

SOSIALISASI PEMASARAN PRODUK OLAHAN HASIL HUTAN PADA MASYARAKAT DESA PASAR RAWA KECAMATAN GEBANG KABUPATEN LANGKAT

Ferry Safriandi¹, Aria Masdiana Pasaribu^{2*}, Windy Aginta³, Ahmad Muhajir⁴, Rafiqah Humaira⁵, M. Afif Herliandi Nasution⁶

^{1,2,3,4,6} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Al-Azhar Medan

*Korespondensi: ariamasdianapsb1985@gmail.com

ABSTRAK. Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk melakukan sosialisasi pemasaran produk olahan hasil hutan pada masyarakat desa pasar rawa kecamatan gebang kabupaten langkat. Metode yang dilakukan dengan cara pemberian pelatihan. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa sebelum dilaksanakan sosialisasi hanya sekitar 40,7% masyarakat yang memiliki pengetahuan mengenai teknik pemasaran, sedangkan setelah pelaksanaan sosialisasi yang memiliki pengetahuan mengenai teknik pemasaran sebesar 85%. Sebagian besar peserta telah memahami dan mampu menerapkan teknik pemasaran dengan baik. Kegiatan ini berjalan dengan lancar dan mendapat respons yang sangat positif dari para peserta yang antusias mengikuti acara dari awal sampai selesai dan aktif berdiskusi mengenai permasalahan seputar strategi pemasaran untuk produk olahan hasil hutan pada masyarakat Desa Pasar Rawa Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat Sehingga sosialisasi ini mendukung dan membantu teknik promosi, memberikan akses yang lebih baik untuk peningkatan pendapatan masyarakat.

Kata kunci: Pemasaran; Promosi

ABSTRACT. This community service was carried out to socialize the marketing of processed forest products to the community of Pasar Rawa Village, Gebang District, Langkat Regency. The method used is by providing training. The results of this community service activity show that before the socialization was carried out, only around 40.7% of the community had knowledge of marketing techniques, whereas after the socialization was carried out, 85% had knowledge of marketing techniques. Most participants understood and were able to apply marketing techniques well. This activity ran smoothly and received a very positive response from the participants who enthusiastically participated in the event from start to finish and actively discussed issues surrounding marketing strategies for processed forest products in the community of Pasar Rawa Village, Gebang District, Langkat Regency. So this socialization supports and helps promotional techniques, providing better access to increasing people's income

Keywords: Marketing; Promotion

Terima 28 Januari 2024

Terima dan di revisi 29 Januari 2024

Disetujui 31 Januari 2024

PENDAHULUAN

Pasar Rawa merupakan salah satu desa yang ada di kecamatan Gebang, Kabupaten Langkat, provinsi Sumatera Utara, Indonesia. Kabupaten Langkat merupakan salah satu daerah yang berada di Sumatera Utara. Secara geografis Kabupaten Langkat berada pada 3°14'00"- 4°13'00" Lintang Utara, 97°52'00' - 98° 45'00" Bujur Timur dan 4 - 105 m dari permukaan laut (Putri et al., 2023)

Hasil hutan di Kabupaten Langkat seperti kayu gelondongan, bambu, arang, kayu bakar merupakan salah satu mata pencaharian

walaupun memiliki prioritas yang relatif kecil. Total keseluruhan dari luas hutan yang ada di Kabupaten Langkat adalah seluas 38.418,97 Ha.

Berdasarkan identifikasi, terdapat beberapa peta permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat desa pasar rawa, faktor modal usaha yang menjadi kendala untuk melakukan pemasaran adalah kondisi desa yang berbukit menjadikan transportasi belum maksimal dan memakan biaya lebih besar. Sehingga perlu peran pemerintah desa untuk mendukung dan membantu mempromosikan, memberikan akses yang lebih baik untuk peningkatan



pendapatan masyarakat (Maheswari et al., 2022)

Banyak masyarakat masih belum menyadari terkait teknik promosi agar pendapatan masyarakat desa pasar raya meningkat. Karena minimnya pengetahuan akan manajemen pemasaran di lingkungan masyarakat desa. Pemanfaatan pengetahuan tersebut sangat diperlukan untuk menunjang peningkatan pendapatan (Istanti et al., 2020)

Pengabdian ini dinilai sangat perlu dilaksanakan mengingat masih lemahnya pengetahuan manajemen pemasaran dalam hal peningkatan pendapatan masyarakat desa Pasar Raya. (Siregar et al., 2023)

Sosialisasi merupakan sebuah proses belajar yang dialami seseorang untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, nilai serta norma-norma agar ia dapat berpartisipasi sebagai anggota dalam kelompok masyarakat

Strategi pemasaran adalah rencana menyeluruh, terpadu, dan menyatu di bidang pemasaran yang memberikan pedoman tentang kegiatan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan perusahaan melalui periklanan, program promosi, penjualan, program produk dan pendistribusian (Pattiapon et al., 2021)

Berdasarkan pemaparan diatas, maka team Pengabdian Masyarakat tertarik melakukan pelatihan kepada masyarakat dengan tema sosialisasi pemasaran produk olahan hasil hutan pada masyarakat desa Pasar Rawa Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat (Edy Ariyanto et al., 2019)

METODE

Metode pelaksanaan dalam program pengabdian kepada masyarakat melalui pemberian pelatihan tentang pemasaran produk olahan hasil hutan pada masyarakat desa Pasar Rawa Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat. Sosialisasi ini melalui tiga tahapan yaitu rapat strategi pelaksanaan, survei lokasi dan persiapan sarana prasarana. Populasi dalam hal ini adalah masyarakat desa Pasar Rawa Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat.

