

# PERLUASAN STRATEGI PEMASARAN BAGI PRODUK HOME INDUSTRI MELALUI PENGUATAN DAYA SAING DI DESA KUBAH SENTANG KECAMATAN PANTAI LABU

Julienda Br Harahap<sup>1</sup>, Tika Indria<sup>2</sup>, Shofwan Andri<sup>3</sup>,  
Lusi Elviani<sup>4</sup>, Farida Khairani Lubis<sup>5</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UISU

<sup>3,4,5</sup>Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UISU

Corresponding author : [Julienda@fe.uisu.ac.id](mailto:Julienda@fe.uisu.ac.id)

## Abstract

Key Word :  
Marketing Strategy,  
Strengthening  
Competitiveness,  
Technology Development

Economic growth can be achieved according to the target if a planned and structured business is carried out. One way is to encourage the creation of more entrepreneurs. Entrepreneurship is considered as the answer to overcome economic problems, especially to encourage economic growth and technological development. Apart from having an impact on increasing economic growth, entrepreneurial activity is also related to creating jobs. Another effort to strengthen the economy of the Indonesian people is through collaboration between universities and the business world, in this case focusing on MSME actors. Universities must be able to take a role in efforts to increase the potential of MSME actors through the results of research and studies conducted. The results of this research and study are expected to be able to bring about a change in the form of new creativity and innovation in the business world so as to provide benefits for MSME actors and the community. Apart from innovation and creativity, MSME actors also need to be given an understanding of product marketing in order to strengthen the competitiveness of selling community products as an effort to achieve economic independence. Therefore, the FEB UISU Entrepreneurship and Accounting study program conducted Community Service activities in Kubah Sentang Village, Pantai Labu District, Deli Serdang Regency. The method of implementing this training and mentoring mainly uses the method of action research activities. The implementing team carried out the activity of providing material while carrying out an analysis to solve the problems encountered. The material giving method is carried out by lectures, interactive question and answer, demonstrations and solving cases.

## Pendahuluan

Desa Kubah Sentang Kecamatan Pantai Labu merupakan salah satu desa yang ada dikecamatan Pantai Labu, Kabupaten Deli Serdang, Provinsi Sumatera Utara yang terdiri dari 2 dusun, yaitu dusun I dan dusun II. Desa Kubah Sentang berbatasan langsung dengan Bandara udara Internasional Kualanamu Deli Serdang. Desa Pematang Biara, Desa Durian, dan Desa Pantai Labu Pecan. Jumlah penduduk Desa Kubah Sentang sekitar 1200 jiwa, kepadatan 20 jiwa/ km. Fasilitas umum yang terdapat di desa tersebut diantaranya Mesjid Jami, Mesjid Al Ikhlas, SD Inpres Kubah Sentang dan Lapangan Olah Raga. Mata pencaharian masyarakat pada umumnya adalah nelayan, petani dan buruh ternak maupun perkebunan. Berdasarkan cerita masyarakat setempat, bahwa suku Banjar asal Kalimantan Selatan datang mendiami wilayah ini atas izin dari kerajaan Sultan Deli yang berkuasa pada masa itu. Hingga saat itu masyarakat tetap mempertahankan bahasa banjar sebagai media komunikasi sehari-hari, selain suku Banjar terdapat juga suku lainnya seperti suku Jawa, suku Padang dan suku Melayu. Selain itu masyarakat tersebut juga banyak memiliki usaha *home industry* sebagai penunjang perekonomian masyarakat dimana kendala dalam pemasaran yang mereka lakukan saat ini hanya dilakukan secara tradisional dan juga dilakukan dari mulut ke mulut saja sehingga masyarakat tersebut belum memahami bagaimana cara melakukan perluasan pemasaran produk *home industry* dan strategi apa yang akan digunakan untuk perluasan pemasaran. Adapun yang menjadi fokus kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan di

Desa Kubah sentang adalah bertujuan bagaimana untuk meningkatkan daya saing produk home industry dengan perluasan pemasaran dengan memberikan penyuluhan dan pemahaman kepada masyarakat tersebut melalui perluasan strategi pemasaran melalui penguatan daya saing.

Melalui pengabdian ini kami berharap pelatihan ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai perluasan strategi pemasaran bagi produk home industry melalui penguatan daya saing. Sehingga ini akan menjadi bekal untuk dapat menyesuaikan diri dalam mengikuti perkembangan global yang ditandai dengan perubahan yang sangat cepat dalam dunia pemasaran.

