

**BIMBINGAN MANAJEMEN PEMASARAN DAN PELAPORAN  
KEUANGAN PELAKU USAHA DI KELURAHAN JATI  
KOTA TERNATE**

Di Kirimkan, September 2022  
Di Terima, Januari 2023

<sup>1</sup>Herman Darwis  
<sup>2</sup>Riski Wahyu Utami Ohorella  
<sup>3</sup>Fitriani Sardju  
<sup>4</sup>Iqbal Muhammad Aris Ali

<sup>1,2</sup> Universitas Khairun  
Jl. Jusuf Abdulrahman, Ternate Selatan 97719

<sup>1</sup>herman.darwis@gmail.com, <sup>2</sup>rizkiwahyutami@gmail.com,  
<sup>3</sup>fitry.lithven@gmail.com, <sup>4</sup>iqrafi@gmail.com

**Abstrak**

Sasaran program PKM ini adalah kelompok masyarakat yang produktif secara ekonomi (usaha kecil). Tujuan program adalah untuk mengembangkan masyarakat yang mandiri secara ekonomi. Mitra usaha dalam program ini adalah pelaku usaha di Kelurahan Jati Kota Ternate. Metode yang akan dipakai untuk mencapai tujuan tersebut adalah 1) sosialisasi, 2) bimbingan manajemen pemasaran, dan 3) Pelatihan dan pendampingan penyusunan laporan keuangan. Program ini diharapkan mampu memfasilitasi perkembangan usaha mitra untuk kemudian mampu memberikan *multiflier effect* bagi usaha sejenis atau usaha lain yang terkait dengannya.



## 1. ANALISIS SITUASI

Indonesia adalah salah satu negara yang terkenal dengan ragam kulinernya. Mulai dari makanan daerah sampai makanan berbahan dasar sederhana yang diolah secara unik. Mencari destinasi kuliner di Indonesia sangatlah mudah, seakan tidak ada sudut kota yang tidak diisi oleh para pengusaha kuliner. Usaha ini memang cukup memberikan peluang keberhasilan yang besar jika tau cara terbaik dalam menjalaninya.

Pada era masyarakat semakin maju, sistem ekonomi semakin terbuka dan pendapatan masyarakat semakin meningkat. Demikian pula perubahan lingkungan usaha sangat berpengaruh terhadap eksistensi suatu perusahaan, khususnya pengusaha kecil. Memahami strategi bisnis dan keunggulan bersaing sangatlah penting untuk mengembangkan strategi pemasaran. Olehnya itu diperlukan pelatihan manajemen pemasaran, dan pelatihan dan pendampingan penyusunan laporan keuangan kepada pelaku usaha.

Kegiatan PKM dilaksanakan pada bulan Juli sampai September 2022. Permasalahan pada pelaku usaha di Kelurahan Jati adalah 1) belum mempunyai pengetahuan dan keterampilan pemasaran secara luas sehingga kurang peka melihat peluang pasar, 2) Manajemen pengelolaan keuangan usaha masih di kelolah secara konvensional, yaitu antara keuangan usaha dengan keuangan keluarga masih bercampur, sehingga keuangan usaha sering terpakai untuk kebutuhan keluarga, hal itu berdampak pada sering mandegnya produksi, 3) Belum mempunyai ketrampilan dalam mengelolah manajemen administrasi keuangan dalam kegiatan usahanya, sehingga pencatatan administrasi keuangan usaha belum rapi, namun dapat diminimalisir dengan diadakannya sosialisasi, pelatihan manajemen



pemasaran serta pelatihan dan pendampingan penyusunan laporan keuangan

## **2. METODE PENGABDIAN**

Langkah pertama dilakukan adalah sosialisasi dan bimbingan manajemen pemasaran, selanjutnya dilakukan pendampingan penyusunan laporan keuangan dengan pelaku usaha

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sebelum kegiatan sosialisasi dan pelatihan digelar ada tahapan wawancara yang dilakukan oleh tim PKM kepada pelaku usaha di Kelurahan Jati berupa pertanyaan terkait sejauh mana pengetahuan dan pemahaman tentang strategi pemasaran dan pelaporan keuangan. Kegiatan sosialisasi berlangsung selama satu minggu mulai dari 26 Juli sampai 02 Agustus 2022.



Gambar 1. Kegiatan Sosialisasi kepada pelaku usaha di Kelurahan Jati

### **Bimbingan Manajemen Pemasaran Dan Konsep Pemasaran**

Bangsawan (2009) berpendapat bahwa secara filosofis manajemen pemasaran terdiri dari empat konsep, yaitu (1) konsep produksi yang berarti pelanggan akan menyukai produk yang tersedia dan harganya terjangkau serta manajemen harus berusaha keras untuk memperbaiki produksi dan efisiensi distribusi; (2) konsep produk yang menggagas bahwa pelanggan akan menyukai produk yang mempunyai mutu terbaik, kinerja terbaik dan sifat paling inovatif maka usaha kecil harus mencurahkan energi secara terus-menerus untuk melakukan perbaikan produk; (3) konsep



penjualan yang menggagas bahwa pelanggan tidak akan membeli produk usaha kecil dalam jumlah cukup kecuali usaha kecil mengadakan usaha penjualan dan promosi berskala besar; dan (4) konsep pemasaran yang berkeyakinan bahwa pencapaian sasaran usaha kecil tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran yang berakibat pada penyampaian kepuasan yang didambakan oleh pelanggan secara lebih efektif dan efisien daripada pesaing.

### **1) Konsep Produksi**

Konsep ini pelaku usaha fokus untuk meningkatkan produksi dan menghasilkan barang murah agar dapat meminimalisir biaya produksi. Produk mitra ini memang menonjolkan harga yang relatif lebih murah. Hal inilah yang membuat calon konsumen tertarik untuk membeli produk mereka.

