



**Strategi Pemasaran Kreatif Untuk UMKM Masyarakat di Lingkungan RW017,
RW018, dan RW008 Perumahan Benda Baru Pamulang, Tangerang Selatan, Banten**

*Creative Marketing Strategy for Community MSMEs in the RW017, RW018, and RW008
Housing Complex Benda Baru Pamulang, South Tangerang, Banten*

**Muhammad Adam^{1*}, Dadin Tajudin², Dwi Setiawati³, Marichicha Puicha L. Sinaturi⁴,
Daniel David Camberra Simanungkalit⁵**

¹⁻⁵Universitas Pamulang, Indonesia

Korespondensi Penulis : mocha_dam@yahoo.co.id*

Article History:

Received: Januari 17, 2025;

Revised: Januari 31, 2025;

Accepted: Februari 08, 2025;

Published : Februari 10, 2025;

Keywords: MSMEs, Creative
Marketing, Digital Marketing, PKM

Abstract. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in Indonesia's economy, contributing more than 60% to the Gross Domestic Product (GDP) and absorbing nearly 97% of the workforce in the non-agricultural sector. However, MSMEs still face challenges in marketing and business management, particularly in leveraging digital technology. The Community Service Program (PKM) in Benda Baru Residential Area, South Tangerang, aims to enhance the knowledge and skills of MSME actors in designing and implementing creative, digital-based marketing strategies. This program includes training on SWOT analysis, digital marketing, and community-based marketing. The results of the program show an increase in the implementation of creative marketing strategies, such as the use of social media and digital platforms, as well as collaboration among business actors. This program is expected to have a positive impact on local economic development and strengthen the digital business foundation in the region.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap hampir 97% tenaga kerja di sektor non-pertanian. Meskipun demikian, UMKM masih menghadapi tantangan dalam aspek pemasaran dan pengelolaan usaha, terutama dalam memanfaatkan teknologi digital. Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Perumahan Benda Baru, Tangerang Selatan, bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM dalam merancang dan menerapkan strategi pemasaran kreatif berbasis digital. Program ini mencakup pelatihan analisis SWOT, pemasaran digital, serta pemasaran berbasis komunitas. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan implementasi strategi pemasaran kreatif seperti penggunaan media sosial dan platform digital, serta kolaborasi antar pelaku usaha. Program ini diharapkan berdampak positif terhadap pengembangan ekonomi lokal dan memperkuat basis bisnis digital di wilayah tersebut.

Kata Kunci: UMKM, Pemasaran Kreatif, Digital Marketing, PKM

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, dengan kontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja di sektor non-pertanian (Badan Pusat Statistik, 2021). Meskipun kontribusinya besar, banyak pelaku UMKM yang masih menghadapi berbagai tantangan, khususnya dalam pemasaran produk dan pengelolaan sumber daya bisnis.

Banyak dari mereka yang masih mengandalkan metode pemasaran konvensional, sehingga kurang maksimal dalam menjangkau pasar yang lebih luas serta meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Pemasaran kreatif menjadi solusi yang efektif untuk mengatasi tantangan ini. Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran kreatif tidak hanya fokus pada produk, tetapi juga pada pengalaman yang diberikan kepada konsumen, sehingga memungkinkan UMKM untuk menciptakan nilai tambah yang membedakan produk mereka dari pesaing dan mempererat hubungan dengan pelanggan. Pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran serta pemasaran berbasis komunitas juga menjadi kunci utama dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan UMKM di era digital saat ini (Tjiptono & Chandra, 2016).

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dirancang dengan tujuan utama untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM di Perumahan Benda Baru dalam merancang dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang kreatif dan digital. Kegiatan ini bertujuan untuk membantu usaha kecil agar lebih dikenal oleh konsumen serta meningkatkan daya saing mereka melalui penerapan strategi pemasaran digital yang inovatif. Selain itu, program ini juga bertujuan untuk mendorong penggunaan teknologi digital dalam pemasaran produk usaha kecil, memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM, dan membangun jejaring serta kerjasama antar pelaku UMKM di kawasan tersebut.

Manfaat yang diharapkan dari kegiatan ini antara lain peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam merancang strategi pemasaran digital, peningkatan daya saing usaha kecil, serta peningkatan penjualan dan pendapatan. Program ini juga diharapkan dapat memperkuat reputasi dan citra positif universitas yang melaksanakan kegiatan pengabdian, sekaligus memberikan manfaat bagi mahasiswa dalam mengaplikasikan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah serta mengembangkan soft skills.

