



## **PEMBINAAN PENINGKATAN STRATEGI MARKETING USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MASYARAKAT DI KELURAHAN SOHO KECAMATAN LUWUK KABUPATEN BANGGAI**

**Fadli Sandewa<sup>1\*</sup>, Kisman Karinda<sup>2</sup>, Erwin Nursin<sup>3</sup>, Riska Ganggu<sup>4</sup>, Shinta Dewi Angraini<sup>5</sup>,  
Wiwik Sulastr<sup>6</sup>, Dewi Ayu Hartati<sup>7</sup>**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Luwuk

E-mail: [fadlisandewa1991@gmail.com](mailto:fadlisandewa1991@gmail.com), [kismankarinda35@gmail.com](mailto:kismankarinda35@gmail.com), [erwinein1975@gmail.com](mailto:erwinein1975@gmail.com),  
[riskach43107@gmail.com](mailto:riskach43107@gmail.com), [shintapirngandi@gmail.com](mailto:shintapirngandi@gmail.com), [wiwiksulastr57@gmail.com](mailto:wiwiksulastr57@gmail.com),  
[dewiayuhartati16@gmail.com](mailto:dewiayuhartati16@gmail.com).

### **ABSTRAK**

Pada era Revolusi Industri 4.0, teknologi digital telah menjadi faktor utama dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi dan mengubah berbagai sektor bisnis, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman masyarakat Kelurahan Soho, Kecamatan Luwuk, Kabupaten Banggai tentang strategi peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan observasi terhadap masyarakat pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah untuk mengidentifikasi tingkat pemahaman mereka terkait pemasaran, diikuti dengan koordinasi bersama pemerintah setempat dan narasumber dalam kegiatan dari pihak Dinas Koperasi dan usaha kecil menengah Kabupaten Banggai. Kegiatan ini berupa sosialisasi strategi pemasaran dan inovasi digital dilaksanakan dengan metode tatap muka langsung. Hasil kegiatan menunjukkan antusiasme tinggi dari peserta dan peningkatan pemahaman masyarakat dalam meningkatkan strategi marketing usaha mereka, khususnya dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pemasaran. Program ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah di era Revolusi Industri 4.0, membantu memperkuat perekonomian lokal, menciptakan lapangan kerja, serta mengurangi kemiskinan di daerah.

**Kata kunci:** Strategi; Marketing; Usaha Mikro Kecil dan Menengah

## **FOSTERING IMPROVING MARKETING STRATEGIES FOR COMMUNITY MICRO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (UMKM) IN SOHO DISTRICT, LUWUK DISTRICT, BANGGAI REGENCY**

### **ABSTRACT**

In the era of the Industrial Revolution 4.0, digital technology has become a major factor in accelerating economic growth and changing various business sectors, including micro small and medium enterprises. This activity aims to increase the knowledge and understanding of the people of Soho Village, Luwuk District, Banggai Regency, regarding strategies for improving micro small and medium enterprises. Implementation of the activity began with observations of the community of micro small and medium enterprises owners to identify their level of understanding regarding marketing, followed by coordination with the local government and resource persons in activities from the Banggai Regency Cooperative and micro small and medium enterprises Service. The core activities in the form of socializing marketing strategies and digital innovation are carried out using direct face-to-face methods. The results of the activity showed high enthusiasm from participants and increased public understanding in improving their business marketing strategies, especially in utilizing digital technology to expand marketing. This program is expected to increase the competitiveness of micro small and medium enterprises in the Industrial Revolution 4.0 era, help strengthen the local economy, create jobs, and reduce poverty in the region.

**Keywords:** Strategy; Marketing; Community Micro Small And Medium Enterprises



## PENDAHULUAN

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Istilah ini mengacu pada kategori bisnis yang memiliki skala kecil hingga menengah. UMKM sering kali dimiliki dan dioperasikan oleh pemilik tunggal atau kelompok kecil, dan memiliki jumlah karyawan yang terbatas serta aset yang relatif kecil (Koperasi et al., 2019).(Arya et al., 2024)