### **2) Konsep Produk**

Konsep produk adalah konsep bahwa pelanggan lebih menyukai produk yang berkualitas, berguna, dan inovatif. Konsep ini menjadi penting karena Mitra harus memenuhi permintaan dan keinginan pelanggan. Caranya dengan fokus pada strategi marketing serta meningkatkan kualitas produk.

Pada konsep produk mie ayam, pelaku usaha bukan cuma memberi identitas pada produk, tapi juga menambahkan nilai fungsionalnya. Hal ini yang membuat pelanggan bisa merasakan manfaat dari produk tersebut.

### **3) Konsep Penjualan**

Konsep penjualan hanya fokus pada peningkatan penjualan. Konsep ini membuat para pelaku bisnis harus melakukan kegiatan promosi terus-menerus.

Pelaku usaha mempunyai tugas untuk memotivasi dan membujuk pelanggan agar mau membeli produk yang ditawarkan, yaitu dengan mengiklankan produk mereka di media-media sosial yang dimilikinya, memberikan diskon pada



produk tertentu, dan menyediakan voucher gratis ongkir. Hal ini akan membuat banyak orang tertarik untuk membeli produk mereka.

#### **4) Konsep Pemasaran**

Konsep pemasaran adalah konsep yang berorientasi pada pelanggan. Maksudnya, pelaku usaha akan menempatkan pelanggan pada proses pemasaran yang dilakukan. Jadi, Mitra perlu membangun strategi yang dapat membuat pelanggan yakin membeli produk mereka. Tidak hanya itu, konsep pemasaran juga fokus pada segmen pasar tertentu. Karena kebutuhan setiap segmen pelanggan akan berbeda-beda. Makanya, strategi promosi yang digunakan juga berbeda.

Beberapa cara yang pelaku usaha terapkan dalam konsep pemasaran adalah *content marketing*, periklanan, *native advertising*, dan mengkombinasikan beberapa strategi sekaligus untuk membangun branding produk kepada pelanggan.

#### **Pelatihan Pelaporan Keuangan**

Pelatihan pelaporan keuangan kepada Mitra yaitu dengan membantu memberi *coaching* ketrampilan pengelolaan manajemen keuangan menggunakan aplikasi catatan keuangan dan membantu membelikan buku administrasi/Akuntansi keuangan sehingga membantu agar laporan keuangannya rapi dan akuntabel.



Gambar 2. Bimbingan manajemen pemasaran, dan pendampingan penyusunan laporan keuangan

#### **4. KESIMPULAN**

Kegiatan PKM yang dilaksanakan pada bulan Juli sampai September 2022 ini melibatkan beberapa pelaku usaha di Kelurahan Jati Kota Ternate. Selain itu kegiatan juga melibatkan mahasiswa yang berjumlah 2 orang.. Tahapan pelaksanaan PKM yaitu sosialisasi dan bimbingan manajemen pemasaran, selanjutnya dilakukan pendampingan penyusunan laporan keuangan dengan pelaku usaha. Hasil menunjukkan bahwa ada peningkatan pengetahuan dan keterampilan setelah diadakannya kegiatan PKM di Kelurahan Jati. Program PKM ini diharapkan mampu memfasilitasi perkembangan usaha mitra untuk kemudian mampu memberikan *multiflier effect* bagi usaha sejenis dan usaha lain yang terkait dengannya.

#### **5. SARAN**

- 1) Bagi pelaku usaha diharapkan untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk baru agar dapat meningkatkan pendapatannya terkhusus pada masa pandemi COVID-19 ini.
- 2) Bagi Pemerintah Kota Ternate diharapkan Pemerintah juga turut andil dalam mengadakan pelatihan pelaporan keuangan agar pelaku usaha khususnya UMKM ini dapat memahami pentingnya pelaporan keuangan usahanya dan mengadakan pelatihan bimbingan manajemen pemasaran agar dapat terus meningkatkan pendapatannya.



### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Dalam penyusunan naskah publikasi Pengabdian Masyarakat yang sederhana ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada: Kepala Bapak Lurah Jati Kota Ternate serta RT dan RW Kelurahan Jati serta rekan-rekan dosen dan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Khairun, yang telah membantu kami untuk pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat Ini. Akhirnya ucapan terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.



**Jurnal Pengabdian Masyarakat  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis**

**Volume 4, Nomor 1  
Januari 2023**

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Bangsawan, Satria; Mahrinasari; Ernie Hendrawaty. 2004. Lending Model Produk Unggulan Usaha Keripik Pisang di Provinsi Lampung. FE Unila – Bank Indonesia Bandar Lampung.
- Bangsawan, Satria. 2005. Pengaruh Informasi Lingkungan Makro Terhadap Strategi Pemasaran Usaha Kecil. *Journal of Social Sciences and Humanities*. Vol. 7 No.1 (Terakreditasi). Lembaga Penelitian Universitas Padjajaran. Bandung.
- Bangsawan, Satria. 2006. Pengaruh Kinerja Bauran Pemasaran Terhadap Daya Saing Usaha Kecil Sektor Industri Kopi Bubuk di Provinsi Lampung. *Journal of Socio Economics*. Vol. 12 No. 2 (Terakreditasi). Fakultas Pertanian Unila. Bandar Lampung.
- Bangsawan, Satria; Mahrinasari; Ernie Hendrawaty. 2008. Pola Pembiayaan Lending Model Usaha Industri Makanan Baso Daging Sapi (Suatu Survei di Provinsi Lampung). BI-FE Unila. Bandar Lampung.
- Bangsawan, Satria. 2009. *Manajemen Pemasaran Ritel*. LP Universitas Lampung. Bandar Lampung

