

## Pengenalan Strategi Pemasaran pada Produk UMKM Stick Pentol Arsyah di Kelurahan Langkap Kabupaten Brebes

*Introduction of Marketing Strategy on MSME Products Stick Pentol Arsyah in Langkap Village Brebes Regency*

**Rahman Dani<sup>1</sup>, Muallfin Fahrul Fanani<sup>2</sup>, Mukhroji<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Peradaban, Indonesia  
e-mail: <sup>1</sup>rahmandani8763@gmail.com, <sup>2</sup>fahrulglory612@gmail.com,  
<sup>3</sup>mukhroji.mm21@gmail.com

### **Abstrak**

*Pengabdian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengidentifikasi strategi pemasaran yang dapat diterapkan untuk memperkenalkan produk UMKM Stick Pentol Arsyah di Kelurahan Langkap, Kabupaten Brebes. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran penting dalam perekonomian lokal, namun seringkali menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka. Metode pengabdian yang digunakan dalam studi ini adalah wawancara dengan pemilik UMKM Stick Pentol Arsyah, observasi langsung terhadap lingkungan pemasaran, serta memberikan pemahaman dan strategi pemasaran yang baik dan efektif dengan memanfaatkan media sosial. Selain itu, strategi distribusi juga penting dalam memperluas jangkauan produk. UMKM Stick Pentol Arsyah dapat menjalin kerjasama dengan pedagang keliling atau warung serta agen distributor di sekitar kecamatan Bumiayu khususnya di Wilayah Brebes Selatan. Selain itu, peningkatan kualitas produk dan pelayanan pelanggan juga menjadi faktor kunci dalam membangun loyalitas pelanggan dan kepuasan konsumen terpenuhi. Dalam menghadapi persaingan di pasar, UMKM Stick Pentol Arsyah perlu terus mengikuti tren dan mencari peluang baru untuk mengembangkan produk. Pengabdian ini memberikan rekomendasi kepada UMKM Stick Pentol Arsyah untuk mengadopsi strategi pemasaran yang komprehensif dan memanfaatkan media sosial guna meningkatkan keberhasilan pemasaran produk mereka di Kabupaten Brebes.*  
**Kata kunci**—Pemasaran, UMKM, Media Sosial, Strategi

### **Abstract**

*This dedication aims to analyze and identify marketing strategies that can be applied to introduce Stick Pentol Arsyah, a micro, small, and medium enterprises (MSME) product, in Langkap Village, Brebes Regency. MSMEs play a significant role in the local economy but often face challenges in marketing their products. The methods used in this study include interviews with the owner of Stick Pentol Arsyah MSME, direct observation of the marketing environment, and providing a good and effective understanding of marketing strategies utilizing social media. Furthermore, distribution strategy is also crucial in expanding the product's reach. Stick Pentol Arsyah MSME can collaborate with mobile vendors, small shops, and distributors in the Bumiayu sub-district, particularly in the South Brebes region. Additionally, improving product quality and customer service is a key factor in building customer loyalty and satisfaction. In facing market competition, Stick Pentol Arsyah MSME needs to continually follow trends and explore new opportunities to develop their product. This dedication provides recommendations for Stick Pentol Arsyah MSME to adopt comprehensive marketing strategies and utilize social media to enhance the success of their product marketing in Brebes Regency.*