Luaran yang diharapkan dari kegiatan PKM ini mencakup peningkatan pengetahuan pelaku UMKM tentang pemasaran kreatif dan digital, peningkatan daya saing dan penjualan usaha kecil, serta terbentuknya forum komunikasi antar pelaku UMKM untuk memperkuat jejaring bisnis. Program ini juga bertujuan untuk menghasilkan modul atau panduan pemasaran kreatif yang dapat diakses oleh warga Perumahan Benda Baru sebagai referensi untuk pengembangan usaha mereka.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi perkembangan bisnis digital di wilayah tersebut, memperkuat ekonomi lokal, dan membuka peluang usaha baru bagi masyarakat setempat, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi berbasis digital yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

2.METODE

Tempat dan Waktu:

Kegiatan PKM dilaksanakan di Aula Masjid Nurul Iman, Perumahan Benda Baru, Pamulang, Tangerang Selatan, pada tanggal 19 Januari 2025, di akhir pekan sesuai ketersediaan peserta.

Metode Kegiatan:

Metode yang digunakan adalah:

- a. Workshop dan pelatihan: Penyampaian materi dengan presentasi dan tanya jawab.
- b. Diskusi dan tanya jawab: Peserta aktif bertanya dan berbagi pengalaman.
- c. Simulasi dan studi kasus: Penerapan strategi dalam situasi nyata.
- d. Konsultasi dan pendampingan: Bimbingan individu atau kelompok.

Solusi Permasalahan:

Solusi yang diberikan meliputi:

- a. Pelatihan pemasaran kreatif: Penggunaan media sosial, branding, dan promosi digital (SEO, email marketing).
- b. Konsultasi dan pendampingan: Penyusunan rencana pemasaran dan materi promosi.

Langkah Implementasi:

- a. Persiapan: Survei kebutuhan usaha, penyusunan materi pelatihan, mengundang narasumber, koordinasi dengan RT/RW.
- b. Pelaksanaan: Sosialisasi program, pelatihan dan workshop, konsultasi, serta dorongan penggunaan media sosial untuk promosi.
- c. Evaluasi: Penilaian melalui feedback, pre-test dan post-test, serta evaluasi dampak kegiatan terhadap usaha kecil.

Kegiatan ini bertujuan memberikan dampak positif bagi pengembangan usaha digital di Perumahan Benda Baru.

3.HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) di Perumahan Benda Baru berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan antusias dari 40 peserta yang berasal dari berbagai usaha kecil. Kegiatan ini memberikan peserta pengetahuan serta keterampilan baru terkait pemasaran kreatif yang dapat langsung diterapkan pada usaha mereka.

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai hal-hal berikut:

- a. Pentingnya pemasaran dalam perkembangan usaha kecil.
- b. Konsep dan prinsip pemasaran kreatif.
- c. Pemanfaatan media sosial untuk mempromosikan produk.
- d. Teknik membangun identitas merek yang kuat.
- e. Strategi promosi yang efektif untuk menarik perhatian pasar.

Setelah mengikuti kegiatan PKM, para peserta mulai menerapkan berbagai strategi pemasaran kreatif, antara lain:

- a. Membuat dan mengelola akun media sosial secara teratur untuk usaha mereka.
- b. Mendesain logo dan kemasan produk agar lebih menarik.
- c. Menerapkan promosi digital, seperti diskon dan program giveaway.
- d. Berkolaborasi dengan usaha kecil lainnya untuk promosi bersama.

Selain itu, para peserta juga diberikan aplikasi **Point of Sale (POS)** yang dapat diakses secara gratis. Aplikasi ini memudahkan mereka dalam proses transaksi, pencatatan penjualan, serta pengelolaan stok barang, yang tentunya sangat membantu usaha kecil dalam meningkatkan efisiensi operasional.

Dampak pada Usaha Kecil

Meskipun masih dalam tahap awal, peserta melaporkan adanya peningkatan penjualan dan jumlah pelanggan setelah menerapkan berbagai strategi pemasaran kreatif. Mereka juga merasa lebih percaya diri dalam mengelola usaha mereka. Selain itu, dengan adanya aplikasi POS, peserta melaporkan kemudahan dalam mengelola transaksi dan stok barang yang sebelumnya sempat menjadi tantangan.

Pembahasan

Strategi pemasaran kreatif terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing usaha kecil. Penggunaan media sosial dan promosi digital memungkinkan usaha kecil menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan kesadaran merek, serta meningkatkan penjualan. Penggunaan aplikasi POS juga membantu peserta dalam meningkatkan efisiensi operasional, mengurangi kesalahan pencatatan, dan mempermudah pengelolaan stok barang.

