

PENYULUHAN STRATEGI PEMASARAN UMKM DESA KERSIKAN KECAMATAN GENENG KABUPATEN NGAWI

Oleh:

Ichwakul Nur Icklasul Amal

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Soerjo Ngawi

E-mail: muklasnimas@gmail.com

ABSTRAK

Community Service Activities of Soerjo University Ngawi were carried out with the aim of helping to improve the economy of the community through the process of improving the quality of human resources (HR) by increasing the understanding of the community that is the target of the activity. The activity was carried out using a face-to-face counseling method given to the community of Micro, Small and Medium Enterprises owners in the Kersikan Village area, Geneng District, Ngawi Regency with the topic of MSME Marketing Strategy. The results of the activity showed an increase in understanding related to MSMEs and MSME Marketing Strategy after the counseling activity was carried out.

Kata Kunci: *Counseling, SME, Marketing Strategy.*

PENDAHULUAN

Secara teori Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi kerakyatan mandiri dari skala kecil yang pengelolaannya dilakukan oleh masyarakat baik secara perorangan, keluarga, ataupun berkelompok (Purba, 2019). UMKM sendiri salah satu sektor yang dijadikan sebagai pilar perekonomian di negara Indonesia dikarenakan pertumbuhan UMKM dinilai dapat menciptakan sebuah dinamika ekonomi yang menjanjikan bagi masyarakat. Fenomena ini tidak hanya menjadi peluang bagi para pelaku usaha yang telah berdiri, tetapi juga menjadi panggung bagi perkembangan ekonomi di berbagai wilayah termasuk Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi. Hal ini

didukung dengan fakta bahwa kebanyakan masyarakat setempat memiliki usaha kecil seperti: usaha warung, bengkel, sampai dengan makanann olahan. Banyaknya pelaku UMKM selain menjadi sebuah keunggulan bagi wilayah Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi dikarenakan munculnya kekhawatiran akan daya saing dan ketidakmampuan mengembangkan usaha. Dalam konteks ini, strategi pemasaran menjadi kunci utama bagi UMKM di desa ini untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dan meningkatkan daya saingnya di pasar yang semakin kompetitif.

Menurut Kotler, P., & Armstrong, G (2018) dalam proses menjalankan UMKM dan memilih strategi pemasaran yang tepat dibutuhkan dukungan dari berbagai pihak khususnya organisasi inkubator bisnis baik milik pemerintah maupun milik swasta. Hal ini sejalan dengan situasi yang terdapat di Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi, dimana rata-rata pelaku usaha kecil mendapatkan dukungan yang signifikan dari dinas terkait dan organisasi inkubator bisnis di wilayah ini. Dukungan tersebut berupa kegiatan saling bersinergi dalam membina para pelaku usaha kecil,

memberikan bimbingan, dan menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pertumbuhan UMKM. Pembinaan ini tidak hanya terbatas pada aspek produksi, melainkan juga fokus pada pengembangan kualitas produk dan ekspansi pasar. Pembinaan yang dilakukan secara berkelanjutan ini mencerminkan kesadaran akan pentingnya meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM. Dengan memahami bahwa pasar tidak lagi terbatas pada wilayah setempat, para pelaku usaha kecil di Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi diarahkan untuk melibatkan diri dalam strategi pemasaran yang

lebih luas. Dengan demikian, mereka dapat mengoptimalkan potensi pasar yang lebih besar, tidak hanya memperluas jangkauan geografis tetapi juga mendiversifikasi produk dan layanan.

Melalui pendekatan yang terfokus pada dinamika pasar global, UMKM di Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi diharapkan dapat mencapai tingkat keberhasilan yang lebih tinggi. Pengabdian ini memiliki tujuan ganda, yakni menjelajahi serta menganalisis strategi pemasaran yang dapat diterapkan oleh UMKM, khususnya di wilayah tersebut. Dengan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pasar global, diharapkan Masyarakat pemilik UMKM dapat meningkatkan daya saingnya melalui penyesuaian produk dan layanan. Lebih dari sekadar menggali potensi pertumbuhan, penelitian ini berambisi memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan ekonomi berkelanjutan, tidak hanya di tingkat lokal, melainkan juga dengan dampak yang dapat dirasakan di tingkat regional.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini merupakan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan oleh dosen Universitas Soerjo Ngawi. Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat melalui program Kuliah Kerja Nyata (KUKERTA) ini dilakukan dan diikuti oleh seluruh Masyarakat Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi yang memiliki Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Tahapan pelaksanaan kegiatan dimulai dari tahapan persiapan berupa kegiatan survei lokasi, koordinasi dengan Perangkat Desa terkait permasalahan yang dihadapi masyarakat, serta penyusunan proposal dan perencanaan kegiatan. Kegiatan dilakukan melalui metode penyuluhan. Konsep yang diangkat dalam kegiatan penyuluhan ini adalah mengenai Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Adapun secara rinci teknis kegiatan dipaparkan sebagai

berikut:

1.) Survey Lokasi

Melakukan Survey di lokasi tempat pelaku UMKM setempat untuk penyuluhan UMKM yang berada di Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi. Kemudian mengundang untuk penyuluhan dan motivasi terkait UMKM yang terletak di Aula Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi.