Untuk memenuhi kebutuhan masyarakat maka dibutuhkan lapangan kerja yang mampu menyerap setiap angkatan yang ada. Usaha yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan hidup diantaranya melakukan Usaha Mikro Kecil Menengah. Keberadaan dan keberlangsungan hidup Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) ikut dipengaruhi juga oleh kedua faktor internal seperti motif ekonomi dan eksternal yaitu lingkungan dan habitat ekonomi yang menjadi tempat hidup seseorang atau suatu komunitas dalam melakukan kehidupan ekonominya.(Wika Undari, 2021)

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, usaha kecil merupakan suatu kegiatan produksi yang dilakukan oleh seseorang atau badan usaha yang tidak dimiliki, dikuasai atau dimiliki sebagian langsung oleh anak perusahaan atau cabang dari sebuah perusahaan atau tidak langsung dari perusahaan menengah atau besar dan memenuhi kriteria lain yang ditetapkan oleh Menteri yang mengatur urusan di bidang koperasi dan usaha kecil dan menengah.(Ghina et al., 2024)

Teknologi dan digitalisasi merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan pada era digital seperti saat ini (Chatterjee & Sarker, 2024). Salah satunya perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah membawa dampak signifikan terhadap berbagai sektor industri, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).(Melani et al., 2024)

Pada era Revolusi Industri 4.0, teknologi digital telah menjadi faktor utama dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi dan mengubah berbagai sektor bisnis, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penerapan teknologi digital dalam bisnis telah merombak cara UMKM beroperasi, mulai dari manajemen internal hingga interaksi dengan pelanggan. Revolusi ini tidak hanya menciptakan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pangsa pasar, tetapi juga menuntut mereka untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi yang dinamis dan semakin kompleks (Hamdan, 2018).

UMKM merupakan salah satu pilar utama dalam struktur perekonomian banyak negara berkembang, termasuk Indonesia. UMKM memiliki tiga peranan cukup besar bantuannya dalam kehidupan masyarakat kurang mampu, yaitu sebagai salah satu fasilitas untuk mengurangi kemiskinan, sebagai alat dalam proses lebih pemerataan tingkat perekonomian masyarakat kurang mampu serta sebagai salah satu sumber pendapatan negara (Kadeni & Sriyani, 2020).(Aliyah, 2022)

Usaha mikro, kecil, dan menengah ini memiliki ciri- ciri sebagai berikut: manajemen pembukuan yang sederhana, kecenderungan laba perusahaan yang lebih rendah, dan modal yang minim. Ukurannya seringkali lebih kecil dan memiliki modal yang lebih sedikit (Handayani & Arodhiskara 2022).Oleh karena itu, diperlukan investigasi yang lebih mendalam untuk menentukan bagaimana menerapkan metode pemasaran yang efisien dan sukses untuk meningkatkan penjualan.(Putra et al., 2024)

Sebenarnya, telah terdapat keinginan yang kuat dari UMKM untuk mengadopsi teknologi dalam pemasaran. Namun terdapat permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM sehingga pemanfaatan teknologi ini kurang berjalan dengan baik. Diketahui bahwa pelaku UMKM tidak mengikuti perkembangan digital, terutama karena kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital (Alford & P., 2015). Sejumlah pelaku usaha percaya bahwa penggunaan pemasaran tradisional saat ini dianggap kurang efektif. Meski demikian, pemasaran online dan media sosial pemasaran hanya sebagai pelengkap, karena sebagian besar UMKM belum menerapkan potensi penuh dari alat digital, maka tidak mendapat manfaat sepenuhnya dari perkembangan digital (Chant & Wiid, 2016). UMKM di Indonesia tidak semuanya mampu mengubah pola pemasaran mereka kepada pemasaran digital. Faktor latar belakang pendidikan yang rendah dan kurangnya pengetahuan tentang internet, pengembangan, dan teknologi adalah alasan belum optimalnya penggunaan pemasaran digital pada UMKM (Kurniawan & Asharudin, 2018).(Arumsari & Lailiyah, 2025)

Kelurahan soho adalah salah satu keluarahan yang ada di kecamatan luwuk kabupaten banggai tepatnya berada di kota luwuk. Perlu diketahui bahwa di kelurahan soho terdapat banyak pengusaha UMKM.