**Keyword**—Marketing, MSME, Social Media, Strategy

## PENDAHULUAN

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengabdian masyarakat dapat diartikan Pengabdian masyarakat adalah upaya yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk memberikan manfaat dan sumbangsih kepada komunitas dengan sukarela. Dengan adanya perubahan dalam kurikulum merdeka belajar telah menghasilkan berbagai perubahan yang harus dilakukan dengan cepat, terutama di tingkat perguruan tinggi. Hal ini penting mengingat perguruan tinggi merupakan pilar utama dalam mengarahkan perubahan dalam dokumen pembelajaran. Mulai diberlakukannya dokumen merdeka belajar di perguruan tinggi, khususnya di kampus merdeka sejak tahun 2021, memiliki tujuan untuk memberikan panduan bagi Tridarma perguruan tinggi dalam bidang pendidikan. Penelitian dan pengabdian kepada masyarakat juga menjadi komponen yang sangat vital dalam Tridarma perguruan tinggi, yang memainkan peran penting dalam menentukan kebermanfaatan perguruan tinggi bagi bangsa dan negara. (Masnawati, Retnowati, & Mardikaningsih, 2023).

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kesejahteraan, kualitas hidup, dan pemenuhan kebutuhan masyarakat. Pengabdian masyarakat melibatkan berbagai aktivitas yang dapat dilakukan dalam berbagai bidang, seperti pendidikan, kesehatan, lingkungan, sosial, ekonomi, dan budaya. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan untuk membantu masyarakat dalam mengatasi berbagai masalah atau tantangan yang mereka hadapi. Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh perguruan tinggi seharusnya menjadi wadah yang sangat efektif untuk mengaplikasikan pengetahuan dan hasil penelitian dalam rangka memberikan manfaat yang nyata bagi kehidupan masyarakat di sekitar.

Demikian juga, fokus dari pengabdian ini lebih ditujukan kepada kelompok masyarakat yang membutuhkan bantuan secara gratis, khususnya mereka yang termasuk dalam golongan yang membutuhkan. Menurut (Riduwan, 2016) Hal ini kemungkinan disebabkan oleh kurangnya deskripsi pekerjaan yang secara jelas mengindikasikan tugas dan tanggung jawab dalam menjalankan pengabdian kepada masyarakat bagi unit-unit organisasi di luar Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat seperti yang telah disebutkan sebelumnya. Akibatnya, setiap unit organisasi hanya melaksanakan tugas dan kewajibannya secara fungsional sesuai dengan perannya masing-masing.

Pengabdian masyarakat merupakan suatu upaya di mana mahasiswa terlibat secara aktif dalam berbagai kegiatan yang bertujuan untuk memberikan bantuan kepada masyarakat tertentu, tanpa mengharapkan imbalan apapun. Dalam hal ini, mahasiswa terlibat secara langsung dalam berinteraksi dengan masyarakat, jadi mahasiswa terjun langsung ke masyarakat untuk dapat membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh masyarakat dengan memberikan saran atau solusi kepada masyarakat tersebut melalui pengetahuan yang diperoleh saat kuliah. Dengan pengabdian kepada masyarakat, juga diharapkan dapat meningkatkan kepekaan sivitas akademika terhadap masalah-masalah yang berkembang dalam kehidupan masyarakat (Herlina, 2022).

Oleh karena itu, tim memperkenalkan strategi pemasaran yang diterapkan pada produk UMKM Stick Pentol Arsy di wilayah Brebes Selatan. UMKM Stick Pentol Arsy merupakan usaha makanan ringan yang berfokus pada produksi dan penjualan stick pentol dengan dua varian rasa yang lezat dan inovatif. Dalam menghadapi persaingan yang ketat, strategi pemasaran yang efektif menjadi kunci kesuksesan. Melalui pendekatan pemasaran yang terencana, sehingga dapat meningkatkan kesadaran merek, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan penjualan. Selain itu strategi pemasaran yang diterapkan dapat bermanfaat dan diharapkan bagi pertumbuhan bisnis Stick Pentol Arsy di wilayah Brebes Selatan.

