



JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
<http://ojs.uninus.ac.id/index.php/JPKM>
DOI: <https://doi.org/10.30999/jpkm.v14i2.3444>



PELATIHAN STRATEGIS PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN CV. BIRU UTAMA

Lambok Manurung¹, Etty Harya Ningsi², Slamet Widodo³

^{1,2} Universitas Battuta, ³ Universitas Pembangunan Panca Budi

Coresponden: manurunglambok66@gmail.com

Naskah diterima; September 2024; disetujui November 2024; publikasi online Desember 2024

Abstrak

Strategi pemasaran yang efektif dan efisien memiliki peran penting dalam meningkatkan keberlangsungan usaha, khususnya pada CV. Biru Utama yang bergerak di bidang leveransir. Saat ini, pemasaran yang dilakukan masih bersifat konvensional dengan hasil penjualan yang stagnan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan bimbingan terkait konsep strategi pemasaran modern, termasuk analisis situasi dan pemanfaatan media sosial. Pelatihan dilakukan melalui metode ceramah, diskusi, dan praktik langsung yang melibatkan tiga akademisi dari Universitas Battuta. Materi yang diberikan meliputi prinsip dasar manajemen strategis, konsep pemasaran 4P, serta simulasi pemasaran digital. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman dan kemampuan peserta dalam mengaplikasikan strategi pemasaran yang sesuai dengan standar manajemen. Antusiasme peserta tercermin dari banyaknya pertanyaan dan diskusi selama pelatihan berlangsung. Implementasi strategi pemasaran yang lebih baik diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan, memperluas pangsa pasar, dan mendukung pertumbuhan usaha CV. Biru Utama di masa mendatang. Keberhasilan kegiatan ini menjadi dasar untuk melanjutkan program serupa di perusahaan lain..

KataKunci: strategi marketing, konsep 4p, media sosial, keberlanjutan bisnis

Abstract

This community service activity was conducted to enhance the marketing strategy of CV. Biru Utama, a business operating in the leveransir sector. The business faced challenges due to the absence of effective and strategic marketing techniques, relying solely on conventional methods like word-of-mouth and social media. Sales volume remained stagnant over the years, necessitating improvement in marketing strategy management to ensure sustainable business growth. The solution offered was a workshop focused on equipping CV. Biru Utama with knowledge of marketing strategies, including the 4P concept, and practical applications in financial administration. The training was delivered through offline presentations, interactive discussions, and practice sessions. Topics covered included basic principles of marketing strategy, the use of social media for promotion, and the implementation of effective marketing techniques. The results showed that participants, including the management and staff, enthusiastically engaged in the sessions and gained a better understanding of marketing strategies and financial management. This activity successfully raised awareness about the importance of strategic marketing, which is expected to increase sales volume and expand market share in the future..

Keywords: marketing strategy, 4P concept, social media, business sustainability

A. PENDAHULUAN

Pengembangan Badan Usaha harus mendapat pasar yang luas dengan metode strategi pemasaran yang telah dikuasai dengan baik. Pelaku usaha membutuhkan pelatihan dan pembenahan pada manajemen strategi yang bertujuan untuk

meningkatkan keberlangsungan usaha pada CV. Biru Utama. Bisnis ataupun usaha yang dilakukan pada CV. Biru Utama adalah leveransir. Kebutuhan pembekalan keilmuan terkait manajemen strategi dalam berwirausaha yang dirasakan sekarang adalah perlunya peningkatan dalam manajemen strategi, strategi pemasaran

bagi pemegang keuangan serta manajemen penyusunan konsep dalam berwirausaha. Hal ini akan membantu keberlangsungan bisnis sehingga bisa dapat tumbuh dan berkembang sampai masa yang akan datang.

Dengan adanya manajemen strategi pemasaran yang baik yaitu konsep 4 P dan administrasi yang baik, maka dapat meningkatkan eksistensi, keunggulan, keunggulan yang kreatif dan inovatif dan pastinya akan bermuara pada peningkatan income. meningkatkan volume penjualannya. Dengan meningkatnya volume penjualan tersebut, maka perusahaan juga akan mendapat laba yang diinginkan. Semakin baik strategi pemasaran yang digunakan perusahaan tersebut maka akan semakin besar peluang perusahaan tersebut untuk memperluas pangsa pasar.