Gambar 1
Survey lokasi tempat UMKM



2.) Diskusi dengan Perangkat Desa

Mendiskusikan dengan Perangkat Desa terkait bagaimana kegiatan penyuluhan ini akan dilaksanakan dan siapa yang akan menjadi penyuluh untuk kegiatan ini.

3.) Perencanaan Metode Penyampaian Penyuluhan

Perencanaan kegiatan yang akan dilakukan adalah kegiatan penyuluhan dengan cara diskusi dengan Masyarakat yang memiliki UMKM di Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi, kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab.

4.) Menyusun Proposal Kegiatan dan Kuisisioner

Menyusun proposal kegiatan, yang dimana proposal sebagai acuan kegiatan yang akan dilaksanakan di Aula dengan Masyarakat yang memiliki UMKM di Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi.

5.) Pelaksanaan Penyuluhan

Kegiatan penyuluhan ini dilaksanakan di lokasi tempat pelaku UMKM setempat dan Aula dengan Masyarakat yang memiliki UMKM di Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi.

6.) Evaluasi dan Penyusunan Laporan Akhir

Dilakukan evaluasi setelah dilaksanakana kegiatan penyuluhan ini. Setelah dilaksanakannya evaluasi, mahasiswa akan menyusun laporan akhir sebagai pertanggung jawaban kegiatan ini telah terlaksana.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi memiliki berbagai jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) seperti: warung, bengkel, serta bisnis makanan seperti: makanan ringan seperti bakso goreng, tahu bakar, dan lain-lain. Meskipun mayoritas UMKM di Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi telah beroperasi untuk waktu yang cukup lama, namun kebanyakan dari mereka belum memiliki legalitas usaha misalnya Nomor Induk Berusaha (NIB). Tim KUKERTA Universitas Soerjo mengadakan acara penyuluhan dan pendampingan di Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi. Kegiatan ini dilakukan dengan berfokus pada topik pemilihan strategi pemasaran produk UMKM dan pengurusan legalitas usaha.

Gambar 2

Penyuluhan dan Motivasi terkait UMKM



Pada tahap persiapan dilakukan penggalan informasi mengenai kondisi UMKM masyarakat

melalui diskusi dengan perangkat desa yang memantau langsung jalannya kegiatan UMKM masyarakat setempat. Setelah itu dilakukan proses perumusan masalah dimana diketahui bahwa di Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi memiliki kendala pada belum terdapat nya Nomor Induk Berusaha (NIB) dan minimnya pengetahuan masyarakat terkait pemilihan strategi pemasaran yang tepat agar usaha milik mereka dapat bersaing dengan usaha sejenis lainnya. Sehingga tim KUKERTA memilih untuk melakukan kegiatan penyuluhan dengan tema ‘Strategi Pemasaran UMKM’ dan memberikan pemaparan tentang masalah legalitas perizinan usaha. Selanjutnya, proses penyusunan rencana kegiatan dalam bentuk proposal dilakukan pula secara cermat untuk merancang kegiatan dan solusi yang akan diberikan. Selain itu, persiapan terkait jadwal kegiatan, pengisi materi penyuluhan, serta pendampingan pembuatan legalitas usaha.

Pelaksanaan kegiatan di Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi dilakukan secara tatap muka langsung, dimulai dengan penyuluhan yang terdiri dari pemaparan materi dan diskusi. Tim KUKERTA mengundang ahli di bidangnya sebagai pembicara dengan materi yang berkaitan dengan motivasi berwirausaha dan pemasaran produk. Tim KUKERTA juga memberikan materi tentang pentingnya legalitas usaha. Presentasi materi berlangsung selama tiga puluh menit, diikuti oleh sesi tanya jawab selama lima belas menit di akhir sesi. Seluruh kegiatan ini berhasil dilaksanakan dengan baik dan dalam suasana yang kondusif.

