

**PERANCANGAN PENGADAAN SPANDUK DAN STRATEGI PEMASARAN
MEUBEL DI DUSUN BUNGAE DESA BIJI NANGKA
KECAMATAN SINJAI BORONG**

A.Rezky Annissa Ridwan¹⁾, Heri Irawan²⁾, A. Rio Makkulau Wahyu³⁾

¹*Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam, UIAD Sinjai*

²*Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam, UIAD Sinjai*

³*Institut Agama Islam Negeri Pere-Pare*

Email: reskyannisaridwan@gmail.com¹, heri.putrabungsu94@gmail.com²

Abstrak

Strategi pemasaran adalah bentuk perencanaan yang dijalankan oleh sebuah perusahaan untuk mengoptimalkan keunggulan bersaing di pangsa pasar baik yang memproduksi barang maupun jasa. Strategi pemasaran dapat dilihat sebagai salah satu dasar yang digunakan dalam menyusun perencanaan suatu usaha maupun perusahaan secara menyeluruh. Dilihat dari banyaknya masalah yang muncul di perlukan adanya perencanaan yang menyeluruh untuk dijadikan pedoman bagi segmen perusahaan dalam menjalankan kegiatannya. Alasan lain yang menunjukkan pentingnya strategi pemasaran adalah semakin kerasnya persaingan suatu usaha dalam menjalankan kegiatannya. Usaha mebel merupakan salah satu *home industry* yang mengelola bahan baku atau bahan setengah jadi dari kayu, rotan dan bahan baku alami lainnya menjadi produk bahan jadi mebel/*furniture* yang mempunyai nilai tambah dan manfaat lebih tinggi. Adapun permasalahan yang terjadi di Dusun Bungae Kecamatan Sinjai Borong yakni belum adanya spanduk dan media sosial pada usaha tersebut sebagai tanda pengenal dan media iklan sehingga pemasarannya belum meluas hanya di Kecamatan Sinjai Borong.

Kata kunci: Strategi pemasaran; usaha mebel

1. PENDAHULUAN

Pencapaian merupakan salah satu harapan besar bagi seseorang atau sekelompok orang yang berada dalam lingkup keikutsertaan menjalankan sebuah usaha. Sementara usaha merupakan kegiatan ekonomi yang memiliki peranan penting dalam memenuhi suatu kebutuhan manusia. Adapun contoh kegiatan

ekonomi antaranya seperti jual beli, memproduksi dan memasarkan serta transaksi antara satu dengan yang lainnya. Salah satu faktor pendukung dalam usaha dibidang industri kayu khususnya pembuatan mebel dibutuhkan keterampilan dengan kreatifitas yang tinggi untuk menciptakan inovasi-inovasi, yang mampu beradaptasi mengikuti perkembangan zaman.

Industri mebel atau *furniture* adalah usaha dalam bidang perlengkapan rumah tangga yang mencakup semua barang seperti kursi, meja, dipan, pintu, tempat tidur, jendela dan lemari. Mebel berasal dari kata *movable*, yang artinya bisa bergerak. Industri mebel di era sekarang meningkat seiring perkembangan zaman sebab di bidang industri ini harus memberikan design interior yang unik dan kreatif serta memiliki nilai-nilai artistik yang tidak hanya memberikan kenyamanan tetapi juga kepuasan sehingga dapat mendukung berbagai aktifitas. Mebel lebih dikenal sebagai hasil kerajinan tangan yang mempunyai peran cukup penting dalam konteks pemenuhan kebutuhan masyarakat.

Pemasaran merupakan kegiatan ekonomi dalam manajemen yang berupa mengoptimalkan laba/untung (*returns*) bagi pemegang saham dengan jalan menjalin kerjasama dengan pelanggan utama (*valued customers*) dan menciptakan keunggulan kompetitif (Nurfidiyati, 2018). Jadi, pemasaran merupakan suatu aktifitas dalam kegiatan ekonomi yang diawali dengan mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan pasar untuk mengoptimalkan keuntungan bagi produsen dengan menjalin kerja sama dengan konsumen serta menciptakan keunggulan kompetitif.

