekonomian keluarga. Permasalahan yang dikemukakan adalah bagaimana mengembangkan strategi pemasaran pada usaha untuk meningkatkan perekonomian keluarga.

BAHAN DAN METODE

Metode pelaksanaan pengabdian ini dilakukan bertujuan untuk memberikan kontribusi positif bagi pelaku usaha antara lain dengan memberikan implementasi strategi-strategi pemasaran dalam mengembangkan usaha. Metode secara kualitatif yang digunakan adalah pertemuan interaktif dengan pelatihan singkat untuk merancang hasil strategi pemasaran dalam menjawab permasalahan pelaku usaha (Anggito & Johan, 2018). Adapun tahapan metode pelaksanaan yaitu melaksanakan persiapan, observasi permasalahan pelaku usaha yang ada di Desa pasir Putih kecamatan Pamona Selatan Kabupaten Poso, selanjutnya, memahami dan mendalami permasalahan tersebut dan yang terakhir pelaksanaan pertemuan interaktif atau sosialisasi.

1. Tahap Persiapan

Tahapan awal ini bertujuan untuk merumuskan perencanaan kegiatan. Pada tahapan ini dimulai dengan koordinasi dengan pemerintah Desa untuk mendapatkan persetujuan serta kesepakatan pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat, selanjutnya pihak Desa melalui Kepala Desa menyetujui. Dalam komunikasi pelaksanaan menjelaskan rangkaian kegiatan serta tujuan dan outcome dari kegiatan pengabdian ini. Perencanaan kegiatan ini disambut dengan baik oleh Kepala Desa dan Masyarakat Paasir Putih, karena kegiatan ini ternyata merupakan salah satu program utama Desa Pasir Putih sehingga semua persiapan pada tahap awal kegiatan ini sepenuhnya dipersiapkan oleh pemerintah Desa bersama dengan masyarakat.

2. Observasi dan Pendalaman Masalah

Perencanaan dan persiapan telah dilaksanakan yang dibantu oleh pemerintah Desa dan masyarakat.

Maka selanjutnya pelaksana melakukan observasi yang menjadi permasalahan utama sesuai dengan tujuan pelaksana, observasi dan pendalaman dilaksanakan 3 hari. Tahapan ini dilaksanakan melalui *Focus Group Discussion* (FGD) bersama masyarakat.



Gambar 1. FGD Pendekatan Masalah

Berdasarkan tahapan kedua ini melalui FGD maka tim pelaksana dapat mendalami dan merumuskan permasalahan. Permasalahan utama adalah bagaimana mempertahankan dan mengembangkan usaha untuk meningkatkan ekonomi keluarga. Pemerintah Desa bersama masyarakat secara khusus pelaku usaha telah berupaya mencari solusi dan strategi, tetapi tidak begitu efektif dalam pengembangan usaha yang telah dijalankan.

3. Pelaksanaan Pertemuan Interaktif

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun oleh pelaksana, maka pelaksana mengidentifikasi dan mengkaji beberapa strategi dan rencana implementasi untuk menjadi solusi dalam menjawab permasalahan yang ada. Hasil identifikasi sebagai strategi dilaksanakan pada pertemuan interaktif antara pelaksana dan para pelaku usaha



Gambar 2. Pertemuan Interaktif PKM

Pekasana melakukan pertemuan interaktif terhadap pelaku usaha untuk menjelaskan berbagai strategi pemasaran produk, strategi harga, strategi segmentasi, target pasar serta positioning produk dari para pelaku usaha. Pertemuan ini dapat memberikan gambaran dalam melaksanakan strategi serta menjawab masalah yang dihadapi oleh para pelaku usaha.



Gambar 3. Pertemuan Interaktif Strategi Pemasaran

Pertemuan ini memberikan ruang diskusi antara pekasana dengan pelaku usaha untuk mendapatkan strategi dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Pengabdian Kepada masyarakat bertempat di Desa Pasir Putih, Kecamatan Pamona Selatan. Berdasarkan hasil pelaksanaan bahwa pertemuan bersama pelaku usaha Desa Pasir Putih yaitu strategi pemasaran dapat mengembangkan kewirausahaan untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi keluarga, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan daya saing. Sedangkan pengembangan kewirausahaan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan pada kelompok masyarakat atau keluarga

Strategi pemasaran mencakup perencanaan, upaya dalam mencapai target, metode dalam mencapai pendapatan yang sesuai dengan harapan pelaku usaha atau masyarakat Desa Pasir Putih sehingga dapat mencapai keuntungan yang lebih baik dalam menjalankan usaha. Strategi pemasaran juga, mengembangkan kewirausahaan untuk makin berperan sebagai penyedia barang dan jasa pada pasar lokal yang

semakin berdaya saing, khususnya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat banyak.

Strategi pemasaran memberikan manfaat bagi pelaku usaha di Desa Pasir Putih agar dapat mendayagunakan segala sumber daya yang dimiliki, dengan proses yang kreatif dan inovatif menjadikan para wirausaha siap menghadapi tantangan krisis ekonomi atau perekonomian di masa yang akan datang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pelaksanaan Pengabdian Kepada masyarakat di Desa Pasir Putih dapat disimpulkan bahwa materi pertemuan interaktif mengenai kajian strategi pemasaran dalam meningkatkan usaha untuk mendorong pertumbuhan ekonomi keluarga memberikan manfaat pengetahuan dan sebagai input program Desa yang di masukkan pada Anggaran Dana Desa yaitu membantu pelaku usaha sebagai fasilitator untuk mengembangkan strategi pemasaran.

Selanjutnya strategi pemasaran berdasarkan harga dan produk memberikan manfaat bagi pelaku usaha untuk dapat menerapkan kesesuaian harga terhadap produk, sehingga mempengaruhi kepuasan pembeli.

Pelaku usaha mendapatkan pengetahuan sebagai solusi dalam menerapkan strategi pemasaran yang baik dan benar, juga menyelesaikan masalah yang terjadi dalam menjalankan usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksana mengucapkan terima kasih kepada Pemerintah Desa Pasir Putih sebagai mitra dalam melaksanakan Pengabdian Kepada masyarakat serta Fakultas Ekonomi Unsimar yang telah mendukung dalam memberikan ijin pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggito, Albi, dan Johan Setiawan, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat: CV Jejak, 2018.
- Devidly, Analisis Strategi Pemasaran Makanan Tradisional Kuei Bangkit Kembang Melati Di Pekanbaru, *Skripsi*, 2019.
- Firmansyah, H. *Pemerintah Kejar Target Kenaikan Rasio Kewirausahaan Hingga 12 Persen*.
<https://www.rri.co.id/umkm/448342/pemerintah-kejar-target-kenaikan-rasio-kewirausahaan-hingga-12-persen>
- Graciafernandy, M. A. & Istiyawari, L. (2024). Studentpreneurship: Menumbuhkan Jiwa Entrepreneur Pada Generasi Z. *Jurnal ABDIMASKU*. Vol 7 (2) 843-850.
- Hamzah, Kasmawati., & Sonata, D. L. (2022). Buku Ajar Kewirausahaan. Lampung: Pusaka Media.
- Rhenald, Kasali, dkk, *Modul Keiwiurausahaan Untuk Program Strata A1*. Bekasi: Ruimah Perubahan, 2020
- Sugiarto, C. *Kewirausahaan UMKM Dan Pertumbuhan Ekonomi*.
https://www.setneg.go.id/baca/index/kewirausahaan_umkm_dan_pertumbuhan_ekonomi