Beberapa kendala yang dihadapi oleh peserta adalah:

- Waktu yang terbatas karena kesibukan pekerjaan atau urusan rumah tangga.
- Kurangnya familiaritas dengan teknologi digital.
- Akses internet yang terbatas.

Solusi yang Diberikan oleh Tim PKM

Untuk mengatasi tantangan tersebut, tim PKM memberikan solusi sebagai berikut:

- Penyesuaian jadwal kegiatan agar lebih fleksibel.
- Bimbingan intensif mengenai penggunaan media sosial dan aplikasi POS.
- Pemanfaatan fasilitas internet di tempat umum.

Kegiatan Sosial

Selain pelatihan pemasaran, kegiatan sosial juga dilaksanakan, seperti pemeriksaan mata gratis untuk warga dan pemberian kacamata baca untuk manula. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat, terutama para manula, dengan menjaga kesehatan mata mereka.

Diskusi

Dalam era digital, banyak organisasi, termasuk UMKM, menghadapi tantangan besar dalam mengadopsi teknologi baru. Teori **Transformasi Digital** menjelaskan bagaimana organisasi mengintegrasikan teknologi baru untuk meningkatkan kinerja dan daya saing mereka. Transformasi digital bukan hanya tentang adopsi teknologi, tetapi juga tentang perubahan budaya organisasi, yang mencakup perubahan dalam cara beroperasi, termasuk dalam pengelolaan sumber daya manusia (SDM).

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat di Perumahan Benda Baru Pamulang menunjukkan bahwa masih banyak UMKM yang mengandalkan metode konvensional dalam mengelola bisnis mereka. Oleh karena itu, pelatihan yang diberikan tidak hanya berfokus pada aspek teknis penggunaan platform digital, tetapi juga pada bagaimana mengelola tim dalam menghadapi perubahan digital yang cepat. Penggunaan aplikasi digital seperti My **Report** dapat meningkatkan efisiensi pencatatan keuangan, memberikan transparansi dalam pengelolaan bisnis, dan memudahkan pengawasan.

Teori Manajemen Perubahan relevan dalam konteks ini karena adopsi teknologi baru dan perubahan budaya organisasi memerlukan pendekatan yang hati-hati dan melibatkan

semua anggota tim. Transformasi yang efektif melibatkan perubahan dalam cara pandang, keterampilan, dan pemahaman tim terhadap teknologi dan proses baru.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini telah dilaksanakan sesuai dengan rencana awal dan melibatkan masyarakat setempat, tim dosen, dan mahasiswa. Proses ini telah berjalan dengan baik, berfokus pada peningkatan kapasitas UMKM agar lebih siap dalam menghadapi tantangan digital.

5.KESIMPULAN

Kegiatan PKM "**Pelatihan Strategi Manajemen Meningkatkan Produktivitas Bisnis Digital Masyarakat di Lingkungan RW.017,RW.018, dan RW.008 Perumahan Benda Baru Pamulang,Tangerang Selatan, Banten**" telah berjalan dengan sukses dan mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Program ini berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan warga Perumahan Benda Baru dalam hal pemasaran kreatif dan penggunaan teknologi digital untuk bisnis mereka.

Peserta telah mulai mengimplementasikan strategi pemasaran kreatif yang diajarkan selama pelatihan, dan mereka telah merasakan dampak positif terhadap usaha mereka,terutama dalam hal peningkatan penjualan dan efisiensi operasional.

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang mendukung pelaksanaan PKM ini,termasuk warga Perumahan Benda Baru Pamulang, narasumber, dan tim pelaksana.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, R., & Rahman, A. (2021). Peran media sosial dalam pemasaran UMKM. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 3(1), 22–35.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education.
- Mardiana, R. (2017). Strategi pemasaran kreatif untuk meningkatkan penjualan UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(4), 78–90.
- Prasetyo, E., & Kusumawati, D. (2022). Pengembangan UMKM melalui pemasaran kreatif. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 4(1), 58–70.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sari, R. F., & Setiawan, B. (2020). Pemasaran kreatif untuk UMKM: Strategi dan implementasi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(1), 45–56.
- Setiawan, A. (2018). Pemasaran berbasis komunitas untuk meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 17(2), 97–105.

Susanto, H., & Sari, D. (2019). Strategi pemasaran digital untuk UMKM di era digital. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Manajemen*, 12(2), 125–134.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Pemasaran jasa*. Andi.

Wibowo, A. (2020). Inovasi dan kreativitas dalam pemasaran UMKM. *Jurnal Pemasaran dan Bisnis*, 8(3), 112–120.