Perkembangan dunia usaha pada saat ini menunjukkan adanya gejala persaingan yang semakin meningkat ke arah penguasaan pasar secara luas. Perusahaan besar maupun kecil, saling bersaing dan berpacu untuk merebut tempat pemasaran dengan berbagai macam cara dan usaha supaya perusahaan dapat menjual produk sebanyak-banyaknya pada konsumen yang membutuhkan. Untuk itu perusahaan harus mendapat pasar yang luas dengan metode strategi pemasaran yang telah dikuasai dengan baik.

Pengelola usaha CV. Biru Utama merasa sudah cukup usaha pemasaran yg telah dilakukannya. Upaya pemasaran yang dilakukan selama ini adalah melalui mouth to mouth dan media sosial. Jumlah penjualan dalam beberapa tahun ini berjalan datar, belum pernah permintaan customer naik secara signifikan. Selama ini strategi pemasaran hanya dilakukan secara konvensional belum memakai Analisa situasi. Berdasarkan data yang ada manajemen strategi pemasaran yang baik dan memadai sesuai belum diterapkan secara maksimal pada, sehingga proses pengelolaan usaha belum sempurna dijalankan, sehingga perkembangan usaha berjalan lambat. Proses manajemen strategis membantu organisasi mengidentifikasi apa yang ingin mereka capai, dan bagaimana seharusnya mereka mencapai hasil yang bernilai, besarnya peranan manajemen

strategis semakin banyak diakui -pada masamasa ini dibanding masa-masa sebelumnya. Maka dari itu kiranya perlu diuraikan strategistrategi yang selayaknya dilakukan perusahaan-perusahaan dalam menyongsong era globalisasi.

B. METODE

Metode yang akan digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah melalui kegiatan: Pelatihan yang dilakukan dengan metode pemaparan secara offline, dan feedback timbal balik dengan peserta kemudian praktek pelaksanaan administrasi keuangan. Pemaparan Materi pelatihan Strategi pemasaran sangat dibutuhkan agar produk yang Anda jual dapat lebih dikenal luas oleh masyarakat dan tentu saja mendapatkan banyak konsumen.

Beberapa manajemen strategik yang dapat digunakan pengembangan ini tidak hanya berpotensi menarik minat konsumen/pasar, tetapi juga bagi bisnis agar berani mencoba hal baru. Di awal sesi pemateri memberikan beberapa pertanyaan sebagai bahan diskusi antara lain :

- Bagaimana pemahaman pengelola Usaha CV. Biru Utama terkait konsep strategi pemasaran saat ini?
- Apakah strategi dan Teknik pemasaran yang ada di Usaha CV. Biru Utama Sudah baik ? Sudah sesuai rencana ? Sudah efisien ? Sudah Efektif ?
- Perlu/pentingkah strategi pemasaran diterapkan pada usaha CV. Biru Utama Kemudian diberikan prinsip-prinsip dasar dalam pentingnya strategi pemasaran Manajemen strategis berbicara tentang gambaran besar.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pengelolaan keuangan dan strategi pemasaran, penting bagi suatu organisasi atau perusahaan untuk memahami berbagai konsep dasar yang berkaitan dengan akuntansi, manajemen, dan strategi pengembangan bisnis. Hal ini sejalan dengan berbagai kajian literatur yang membahas konsep-konsep tersebut dari berbagai perspektif, mulai dari akuntansi

perpajakan hingga strategi pengembangan bisnis yang lebih kompleks.

Menurut Agoes dan Trisnawati (2013), akuntansi perpajakan merupakan salah satu aspek penting yang harus dikuasai oleh perusahaan, terutama yang berkaitan dengan kewajiban perpajakan dan kepatuhan terhadap regulasi. Pemahaman ini mendukung pengelolaan keuangan yang transparan dan sesuai dengan standar hukum yang berlaku. Selain itu, Andiawati (2017) menekankan pentingnya pengelolaan keuangan pada lembaga pendidikan atau sekolah, di mana transparansi dan akuntabilitas menjadi prioritas utama untuk mendukung operasional yang berkelanjutan.