Materi motivasi berwirausaha diberikan dengan tujuan agar UMKM di Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi terinspirasi untuk mengembangkan usaha mereka dengan lebih besar. Dalam pengembangan usaha, tidak hanya diperlukan semangat, tetapi juga konsep usaha, modal, ide pengembangan usaha, dan manajemen yang baik. Materi motivasi berwirausaha juga mencakup aspek-aspek tersebut sebagai persiapan bagi pelaku UMKM dalam

menjalankan usaha mereka ke depan. Sementara itu, materi pemasaran disampaikan dengan mempertimbangkan kunci kesuksesan penjualan produk, yaitu strategi pemasaran yang tepat. Materi tersebut mencakup marketing mix, berbagai jenis pemasaran *online*, dan media promosi *online*.

Tabel 1
Distribusi Pemahaman Peserta
Sebelum Kegiatan Penyuluhan

Tingkat Pengetahuan	Jumlah (Peserta)	Presentase (%)
Sangat Paham (SP)	1	10%
Paham (P)	1	10%
Cukup Paham (CP)	6	60%
Kurang Paham (KP)	2	20%
Tidak Paham (TP)	-	-
Total	10	100%

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan proses analisa yang dilakukan oleh tim KUKERTA terkait pemahaman peserta penyuluhan sebelum dan setelah dilakukannya kegiatan penyuluhan menunjukkan peningkatan yang signifikan. Pemahaman peserta penyuluhan sebelum kegiatan dilakukan secara statistik dipaparkan bahwa 60% dari total peserta memiliki pemahaman dalam kategori cukup, 20% kategori kurang, 10% kategori paham, dan 20% kategori sangat paham. Hal ini menyimpulkan bahwa sebelum dilakukannya kegiatan penyuluhan, mayoritas peserta belum terlalu memahami informasi terkait UMKM dan strategi pemasaran UMKM.

Tabel 2
Distribusi Pemahaman Peserta
Setelah Kegiatan Penyuluhan
Sumber: Data Olahan, 2025

Sedangkan pemahaman peserta penyuluhan setelah kegiatan dilakukan yaitu 60% dari total peserta memiliki pemahaman dalam kategori sangat paham dan 40% lainnya dalam kategori paham. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman yang signifikan setelah kegiatan penyuluhan dilakukan jika dibandingkan dengan pemahaman sebelum kegiatan penyuluhan dilakukan. Dapat disimpulkan pula bahwa seluruh peserta yang berpartisipasi dalam kegiatan penyuluhan ini memiliki pemahaman yang baik terkait informasi seputar UMKM dan

strategi pemasaran UMKM.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari adanya kegiatan pengabdian Masyarakat di Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi adalah sebagai berikut:

- 1.) Terlaksananya program pengabdian Masyarakat bertemakan “Strategi Pemasaran UMKM Desa Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi”
- 2.) Kegiatan pengabdian ini berhasil mencapai luaran yang diinginkan yaitu untuk membantu meningkatkan pemahaman Masyarakat Kersikan Kecamatan Geneng Kabupaten Ngawi terkait informasi tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan Strategi Pemasaran yang tepat dalam menjalankan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sehingga diharapkan dapat membantu meningkatkan perekonomian masyarakat.
- 3.) Tumbuhnya motivasi Masyarakat untuk memilih strategi yang tepat dalam menjalankan Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM).

Disamping beberapa output diatas pelaksanaan kegiatan pengabdian ini masih memiliki kekurangan yaitu terdapatnya kendala terkait sarana dan prasarana yang memadai untuk membantu melancarkan proses pelaksanaan kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

Tingkat Pengetahuan	Jumlah (Peserta)	Presentase (%)
Sangat Paham (SP)	6	60%
Paham (P)	4	40%
Cukup Paham (CP)	-	-
Kurang Paham (KP)	-	-
Tidak Paham (TP)	-	-
Total	10	100%

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. Pearson.

Purba M. A. (2019). Analisis Penerapan SAK

EMKM pada Penyusunan Laporan
Keuangan UMKM di Kota Batam. *Jurnal
Akuntansi Barelang*, 3(2), 55.

Yuliani, F., As'ari, H., Bedasari, H., Ikhsan,
M., & Hadi, A. 2023.
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
DESA WISATA MELALUI
ADAPTASI CLEAN, HEALTH,
SAFETY, AND ENVIRONMENTAL
SUSTAINBILITY (CHSE) DI DESA
TELUK RHU KABUPATEN
BENGKALIS. *Community
Development Journal: Jurnal
Pengabdian Masyarakat*, 4(5), 10675-
10679.