## METODE

Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan beberapa tahap sebagai berikut:

### 1. Observasi

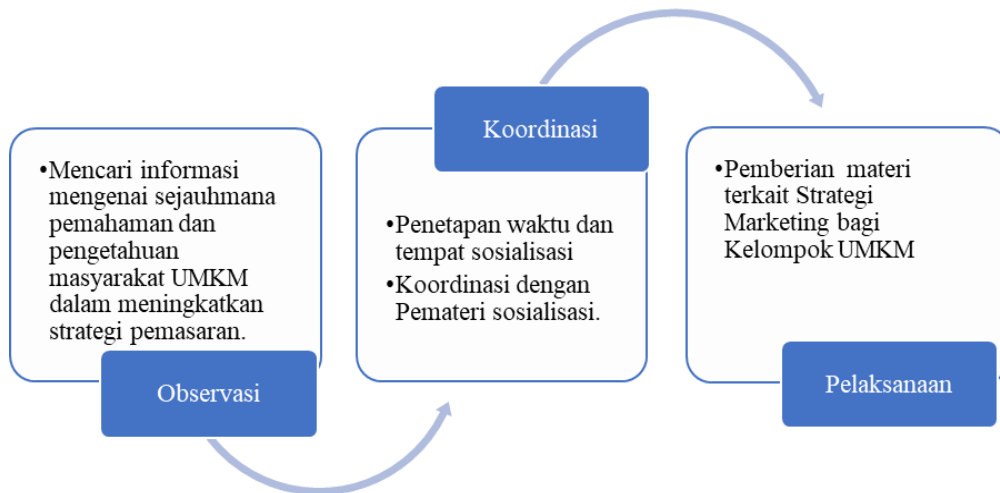
Pada tahap ini, kami melakukan koordinasi dengan pemerintah kelurahan Soho, Kecamatan Luwuk Kabupaten Banggai membahas rencana pelaksanaan observasi. Kemudian, kami melakukan wawancara bersama dengan sekretariat kelurahan setempat yang bertujuan untuk mengetahui sejauhmana pengetahuan dan inovasi masyarakat UMKM yang ada di kelurahan soho dalam mengelola usaha yang mereka miliki. Proses wawancara bersama sekretariat kelurahan soho menunjukkan bahwa masih banyak pelaku usaha UMKM di kelurahan soho yang usaha nya belum meningkat dari tahun ke tahun. Dan kebanyakan masyarakat belum memahami bagaimana memasarkan usaha mereka melalui media digital.

### 2. Koordinasi

Pada tahap ini, kami melakukan koordinasi kembali dengan luruh soho untuk mendapatkan informasi dan kesepakatan waktu pelaksanaan kegiatan Sosialisasi tersebut serta melakukan koordinasi terkait peminjaman gedung BPU Kantor Kelurahan Soho dan fasilitas apa saja yang perlu dipersiapkan dalam kegiatan Sosialisasi pembinaan peningkatan strategi UMKM di kelurahan soho kecamatan luwuk kabupaten banggai. Selain koordinasi bersama pemerintah kelurahan soho, kami melakukan koordinasi ke Kantor Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Banggai terkait permintaan narasumber yang akan memberikan materi pada kegiatan tersebut.

### 3. Pelaksanaan kegiatan sosialisasi

Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat yang memiliki usaha kecil menengah dalam meningkatkan stretegi marketing pengelolaan UMKM. Strategi marketing merupakan tindakan untuk mempromosikan produk atau jasa kepada target pasar, meningkatkan penjualan dan mencapai tujuan bisnis. Strategi marketing adalah salah satu usaha pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi digital yang ada.



Gambar 1. Alur pelaksanaan kegiatan

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan Sosialisasi Tentang Pembinaan Peningkatan Strategi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Masyarakat Di Kelurahan Soho Kecamatan Luwuk Kabupaten Banggai Sulawesi Tengah dilaksanakan dalam bentuk tatap muka langsung antara pelaksana kegiatan, narasumber, Pemerintah kelurahan, dan masyarakat.

