

## Sosialisasi Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 4P Bagi Pelaku UMKM di Pantai Melawi Kelantan, Malaysia

Wan Laura Hardilawati\*, Fitri Ayu Nofirda, Dwi Hastuti, Hichmaed Tachta Hinggo S, Rian Rahmat Ramadhan, Sulistyandari, Bakaruddin, Rahayu Setianingsih, Abunawas, Yuslim, Hammam Zaki, Alum Kusumah, Ikhbal Akhmad, Khusnul Fikri

Universitas Muhammadiyah Riau

\*Email: [wanlaurahardilawati@umri.ac.id](mailto:wanlaurahardilawati@umri.ac.id)

### Article history

Received: 1/5/2024

Revised: 6/6/2024

Accepted: 8/6/2024

Published: 10/6/2024

### Abstrak

Kegiatan ini dilakukan di kawasan Pantai Melawi, Kabupaten Bachok, Provinsi Kelantan, Malaysia oleh tim pengabdian kepada masyarakat diantaranya dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang berkolaborasi dengan Dosen Fakultas Keusahawanan dan Perniagaan Universiti Malaysia Kelantan kepada pelaku UMKM kuliner di Pantai Melawi. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk mencapai tujuan ini dilaksanakan melalui metode pendampingan dan sosialisasi. Adapun langkah-langkah pendampingan yaitu perencanaan dengan melakukan koordinasi. Tahap ke-2 adalah pelaksanaan, kegiatan dilakukan dalam bentuk penyampaian materi dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang strategi pemasaran marketing mix/bauran pemasaran 4P. Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu: (1) Kegiatan pengabdian kepada masyarakat internasional oleh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau yang berkolaborasi dengan Dosen Fakultas Keusahawanan dan Perniagaan Universiti Malaysia berjalan dengan baik. (2) Mitra pengabdian dapat memahami dengan baik atas materi yang telah diberikan oleh tim pengabdian kepada masyarakat. (3) Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berhasil dilakukan sebagai wujud pelaksanaan kerja sama antara Universiti Malaysia Kelantan, dengan Universitas Muhammadiyah Riau.

**Kata kunci:** Pantai Melawi, UMKM, Kuliner, Sosialisasi, Bauran Pemasaran 4P

## PENDAHULUAN

Pantai merupakan destinasi wisata yang banyak dikunjungi oleh masyarakat untuk berekreasi bersama keluarga ataupun bersama orang-orang tercinta. Salah satu pantai yang banyak dikunjungi oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara adalah pantai Melawi di Bachok, Kelantan, Malaysia yang merupakan destinasi pantai unggulan yang memiliki keindahan pasir.

Pantai Melawi menjadi destinasi wisata masyarakat menjadi peluang UMKM untuk menjajakan jualannya terutama UMKM pada bidang usaha makanan untuk memperoleh keuntungan yang berdampak kepada ekonomi masyarakat. UMKM memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memajukan perekonomian daerah (Hustia & Bimantara, 2024). Namun, masih terdapat kendala UMKM dalam menjual produknya yakni tidak menerapkan 4P dengan baik. Selain itu, makanan dan minuman ini masih disajikan dengan sederhana dan kurang menarik bagi

konsumen. Kemudian variasi produk masih kurang, sehingga konsumen banyak yang belum minat untuk membeli.

Strategi bauran pemasaran 4P tersebut adalah Price (Harga), Product (Produk), Promotion (Promosi), dan Place (Tempat). Sesuai pendapat Ismiyah & Widyaningrum (2022), disebutkan bahwa strategi pemasaran menjadi salah satu kunci sebuah UMKM untuk dapat bertahan dan bersaing.

Strategi pemasaran adalah upaya yang dilakukan seorang pebisnis dalam mengenalkan produknya untuk mencapai tujuan yang diinginkan dengan mengembangkan keunggulan daya saing serta upaya yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan (Yunisari et al., 2023). Dalam manajemen pemasaran terdapat beberapa Marketing Mix/Bauran pemasaran. Marketing Mix/Bauran pemasaran adalah upaya atau strategi yang dilakukan pada kegiatan-kegiatan pemasaran yang dikombinasikan secara maksimal sehingga mendapat hasil yang memuaskan (Tialonawarmi & Olimsar, 2022).

Tim pengabdian yang terdiri dari Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang berkolaborasi dengan Dosen Fakultas Keusahawanan dan Perniagaan Universiti Malaysia Kelantan mensosialisaikan kepada UMKM di Pantai Melawi untuk menerapkan 4P agar usaha yang dijalankan memperoleh keuntungan dan berkelanjutan serta bertahan dalam jangka waktu yang lama.