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di rumah pemilik usaha produk Stick Pentol di Desa Langkap Kecamatan Bumiayu Kabupaten Brebes. Metode pelatihan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui langkah □ langkah sebagai berikut:

### 1. Observasi

---

*Pengenalan Strategi Pemasaran pada Produk UMKM Stick Pentol Arsy di Kelurahan Langkap Kabupaten Brebes (Rahman Dani, Mualfin Fahrul Fanani, Mukhroj)*

Observasi dapat diartikan sebagai suatu kegiatan atau aktivitas mengamati, memperoleh informasi, dan mencermati tentang sesuatu hal. Menurut (Morrison, 2017) Observasi merupakan pengamatan kehidupan sehari-hari setiap individu manusia menggunakan kelima indera sebagai alat bantu utama. Dengan melakukan observasi lebih dahulu tim menjadi mengetahui keadaan dan memahami apa yang diperlukan dalam menyelesaikan masalah. Metode observasi yang digunakan pada setiap kegiatan penelitian bervariasi, tergantung pada setting, kebutuhan dan tujuan penelitian (Santana, 2007: 127).

2. Penyusunan Rencana dan Perijinan

Setiap kegiatan agar berhasil harus memiliki perencanaan awal yang matang sehingga kegiatan dapat terkonsep dengan baik. Selain itu Perizinan juga diperlukan untuk mendukung dan terpenuhinya syarat administrasi dengan pihak-pihak yang terkait dengan kegiatan pengabdian masyarakat.

3. Pengenalan dan Pelatihan Strategi Pemasaran

Pengenalan strategi pemasaran merujuk pada tahap awal dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi pemasaran suatu produk. Ini melibatkan identifikasi dan pengenalan strategi yang akan digunakan untuk mempromosikan produk kepada target pasar yang dituju. Strategi merupakan suatu rencana yang dirancang oleh seorang eksekutif perusahaan dengan tujuan utama untuk meningkatkan kualitas bisnis perusahaan dalam jangka panjang menurut (Musyawarah & Idayanti, 2022). Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan para profesional pemasaran dalam mengidentifikasi target pasar, memahami kebutuhan konsumen, mengembangkan produk atau layanan yang sesuai, serta mempromosikan dan mendistribusikan produk atau layanan tersebut. Penetapan harga secara tepat dapat meningkatkan volume penjualan dan menarik konsumen. (Jayanti Mandasari, Widodo, & Djaja, 2019). Dalam kesesuaian dengan pernyataan tersebut, salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah adanya pemasaran melalui media sosial yang efektif (Hawa, 2022).

4. Diskusi

Diskusi dalam pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu komponen penting dalam upaya memberikan manfaat langsung kepada masyarakat. Diskusi dilakukan oleh sekumpulan orang atau kelompok guna mendapat solusi dari suatu permasalahan atau mencari kebenaran (Histiari, Triwahyuni, Sofia, & Mufti, 2023). Diskusi ini melibatkan interaksi antara mahasiswa dengan masyarakat untuk berbagi pengetahuan, memahami masalah yang dihadapi, dan mencari solusi bersama. Melalui diskusi dalam pengabdian kepada masyarakat, diharapkan dapat terjalin komunikasi yang efektif dan interaktif antara tim pengabdian dan pemilik UMKM.