A. Hasil Pengabdian

Tabel 1. Hasil Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi Strategi Marketing UMKM

No	Kegiatan	Hasil Kegiatan
1	Identifikasi masalah	Permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM
2	Identifikasi materi	Materi disesuaikan dengan kebutuhan, mudah dipahami oleh pelaku UMKM
3	Identifikasi pemateri	Pemateri adalah Kabid Pemberdayaan Dan Pengembangan Koperasi, Dinas Koperasi
4	Pelaksanaan sosialisasi	Memberikan pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM dalam meningkatkan strategi marketing pengelolaan UMKM
5	Peserta	Masyarakat pelaku UMKM Kelurahan Soho dan mahasiswa Ilmu Pemerintahan Universitas Muhammadiyah Luwuk



Gambar 2. Observasi Kegiatan Sosialisasi



Gambar 3. Koordinasi Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi



Gambar 4. Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi





## B. Pembahasan

Pelaksanaan sosialisasi ini bertempat di Balai Pertemuan Umum kelurahan soho Kecamatan Luwuk Kabupaten Banggai dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan, kemampuan dan strategi pengelolaan usaha UMKM. Kegiatan ini dihadiri oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Kaprodi Ilmu Pemerintahan dan Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Luwuk.

Adapun materi yang disampaikan dalam sosialisasi tersebut adalah strategi marketing bagi kelompok UMKM. Dalam pelaksanaannya yang menjadi Narasumber adalah kabid pemberdayaan dan pengembangan koperasi yaitu Ibu Yusriani A Jangoh, SS, MM. Selanjutnya dalam sosialisasi tersebut antusias Pemerintah kelurahan serta Masyarakat sangat tinggi dibuktikan Proaktifnya Pemerintah Desa dan Masyarakat dalam mengikuti kegiatan tersebut. Dari hasil pelaksanaan sosialisasi tersebut diharapkan bertambahnya pengetahuan, dan pemahaman dari masyarakat dalam meningkatkan usaha UMKM yang mereka miliki. Kesemuanya ini tidak lain bertujuan untuk membantu masyarakat meningkatkan usaha UMKM dari segi strategi manajemen dan penjualan.

## KESIMPULAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting sebagai pilar utama perekonomian di Indonesia, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan mendukung ekonomi lokal. Dalam menghadapi era digital dan Revolusi Industri 4.0, penerapan teknologi digital menjadi faktor kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM. Meski demikian, masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi tantangan seperti rendahnya literasi digital dan minimnya pemahaman tentang pemasaran digital, yang menghambat optimalisasi potensi pemasaran online. Sosialisasi ini diharapkan mampu mendorong pengembangan UMKM yang lebih baik, baik dari segi strategi manajemen maupun penjualan, sehingga dapat berkontribusi lebih besar pada pertumbuhan ekonomi lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliyah, A. H. (2022). *PERAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) UNTUK MENINGKATKAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT* *Atsna*. 1, 64–72.
- Arista, C., Sholikhah, A., Saharani, A. E., Rotama, A., Brilliantia, A., Falach, M. Z., & Oktavia, I. (2024). *Nusantara Community Empowerment Review Strategi Inovasi dan Pemasaran Digital Nasi Mentok Bu Roni*. 2(2), 112–118.
- Arumsari, N. R., & Lailiyah, N. (2025). *Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang*. 11(1), 92–101.
- Arya, I. K., Wiguna, G., Semadi, K. N., Dwi, I. M., & Asana, P. (2024). *Pelatihan dan Pendampingan Media Sosial dalam Mendukung Promosi dan Penjualan Produk UMKM Ukiran Kayu*. 1(1), 1–8.
- Ayler Beniah Ndraha, Dermawan Zebua<sup>2</sup>, Asokhiwa Zega, M. K. Z. (2024). *DAMPAK EKONOMI DIGITAL TERHADAP PERTUMBUHAN UMKM DI ERA INDUSTRI 4.0*. 01, 27–32.
- Ghina, A., Anggraini, L. D., & Pebriani, R. A. (2024). *Pengabdian masyarakat: membangun kemampuan penetapan harga produk makanan sesuai tren pasar dan target konsumen bagi UMKM*. 8, 1965–1974.
- Indrawati, S., Rachmawati, A. F., & Purworejo, U. M. (2021). *Edukasi Legalitas Usaha sebagai Upaya Perlindungan Hukum bagi Pemilik UMKM*. 1, 231–241.
- Melani, E., Yuliana, L., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Terbuka, U. (2024). *Analisis Strategi Pemasaran UMKM Sandal Era Digital : Studi Kasus Juan Jaya Sandals*. 2.
- Putra, F. A., Manajemen, P., STerbuka, U., Terbuka, T. U., & Mark, D. (2024).