Strategik sebagai sebuah rencana yang komprehensif mengintegrasikan segala *resources* dan *capabilities* yang mempunyai tujuan panjang untuk memenangkan kompetensi (Hutabarat, 2017). Strategi menjadi hal yang utama bagi suatu usaha dimana strategi pemasaran merupakan tolak ukur untuk mencapai tujuan dari sebuah usaha. Strategi pemasaran merupakan suatu trik dalam memperkenalkan suatu *brand* agar pemasarannya lebih luas agar memperoleh hasil yang maksimal.

2. METODE PENERAPAN

Metode pengembangan suatu usaha masyarakat berbasis pendampingan perencanaan dan pengadaan pembuatan spanduk terhadap pelaku usaha serta memberikan pemahaman tentang strategi pemasaran dimedia sosial. Kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahap yaitu sebagai berikut:

- a. Tahap persiapan dan perencanaan, dilaksanakan selama seminggu yaitu berupa observasi lapangan, kesepakatan kerjasama, menyusun jadwal kerja dan proposal yang kemudian diajukan, serta melaksanakan seminar program kerja.
- b. Tahap pelaksanaan, pada tahap ini penulis mendesain spanduk, mendampingi pemasangan spanduk, memberikan pendampingan dalam strategi pemasaran dan pembuatan akun media sosial.

- c. Tahap kontroling, pada tahap ini penulis mengontrol dan mngevaluasi tingkat penjualan setelah adanya spanduk, pemahaman mengenai strategi-strategi pemasaran dan akun media sosial tersebut.

3. Hasil Dan Tercapaian Sasaran

- a. Membantu membuat sosial media dan design dan pengadaan spanduk terhadap pelaku usaha. Pemilik usaha memang belum memiliki sosial media dan spanduk, untuk itulah saya mencoba menawarkan dan membuat sosial media dan pengadaan spanduk yang sesuai dengan permintaan pemilik usaha dengan harapan dapat dijadikan sebagai sarana promosi, karena di dalam spanduk dan sosial media terdapat informasi mengenai produk atau nomor kontak produsen sehingga memudahkan konsumen untuk menghubungi atau memesan suatu produk .
- b. Memberikan pemahaman dan pendampingan dalam meningkatkan pemasaran usaha Andi Maul STS dengan melakukan promosi yang menarik dan berkualitas, salah satunya dengan melalui sosial media mengupload foto atau video produk yang akan dipasarkan sehingga mampu menarik minat konsumen.



Gambar 1 mendesain spanduk



Gambar 2 pengadaan spanduk



Gambar 3 pemasangan spanduk sebagai tanda pengenalan usaha



Gambar 4 pembuatan akun media sosial sebagai media iklan



Gambar 5 memberikan pemahaman mengenai strategi pemasaran

4. KESIMPULAN

Kegiatan KKNP yang terkait dengan pengadaan spanduk dan pembuatan sosial media berjalan dengan baik sesuai dengan apa yang telah di susun dan direncanakan dalam program kerja KKNP, adapun kesimpulan dari pelaksanaan program KKNP yaitu:

- a. Program KKNP dapat dilaksanakan dengan baik dan lancar.
- b. Program kerja terkait pengadaan spanduk dan pembuatan sosia media berjalan dengan baik atas dukungan serta kerja sama yang sangat kooperatif dari pemilik usaha dan warga desa biji angka yang sangat membantu.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Esterlina Hutabarat. (2017). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Suzuki Satria FU Pada PT. Sunindo Varia Motor Gemilang Medan. Medan: Jurnal Ilmiah Methonomi.
- Nurfidiyati, Jamaludin Malik, Leonardo Budi. (2018). Strategi Pemasaran Industri Mebel Dalam Menembus Pasar Global Melalui Analisis Swot (Studi Kasus pada

CV Mandiri Abadi Jepara). Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Universitas Pandanaran Semarang .(hal. 3).

Yeye Suhaety, Mulyati, Muhammad Fadillah. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Mebel Samawa di Kandai 2 Kecamatan Woja. Woja: Jurnal Penelitian dan PKM Bidang Ilmu Pendidikan.