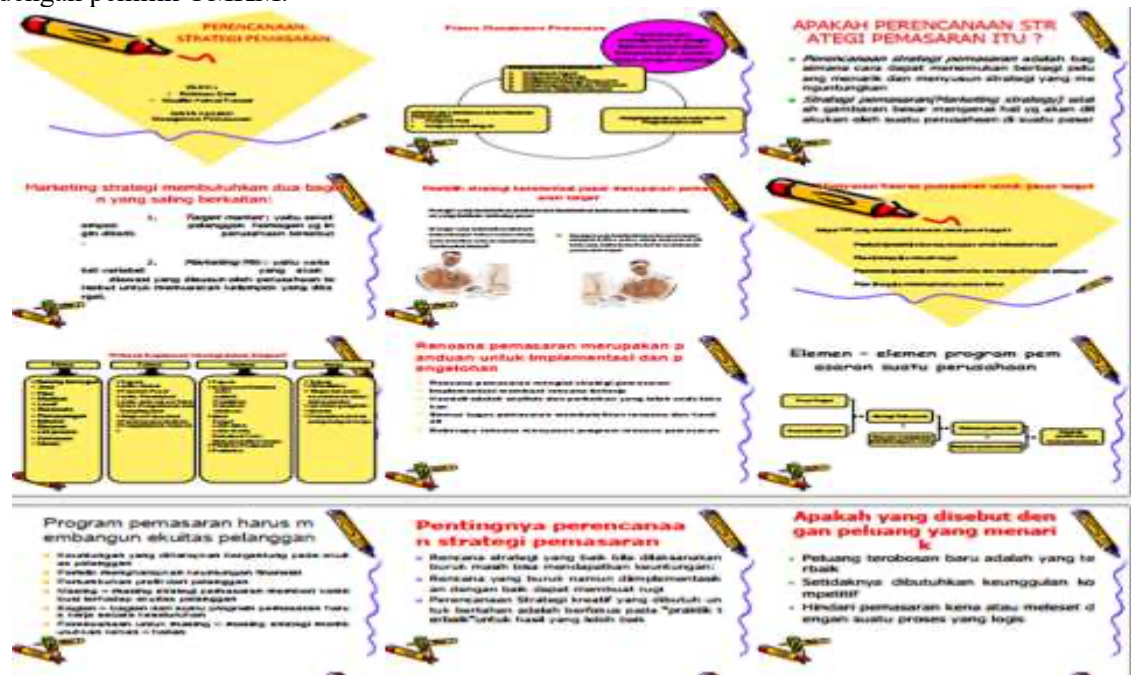
5. Monitoring dan Evaluasi

Setelah dilaksanakan pengabdian tim melakukan monitoring untuk melihat perkembangan dari UMKM produk Stick Pentol Arsyah. Evaluasi dalam jurnal Pengabdian Masyarakat merupakan proses yang dilakukan untuk mengevaluasi keberhasilan dan dampak dari suatu proyek atau kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan. Menurut (Rahayu, 2022) Melakukan evaluasi secara berkala untuk mengetahui trend kebutuhan konsumen. Selain meningkatkan kualitas produk dan pelayanan, diperlukan pula evaluasi secara berkala untuk dapat mengetahui trend kebutuhan konsumen sehingga dapat dicarikan upaya-upaya agar dapat mempertahankan kelangsungan usaha di tengah persaingan yang ada. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana tujuan pengabdian telah tercapai, melihat keberhasilan dalam menerapkan solusi atau inovasi yang ditawarkan, serta mengevaluasi manfaat yang diperoleh oleh masyarakat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum kegiatan dilaksanakan Tim melakukan observasi, melakukan pengamatan di sekitar wilayah Kelurahan Langkap Kabupaten Brebes. Setelah permasalahan ditemukan tim melakukan komunikasi dengan Pemilik UMKM Stick Pentol. Tim menawarkan memberikan Pengenalan dan Pemahaman tentang Strategi Pemasaran pada Produk Stick Pentol dan Pemilik UMKM menyetujuinya.

Kegiatan Pengabdian dilaksanakan pada 9 April 2023 dan dilakukan oleh Mahasiswa Universitas Peradaban yaitu Rahman Dani dan Mualfin Fahrul Fanani, dalam pelaksanaan kegiatan tersebut, tim berdiskusi kepada Pemilik UMKM mengenai progres usahanya, serta apa saja masalah yang dihadapi oleh Mitra dan setelahnya tim menyampaikan materi-materi strategi pemasaran melalui Power Point yang sudah di persiapkan, serta melalui diskusi yang interaktif dengan pemilik UMKM.



Gambar 1. POWER POINT STRATEGI PEMASARAN

Gambar diatas adalah salah satu Power Point yang di jelaskan oleh tim mengenai strategi pemasaran yang baik kepada pemilik UMKM.