Tujuan pengabdian untuk membantu UMKM dalam meningkatkan daya saingnya melalui strategi marketing. Membantu UMKM dalam mengelola lingkungan kerja secara efektif dan efisien, dengan melakukan pengarahan dan dukungan (Solapari et al., 2023).

## **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan ini dilakukan di kawawan Pantai Melawi, Kabupaten Bachok, Provinsi Kelantan, Malaysia oleh tim pengabdian kepada masyarakat diantaranya dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang berkolaborasi dengan Dosen Fakultas Keusahawanan dan Perniagaan Universiti Malaysia Kelantan kepada pelaku UMKM kuliner di Pantai Melawi.

Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk mencapai tujuan ini dilaksanakan melalui metode pendampingan dan sosialisasi. Adapun langkah-langkah pendampingan yaitu perencanaan dengan melakukan koordinasi. Tahap ke-2 adalah pelaksanaan, kegiatan dilakukan dalam bentuk penyampaian materi dengan memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang strategi pemasaran *marketing mix*/bauran pemasaran 4P.

## HASIL KEGIATAN

Pelaksanaan sosialisasi penerapan strategi bauran pemasaran 4p bagi pelaku UMKM di Pantai Melawi Kelantan, Malaysia sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat secara internasional yang berkolaborasi dengan Dosen Fakultas Keusahawanan dan Perniagaan Universiti Malaysia Kelantan ini dilakukan tepatnya di Pantai Melawai, Bachok, Provinsi Kelantan, Malaysia. Bentuk kegiatan yang dilakukan seperti memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang strategi bauran pemasaran 4P.

Kegiatan sosialisasi yang dilaksanakan pada hari Minggu, 12 Juni 2024 yang mendapat respon baik dari pelaku UMKM yang ada di Pantai Melawi. Materi sosialisasi yang diberikan meliputi:

1. Definisi pemasaran, konsumen, dan pelanggan

2. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran 4p atau disebut juga marketing mix 4p terdiri dari 4 bagian yaitu product, price, place, dan promotion.

- a. Product

- b. Price

- c. Place

- d. Promotion



Gambar 1. Sosialisasi materi pemasaran, konsumen, dan pelanggan



Gambar 2. Sosialisasi materi penerapan Strategi Bauran Pemasaran 4P



Gambar 3. Tempat Pengabdian di Pantai Melawi

Oleh karena itu, para pelaku usaha harus mempunyai strategi untuk bersaing dengan produk lain dengan cara melakukan penjualan serta pemasaran baik secara offline maupun online dengan cara memanfaatkan media sosial sebagai media pemasarannya yang efektif.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu:

1. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat internasional oleh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Riau

yang berkolaborasi dengan Dosen Fakultas Keusahawanan dan Perniagaan Universiti Malaysia berjalan dengan baik.

2. Mitra pengabdian dapat memahami dengan baik atas materi yang telah diberikan oleh tim pengabdian kepada masyarakat
3. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berhasil dilakukan sebagai wujud pelaksanaan kerja sama antara Universiti Malaysia Kelantan, dengan Universitas Muhammadiyah Riau.

## REFERENSI

- Hustia, A., & Bimantara, F. (2024). Pendampingan UMKM Dalam Memaksimalkan Tata Kelola Usaha dan Manajemen Pemasaran. *Jukeshum: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 107–115. <https://doi.org/10.51771/jukeshum.v4i1.663>
- Ismiyah, E., & Widyaningrum, D. (2022). Pemantapan Strategi Pemasaran Pada Pelaku UMKM di Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik. *Jurnal Pengabdian Manajemen*, 2(1), 25–29. <https://doi.org/10.30587/jpmanajemen.v2i1.4272>
- Solapari, N., Shofiah, S., Tjahyadi, I., Rais, R., Haddar, G. Al, & Susanto, Y. (2023). Pemberdayaan UMKM Melalui Program Pengabdian Masyarakat Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(3), 185–190. <https://wnj.westscience-press.com/index.php/jpws/article/view/276%0Ahttps://wnj.westscience-press.com/index.php/jpws/article/download/276/209>
- Tialonawarmi, F., & Olimsar, F. (2022). Pelatihan Aspek Marketing Mix Untuk Usaha Mikro Kecil Menengah Rumarisa Segar Jelly Di Kota Jambi. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 4(2), 287–291.
- Yunisari, U., Suriyati, & Irmayanti. (2023). Ulfa Yunisari Suriyati Irmayanti. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)*, 2(1), 12–18. <https://doi.org/10.48175/ijarsct-13062>