

Kiat-Kiat Komunikasi Pemasaran Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Di Dusun Pasar Lubuk Landai

Yudhi Novriansyah

Program Studi Manajemen – Fakultas Ekonomi Universitas Muara Bungo
Yudhinovriansyah.umb@gmail.com

ABSTRAK

Seiring dengan semakin banyaknya angka pengangguran di Indonesia, dibutuhkan semakin banyak wirausaha muda yang sanggup membuka lapangan kerja yang baru. Para wirausaha muda ini diharapkan dapat menjadi *agent of change* dalam memasarkan produk usahanya. Sasaran kegiatan ini adalah para generasi muda yang ada di Dusun Pasar Lubuk Landai Kecamatan Tanah Sepenggal, Kabupaten Bungo. Para peserta diharapkan dapat memahami dan meningkatkan kemampuan dalam strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan minat beli konsumen pada usaha yang sedang dan akan dirintis. Kegiatan ini dilaksanakan oleh Staf Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi bekerjasama Pemerintah Dusun Pasar Lubuk Landai Kecamatan Tanah Sepenggal, Kabupaten Bungo pada tanggal 23 Desember 2019 bertempat di Aula Kantor Rio Dusun Pasar Lubuk Landai. Diikuti oleh 50 orang peserta dari generasi muda yang terdiri dari lulusan Sekolah Menengah Atas, Mahasiswa dan Sarjana. Hadir dalam kegiatan ini Camat Kecamatan Tanah Sepenggal, Rio Dusun Pasar Lubuk Landai beserta Perangkat Dusun. Kegiatan ini berupa pelatihan dan penyuluhan tentang Kiat-Kiat Komunikasi Pemasaran yang Efektif untuk Menarik Minat Beli Konsumen. Manfaat kegiatan menambah informasi dan meningkatkan pemahaman praktek bagi generasi muda yang memilih sebagai Wirausaha Mandiri dalam merintis profesinya di masa mendatang.

Kata Kunci: *Komunikasi Pemasaran, Generasi Muda, Wirausaha Mandiri*

PENDAHULUAN

Seiring dengan semakin banyaknya angka pengangguran di Indonesia, dibutuhkan semakin banyak wirausaha muda yang sanggup membuka lapangan kerja yang baru. Para wirausaha muda ini diharapkan dapat menjadi *agent of change* dalam memasarkan produk usahanya. Produk tidak hanya dipasarkan secara konvensional, tetapi juga harus dapat dipasarkan secara global menggunakan internet.

Kepala Desa dan Aparatur desa akan menjadi ujung tombak untuk menyiapkan para anak muda menjadi wirausaha muda yang tangguh di desa untuk menyongsong persaingan ketat perdagangan dewasa ini, sekaligus menurunkan angka pengangguran di desa. Namun, kenyataannya masih banyak generasi muda di desa baik yang sudah mencapai pendidikan sarjana, maupun lulusan sekolah menengah masih belum memahami dan melihat peluang menjadi wirausaha yang sukses.

Pembelajaran tentang pemasaran produk selama ini baru bersifat autodidak atau belajar mandiri atau bertanya kepada orang yang sudah lebih dahulu memulai bisnis

perdagangan. Sehingga sering kali anak muda mengalami masalah dalam motivasi dan keberanian memulai gerakan wirausaha mandiri. Berdasarkan uraian di atas, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) akan dilaksanakan bagi generasi muda pelaku wirausaha dan yang akan menjadi wirausaha di Dusun Pasar Lubuk Landai, Kecamatan Tanah Sepenggal, Kabupaten Bungo.

MATERI DAN METODE PELAKSANAAN

Sasaran kegiatan ini adalah para generasi muda yang ada di Dusun Pasar Lubuk Landai Kecamatan Tanah Sepenggal, Kabupaten Bungo. Para peserta diharapkan dapat memahami dan meningkatkan kemampuan dalam strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan minat beli konsumen.

A. Materi Kegiatan

Pelatihan melibatkan Pemateri dari Staf Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muara Bungo dengan pembagian sebagai berikut:

1. Penjelasan Konsep Pemasaran
2. Penjelasan Konsep Komunikasi Pemasaran Terpadu
3. Proses Integrasi Komunikasi Pemasaran
4. Menyusun Langkah-Langkah Komunikasi Pemasaran yang Efektif.

B. Metode Pelaksanaan Kegiatan

1. Tahap Pendahuluan

Dalam tahap ini kita mempersiapkan surat izin dengan pihak terkait, mempersiapkan tempat pelatihan, mempersiapkan alat dan bahan.