Mitra dalam kegiatan ini adalah pemilik dan karyawan dari Produk UMKM Stick Pentol Arsy (Ari) di desa Langkap Kecamatan Bumiayu. Kegiatan ini melalui beberapa tahapan diantaranya dapat dilihat di tabel berikut ini :

TABEL 1. TAHAPAN KEGIATAN

Tahapan	Kegiatan	Prosedur Kerja	Metode
1.	Perizinan tim kepada mitra	Pengurusan perizinan terkait pelaksanaan pengabdian.	Mengunjungi langsung.
2.	Koordinasi tim dengan mitra.	Berdiskusi bersama mitra tentang rencana kegiatan yang akan dilakukan bersama.	Diskusi.
3.	Wawancara dan pemaparan materi	Wawancara dan pemaparan materi mengenai kegiatan digital marketing guna memperluas jaringan penjualan.	Diskusi
4.	Pelatihan dan praktek	Pembuatan akun media sosial sebagai alat promosi produk dan pelatihan mengenai cara pemasaran dalam media sosial.	Diskusi dan Praktek

*Pengenalan Strategi Pemasaran pada Produk UMKM Stick Pentol Arsy di Kelurahan Langkap Kabupaten Brebes (Rahman Dani, Mualfin Fahrul Fanani, Mukhroji)*

Pada Tabel 1 menjelaskan tahapan atau proses yang dilakukan oleh tim pada saat dan sebelum melakukan pengabdian kepada pemilik UMKM, yang diawali dengan meminta izin sampai dengan kegiatan pengenalan, pelatihan, dan diskusi antara tim dengan pemilik UMKM Stick Pentol Arsyah.

### Hambatan dan Solusi Mitra

**TABEL 2.** HAMBATAN DAN SOLUSI MITRA

Keterangan	Hambatan	Solusi
Bahan Baku	Kelangkaan bahan baku membuat harga dari barang baku tersebut menjadi lebih mahal dari biasanya.	Mengorbankan sedikit keuntungan selama masa kelangkaan agar kualitas dan kuantitas produk terjaga.
Libur Sekolah	Dengan adanya libur sekolah membuat dropship warung menurun pemasukannya dan meminta produsen mengurangi kuantitas barang.	Mencari konsumen/supplier lain yang ingin bekerjasama agar tidak terlalu berdampak besar jika libur sekolah.
Pemasaran	Pemasaran masih menggunakan proses tradisional atau non-digital.	Pemasaran menggunakan media sosial untuk memperluas jaringan.

Pada Tabel 2 menjelaskan berbagai hambatan yang dimiliki oleh pemilik UMKM dari masalah bahan baku, berkurangnya konsumen, hingga masalah pemasaran, dan tim berusaha memberikan solusi terbaik kepada pemilik UMKM sehingga masalah tersebut dapat dicari solusinya.

Berikut ini dokumentasi proses pengabdian kepada pemilik UMKM Stick Pentol Arsyah :



**Gambar 2.** PROSES DOKUMENTASI SEBAGAI BUKTI PENGABDIAN YANG TELAH KAMI LAKUKAN DENGAN PEMILIK STICK PENTOL ARSYAH



**Gambar 3.** DISKUSI MENDALAM DENGAN PEMILIK PRODUK UMKM STICK PENTOL ARSYAH MENGENAI HAMBATAN DAN SOLUSI DALAM KEGIATAN PENJUALAN PRODUK



**Gambar 4.** FACEBOOK SEBAGAI MEDIA SOSIAL DALAM MEMPERKENALKAN PRODUK STICK PENTOL ARSYA



**Gambar 5.** POSTINGAN YANG DIGUNAKAN SEBAGAI PENGENALAN PRODUK KEPADA PELANGGAN



**Gambar 6.** DOKUMENTASI DARI PARA PEKERJA PADA PRODUK STICK PENTOL ARSYA PADA PROSES PRODUKSI

Setelah dilakukan penyampaian materi dan diskusi, tim membuat untuk mitra sebuah akun media sosial yakni akun Facebook, diharapkan dari akun media sosial ini dapat dimanfaatkan sebagai alat promosi bagi UMKM untuk meningkatkan pemasukan dan UMKM berkembang sejalan dengan yang diungkapkan oleh Menurut (Hawa, 2021) Semakin baik dan banyak social media marketing yang dilakukan suatu perusahaan akan meningkatkan keputusan pembelian.