## **Tinjauan Pustaka**

Strategi perluasan pemasaran penting dilakukan untuk menciptakan permintaan baru dari pelanggan baru secara berkesinambungan, sehingga pendapatan bertambah secara konsisten dari waktu ke waktu [1]. Strategi pemasaran telah didukung oleh kemajuan teknologi terutama teknologi digital, sehingga memudahkan pelaku usaha untuk memperluas pasarnya. *E-commerce* menjadi salah satu instrumen perluasan pasar di era teknologi digital seperti saat ini. *E-commerce* adalah konsep yang bisa menggambarkan proses jual beli atau proses pertukaran produk berupa barang, jasa atau yang lainnya melalui jaringan informasi (internet) [2]. Dengan strategi pemasaran yang tepat melalui *e-commerce*, diharapkan pasar akan terus meluas secara konsisten. Sehingga, pemasaran produk tidak terbatas hanya di daerah tertentu saja namun juga dapat merambah ke berbagai daerah lainnya. [3]. Daya saing berhubungan dengan bagaimana efektivitas suatu organisasi di pasar persaingan, dibandingkan dengan organisasi lainnya yang menawarkan produk atau jasa-jasa yang sama atau sejenis. Perusahaan-perusahaan yang mampu menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas baik adalah perusahaan yang efektif dalam arti akan mampu bersaing [4]. Daya saing merupakan suatu upaya yang harus dilakukan oleh pelaku usaha/ekonomi agar tetap eksis dalam menjalankan kegiatannya [5] (Asmara & Rahayu, 2013). Daya saing terutama bila dilihat dari segi produk tentu saja wajib dimiliki oleh UMKM. Karena daya saing tersebut mampu membawa UMKM tetap bertahan dalam ketatnya persaingan di dunia usaha, [6.] Maka dari itu strategi pemasaran merupakan langkah awal yang digunakan oleh pelaku UMKM dalam mencapai hasil yang diharapkan.

## **Metode**

Model pelaksanaan kegiatan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dengan cara:

(a). Melakukan prasarvei dan berkoordinasi dengan Kepala Desa Kubah Sentang Kecamatan Pantai Labu untuk mendiskusikan topik yang diabdikan yaitu Tema : penguatan daya saing melalui Perluasan Pemasaran Produk Home Industry Masyarakat di desa Kubah Sentang Kecamatan Pantai Labu. (b). Menyelenggarakan pelatihan dengan materi : Strategi perluasan pemasaran guna menguatkan daya saing melalui e-commerce bagi produk home industry masyarakat di Desa Kubah Sentang Kecamatan Pantai Labu. (c). Pelaksanaan kegiatan dengan cara memberikan ceramah dan contoh / simulasi yang terkait pada materi untuk mengimplementasikan strategi perluasan pemasaran. (d). Demonstrasi pembuatan produk bahan minyak goreng dengan memberikan peragaan langsung kepada masyarakat agar cepat tanggap dengan apa yang sudah diberikan. (e). Diskusi dan Tanya jawab baik sebelum dan sesudah pelatihan sebagai bentuk penilaian kesuksesan program bagi masyarakat.

## **Hasil dan Pembahasan.**

Melihat dari permasalahan yang terdapat pada Desa Kubah Sentang Kecamatan Pantai Labu bahwa masyarakat tersebut belum mengetahui dan memahami bagaimana melakukan perluasan pemasaran bagi usaha *home industri* yang mereka miliki, sebab mereka masih terfokus melakukan pemasaran secara tradisional maupun secara manual saja, oleh sebab itu dengan permasalahan yang ada maka pihak FEB

UISU mengadakan pengabdian kegiatan masyarakat melalui penyuluhan, pelatihan, pemberian materi dengan melakukan ceramah, demonstrasi dan tanya jawab secara interaktif serta penyelesaian kasus. Kemudian hasil dari kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan berupa : (1). Pelatihan dilaksanakan di Balai desa Kubah sentang Kecamatan Pantai Labu. Pada pelatihan ini, setiap peserta berkesempatan untuk mempraktekkan secara langsung proses yang didemonstrasikan oleh tim pelaksana kegiatan pengabdian. Suasana pelatihan dapat dilihat pada gambar 1 dan gambar 2.