Dalam konteks organisasi non-profit seperti yayasan, Bastian (2001) menguraikan pentingnya akuntansi yang spesifik untuk lembaga publik. Dengan memahami perbedaan antara akuntansi organisasi komersial dan non-komersial, sebuah lembaga dapat mengelola sumber daya mereka dengan lebih efektif dan efisien. Hal ini penting untuk menjaga keberlanjutan operasional sekaligus mempertahankan kepercayaan dari para pemangku kepentingan.

Pelatihan dan pengembangan kapasitas juga menjadi elemen penting dalam memperkuat kemampuan organisasi dalam perencanaan strategis dan pengelolaan usaha. Fajri et al. (2021) menguraikan pentingnya pelatihan kewirausahaan seperti hidroponik yang tidak hanya membekali peserta dengan keterampilan teknis tetapi juga penguatan kelembagaan. Demikian pula, Ganar et al. (2021) menekankan bahwa manajemen strategis dalam pengembangan wisata perlu mengedepankan kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha untuk mencapai keberhasilan yang berkelanjutan.

Pendekatan strategis dalam pengelolaan bisnis dan keuangan juga ditekankan oleh Sujarweni (2014), yang membahas teori manajemen strategis secara rinci. Strategi yang matang memungkinkan sebuah organisasi untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan, serta mengambil langkah yang tepat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Selain itu, Susanto et al.

(2019) menyajikan pengantar hukum bisnis yang relevan untuk mendukung pemahaman tentang aspek hukum dalam operasional bisnis.

Dalam perspektif ekonomi makro, Veritia et al. (2019) menyajikan pandangan tentang bagaimana perubahan lingkungan ekonomi dapat memengaruhi pengelolaan keuangan dan strategi bisnis. Dengan memahami konteks ekonomi yang lebih luas, organisasi dapat merancang strategi yang adaptif dan responsif terhadap dinamika pasar.

Referensi-referensi ini menunjukkan betapa pentingnya kombinasi antara pemahaman teoritis dan aplikasi praktis dalam mendukung pengelolaan keuangan dan pengembangan strategi pemasaran yang efektif. Dengan demikian, organisasi seperti CV. Biru Utama dapat memanfaatkan pendekatan ini untuk meningkatkan kinerja dan daya saing mereka di pasar.

D. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan didapat kesimpulan sebagai berikut Pelatihan ini diterima dengan sangat baik terutama oleh pimpinan dan karyawan CV. Biru Utama. Semua peserta antusias mengikuti dan aktif bertanya dan sharing mengenai manajemen. Pengurus dapat menerapkan manajemen strategi secara layak dan memadai sehingga proses pembukuan keuangan berjalan dengan baik dan dapat dipertanggungjawabkan. Sudah adanya wacana sistem manajemen yang baik pada CV. Biru Utama. Pengurus sudah dapat mengarsipkan dokumen yang baik sehingga pada saat penelusuran dokumen dapat dilakukan dengan mudah dan dapat dipertanggungjawabkan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agoes, S. dan E. Trisnawati. (2013). Akuntansi Perpajakan. Edisi Ketiga. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Andiawati, E. (2017). Jurnal Fkip Uns: Pengelolaan Keuangan Lembaga Pendidikan/Sekolah 3(1). Surakarta
- Bastian, Indra. (2001). Akuntansi Yayasan Dan Lembaga Publik. Erlangga. Jakarta
- Fajri, C., Susanto, S., Suworo, S., Sairin, S., & Tarwijo, T. (2021). Pelatihan Perencanaan Kewirausahaan

Hidroponik Dan Penguatan Kelembagaan Santripreneur Di Pesantren Al Wafi Islamic Boarding School Pengasinan Depok. Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 154-

160. Ganar, Y. B., Sahroni, S., Zulfitra, Z., Apriansyah, M., & Susanto, S. (2021). Manajemen Strategi Pengembangan Wisata Goa Gudawang. Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(1), 83-87.

Sujarweni, Wiratna.(2014). Manajemen strategi Dan Teori. Pustaka Baru. Jakarta Susanto, S., Duddy Dinantara, M., Sutoro, M., & Iqbal, M. (2019). Pengantar Hukum Bisnis

Veritia, V., Lubis, I., Priatna, I. A., & Susanto, S. (2019). Teori Ekonomi Makro.