## KESIMPULAN

Metode yang digunakan dalam pengabdian adalah berupa pengenalan strategi pemasaran, pelatihan membuat promosi lewat media sosial dan melalui diskusi interaktif dengan Pemilik UMKM serta memberikan masukan mengenai masalah-masalah yang dihadapi oleh Pemilik UMKM. Metode ini berlangsung selama sekali pertemuan dan berdasarkan penilaian kami, melalui metode pemasaran dan diskusi yang kami gunakan mudah dipahami dan Pemilik UMKM setuju dengan berbagai masukan yang kami berikan, salah satunya dengan pembuatan akun media sosial untuk promosi pemasaran produk agar produk UMKM dapat menjangkau wilayah Brebes

Selatan. Kami juga melakukan evaluasi terhadap ide dan saran promosi yang kami berikan, setelah beberapa bulan berjalan penjualan Stick Pentol mengalami peningkatan meskipun tidak secara drastis. Produk UMKM Stick Pentol Arsyia juga terus mengikuti tren dan mencari peluang dalam mengembangkan produk. Pengabdian ini memberikan manfaat kepada UMKM Stick Pentol Arsyia dalam mengenalkan strategi pemasaran yang komprehensif dan memanfaatkan media sosial sebagai salah satu cara meningkatkan keberhasilan pemasaran produk di Kabupaten Brebes.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hawa, S. D. (2021). Dampak Electronic Word of Mouth (eWom) pada Smartphone Xiaomi. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Peradaban (JSITP)*, 2(2), 27–34. Retrieved from [www.journal.peradaban.ac.id](http://www.journal.peradaban.ac.id)
- Hawa, S. D. (2022). User Interface dan Social Media Marketing sebagai Pendorong Keputusan Pembelian pada E-Commerce Tokopedia. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Peradaban (JSITP)*, 3(2), 57–60. Retrieved from [www.journal.peradaban.ac.id](http://www.journal.peradaban.ac.id)
- Herlina, E. (2022). Bentuk dan Sifat Pengabdian Masyarakat yang Diterapkan oleh Perguruan Tinggi. *PKM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 122–130. Retrieved from <https://journal.iaisambas.ac.id/index.php/pkm/article/view/1127>
- Histiarini, A. R., Triwahyuni, M. C., Sofia, S., & Mufti, D. (2023). Penerapan Marketing Mix pada Bisnis Banana Pizza di Kelurahan Klamalu Kabupaten Sorong. 3(02), 128–137.
- Jayanti Mandasari, D., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkh) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123. <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10432>
- Masnawati, E., Retnowati, E., & Mardikaningsih, R. (2023). Sinergisitas Peran dan Fungsi LPPM Tridarma Perguruan Tinggi dalam Optimalisasi Kampus Merdeka. *Journal on Education*, 05(02), 4050–4062. Retrieved from <https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/1097%0Ahttp://jonedu.org/index.php/joe/article/download/1097/872>
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. (2022). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1–13.
- Rahayu, A. A. T. (2022). Evaluasi strategi pemasaran untuk meningkatkan penjualan di restoran uma cucina pada masa pandemi covid-19. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 1(10), 2786–2806. <https://doi.org/10.22334/paris.v1i10.195>
- Riduwan, A. (2016). Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat oleh Perguruan Tinggi. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 3(2), 95. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y1999.v3.i2.1886>