Gambar 1. Demonstrasi Tim untuk pembuatan bahan Minyak Goreng Bekas



Gambar 2. Demonstrasi Oleh peserta/mitra untuk pembuatan bahan Minyak Goreng Bekas

Selama rangkaian pelatihan, para peserta sangat antusias dalam mengikuti pelatihan karena didukung penuh dalam aspek sarana dan prasarana yang telah dipersiapkan oleh tim pelaksana pengabdian. Dengan hal ini mereka dapat mempraktekkan secara langsung apa yang didemonstrasikan sehingga materi yang disampaikan lebih mudah difahami. Setelah melakukan demonstrasi mengenai pengembangan produk, pemateri memaparkan materi yang ingin diajarkan berupa: “Strategi Perluasan Pemasaran Guna Memperkuat Daya Saing Melalui E-Commerce Bagi Produk Home Industry Masyarakat Di Desa Kubah Sentang, Kecamatan Pantai Labu”. Antusias peserta selama aktivitas penyampaian materi dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. Penyampaian Materi Oleh Narasumber Kepada Peserta PKM

Selama pelatihan berlangsung, antusias peserta terlihat lumayan besar. Terbukti dari respon peserta dalam diskusi dan mengajukan pertanyaan. Pada awalnya para peserta cenderung pasif karena secara umum mereka takut untuk mengajukan pertanyaan. Tetapi melalui pendekatan yang dilakukan oleh tim pelatihan, dan melalui demonstrasi yang dilakukan, akhirnya para peserta perlahan mulai aktif dan memberikan respon positif selama proses pelatihan sehingga para peserta menjadi lebih terbuka dalam mengajukan pertanyaan dan mengungkapkan keinginan mereka untuk dapat ditanggapi oleh tim pelaksana kegiatan pengabdian. Diakhir sesi pelatihan, kami ajukan beberapa pertanyaan untuk melihat seberapa besar kesuksesan kegiatan ini. Kami memperoleh respon positif dari jawaban mereka, dimana peserta dapat menjawab pertanyaan yang diajukan oleh tim sebagai bentuk bahwa peserta menyimak dengan baik materi yang telah diberikan. Respon positif lain yang didapatkan adalah para peserta mengungkapkan bahwa mereka dapat memperoleh pengetahuan baru tanpa harus mengeluarkan sejumlah materi.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan kegiatan pelatihan yang dilaksanakan dapat diketahui bahwa para peserta antusias dan memberikan respon positif terhadap pelatihan yang diberikan terlebih pada saat diskusi dan tanya jawab. Para peserta tertarik mendengarkan materi yang disajikan, pengalaman para pemateri dan demonstrasi yang diajarkan. Dengan demikian, para peserta mendapat informasi yang bisa dijadikan gambaran mengenai perjalanan dunia usaha yang membutuhkan banyak hal kecil berdampak besar yang harus diperhatikan seperti strategi pemasaran. Selain itu, para peserta juga mendapatkan kesempatan belajar membuat produk inovatif yang berasal dari limbah. Bagi beberapa peserta, waktu pelatihan dirasa relatif singkat untuk konsultasi lebih mendalam mengenai materi dan praktek lebih detail.

## Referensi

- [1]. Noor Latifah , Putri Kurnia Handayani, Syaiful Muzid,( 2019 ). Perluasan Pangsa pasar dan Peningkatan Mina collection Kudus Melalui Online Marketing ( 67-71 ). Jurnal Layanan Masyarakat Vol.I.No.2.
- [2]. Narto, (2021 ), Strategi Pemasaran Untuk Penguatan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah ( UKM ) Sambal Instan Pasca Pandemi Covid -19 ( Studi Kasus Progresisive gresik ). Jurnal Rekayasa Sistem dan Industri
- [3]. Darwanto, D. (2013). Peningkatan daya saing umkm berbasis inovasi dan kreativitas (strategi penguatan property right terhadap inovasi dan kreativitas). Jurnal Bisnis Dan Ekonomi, 20(2), 24200..
- [4]. Fuadi, I. F., Budiarmo, & E., Murdani. (2009). Hubungan Minat Berwirausaha Dengan Prestasi Praktik Kerja Industri Siswa Kelas XII Teknik Otomotif SMK Negeri 1 Adiwerna Kabupaten Tegal Tahun Ajaran 2008/2009. Jurnal PTM, 9 (2), 92 – 98.
- [5]. Hamzah, M. H. M. (2020). EFEKTIVITAS PELATIHAN KETERAMPILAN DALAM MENUMBUHKAN KEWIRAUSAHAAN. IKRA-ITH EKONOMIKA, 3(2), 110- 121
- [6]. Hidayat, S., Aliftian, M., & Rhama, M. (2020). Pelatihan Pemanfaatan Internet Bagi Remaja Karang Taruna RW. 05 Cipedak Jagakarsa Jakarta Selatan. JURNAL PENGABDIAN TERATAI, 1(2), 277-282.