2. Tahap Pelatihan

Pelatihan dilakukan dengan menginventarisir dan mengundang para generasi muda yang sudah memulai kegiatan dengan wirausaha mandiri dan generasi muda yang akan menjadi wirausaha.

selanjutnya dilaksanakan focus grup discussion (FGD) sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi jenis usaha yang akan dibangun oleh setiap peserta
- b. Mengidentifikasi konsep komunikasi pemasaran yang bisa diterapkan oleh para peserta.
- c. Menyusun langkah-langkah komunikasi pemasaran yang efektif

3. Tahap Evaluasi

- a. Setelah dilaksanakan pelatihan dengan member materi terkait diadakan Tanya jawab untuk melihat tingkat pemahaman materi yang diberikan.
- b. Peserta diminta berbagi pengalaman mengenai pengalaman merintis usaha dan strategi komunikasi pemasaran yang sudah diterapkan untuk menarik minat konsumen.
- c. Evaluasi kegiatan dari awal hingga akhir dilihat dari pemahaman para peserta dari kalangan generasi muda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada kenyataannya, masih sangat terbatasnya kemampuan para peserta pelatihan Wirausaha dalam menyusun langkah strategis komunikasi pemasaran yang berdampak pada kegiatan usaha yang dilakukan.

Beberapa hal yang muncul dari hasil pemberian materi dan kegiatan FGD dengan para peserta pelatihan kewirausahaan adalah sebagai berikut:

1. Mayoritas peserta belum mengetahui tentang komunikasi pemasaran terintegrasi / Integrated Marketing Communications.
2. Keterbatasan modal dan dukungan moril dari Orang tua dan lingkungan menyebabkan peserta melaksanakan usaha dengan konsep seadanya dan tidak berupaya untuk menciptakan kreasi meningkatkan skala usaha.
3. Kegiatan pemasaran yang dilakukan hanya sebatas dari informasi ke sesama teman (words of mouth), sehingga sulit menjangkau konsumen dengan sebaran area yang lebih luas di luar wilayah Dusun Pasar Lubuk Landai yang menjadi pusat kegiatan perdagangan di Kecamatan Tanah Sepenggal.
4. Beberapa peserta cenderung menjadikan usaha yang dirintis hanya bersifat sementara dan menjadi mengisi waktu luang sebelum memperoleh pekerjaan di kantor/perusahaan sebagai karyawan.



3. Penyampaian Materi PKM

Setelah kegiatan pelatihan Kiat-Kiat Komunikasi Pemasaran ini diharapkan generasi muda yang mengikuti pelatihan bersungguh-sungguh dalam menjalankan usaha, di mana peserta bisa menjadikan bisnis yang dilakukan sebagai pekerjaan yang sesungguhnya untuk masa depan dan wirausaha mandiri adalah pilihan pekerjaan yang tepat, tidak hanya bergantung kepada upaya untuk memperoleh pekerjaan sektor formal sebagai aparatur negara atau sebagai karyawan perusahaan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan penyuluhan ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan diri dan pemahaman bagi generasi muda pelaku wirausaha yang menjadikan bidang bisnis sebagai pilihan pekerjaan tetap untuk masa depan. Dalam konteks meningkatkan minat beli konsumen, perlu diterapkan prinsip dan strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (*Integrated Marketing Communications*). Berisi beberapa program komunikasi pemasaran yang bertujuan meningkatkan ketertarikan dan kesetiaan konsumen membeli produk yang dijual oleh peserta pelatihan.

Saran

Peserta diharapkan fokus mengembangkan usaha dan tidak hanya menjadikan wirausaha sebagai kegiatan sampingan sebelum memperoleh pekerjaan sektor formal yang saat ini semakin sulit dan ketat persaingan, di mana program wirausaha adalah upaya mengurangi angka pengangguran usia produktif di Dusun Lubuk Pasar Lubuk Landai.

Diharapkan Rio dan Perangkat Dusun Pasar Lubuk Landai Kecamatan Tanah Sepenggal Lintas membuat Pelatihan Kewirausahaan secara Kontinyu di masa mendatang melibatkan Perguruan Tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Sri Widyastuti, Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu, FEB-UP, Jakarta, 2017

Abdullah Masmuh, *Komunikasi Organisasi*, UMM Press, Malang, 2008

Adhi Gurmilang, Komunikasi Pemasaran Sebagai Metode Promosi Untuk Usaha Kecil dan Menengah, Jurnal Universitas Pembangunan Jaya, Nomor 2 Vol 2 Maret 2015