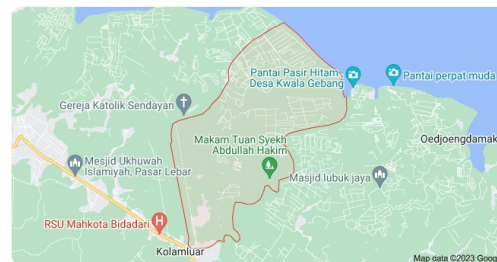
HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan identifikasi, terdapat beberapa kegiatan yang telah dilakukan adalah:

1. Sosialisasi kegiatan yang dilaksanakan dengan melakukan kunjungan ke Desa Pasar Rawa Kecamatan Gebang Kabupaten

Langkat. Sosialisasi ini dihadiri oleh Ketua lembaga pengelola hutan Desa Pasar Rawa dan juga masyarakat Desa Pasar Rawa. Tujuan sosialisasi ini adalah menyampaikan rencana kegiatan sosialisasi pemasaran produk olahan hasil hutan.(Edy Ariyanto et al., 2019)

2. Sosialisasi pemasaran produk olahan hasil hutan ini diikuti oleh 27 orang peserta dari perwakilan masyarakat desa Pasar Rawa Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat
3. Pelatihan yang diberikan dapat meliputi pemahaman dasar pemasaran, proses manajemen pemasaran, strategi pemasaran, strategi pemasaran produk olahan hasil hutan. Dengan demikian, masyarakat dapat memanfaatkan pengetahuan mereka secara efektif untuk mengetahui kondisi lingkungan mereka (Eka Yan Fitri & Chairael, 2019)
4. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa sebelum dilaksanakan sosialisasi hanya sekitar 40,7% masyarakat yang memiliki pengetahuan mengenai teknik pemasaran, sedangkan setelah pelaksanaan sosialisasi yang memiliki pengetahuan mengenai teknik pemasaran sebesar 85%. Sebagian besar peserta telah memahami dan mampu menerapkan teknik pemasaran dengan baik.



Ps. Rw.
Kec. Gebang, Kabupaten Langkat, Sumatera Utara

Gambar 1. Lokasi Peta desa Pasar Rawa Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat





Gambar 2. Penyampaian Materi sosialisasi pemasaran produk olahan hasil hutan

SIMPULAN

Pelatihan literasi ini, memberikan dampak positif bagi masyarakat Desa Pasar Rawa Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat yaitu adanya peningkatan pengetahuan dalam merancang strategi pemasaran produk olahan hasil hutan dengan benar sesuai dengan teknik manajemen pemasaran. Perancangan strategi pemasaran ini banyak memberikan manfaat tidak hanya dalam mengatur produk olahan, juga dapat mengetahui dan memanfaatkan hasil olahan hutan sehingga dapat meningkatkan pendapatan bagi masyarakat desa Pasar Rawa Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Ketua lembaga pengelola hutan Desa Pasar Rawa atas fasilitasi tempat kegiatan. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada masyarakat desa Pasar Rawa Kecamatan Gebang Kabupaten Langkat atas keluangannya waktunya menghadiri sosialisasi ini

DAFTAR PUSTAKA

- Edy Ariyanto, M. Ikramuna Dawamal Mada, Latuconsin, N. A., Yahya Thamrin, Y., & Fachrin, S. A. (2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi kejadian kecelakaan kerja pada karyawan di PT. Maruki Internasional Indonesia Makassar Tahun 2018. *Jurnal Ilmiah Kesehatan Diagnosis*, 14(1), 53–57. <https://doi.org/10.35892/jikd.v14i1.97>
- Eka Yan Fitri, M., & Chairael, L. (2019). Penggunaan Media Sosial Berdasarkan

Gender Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa. *Jurnal Benefita*, 1(1), 162. <https://doi.org/10.22216/jbe.v1i1.3849>

Istanti, L. N., Agustina, Y., Wijijayanti, T., & Dharma, B. A. (2020). Pentingnya penyusunan laporan keuangan UMKM bagi para pengusaha Bakery, Cake and Pastry (BCP) Di Kota Blitar. *Jurnal Graha Pengabdian*, 2(2), 163–171. <http://journal2.um.ac.id/index.php/jgp/article/view/13350>

Maheswari, H., Siregar, Z. H., Yudisha, N., Marlana, N., Rida, R., Anwar, U. A. A., Buulolo, M., Rani, A. M., Iryani, Chaldun, E. R., & Tjiptabudi, F. M. H. (2022). Kaizen. In H. F. Ningrum (Ed.), *Manajemen Operasi* (1st ed., p. 235). CV. Media Sains Indonesia.

Pattiapon, M. L., Kembauw, E., Siregar, Z. H., Hardono, J., Sarasanty, D., Sihombing, A. T., Putra, S., Rahayu, H. A., Kalbuana, N., Iksan, A., Dewa, P. K., & Rochmi, A. (2021). Ekonomi Teknik. In *Buku Chapter* (1st ed., Vol. 1, Issue 1, p. 216). Widina. <https://repository.penerbitwidina.com/publications/344716/ekonomi-teknik>

Putri, A., Efrillia, C., Nurkholila, N., Munthe, D. W., & Khairuna, K. (2023). Pengabdian Masyarakat: Pelatihan Literasi pewarna alami makanan bagi masyarakat dengan memanfaatkan bunga telang, daun pandan dan bayam merah di Desa Namanjahe Kecamatan Salopian Kabupaten Langkat. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(9), 6552–6555. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i9.2794>

Siregar, Z. H., Mawardi, M., Puspita, R., Fazri, M., Refiza, R., & Irwansyah, M. (2023). Pemanfaatan Air Hujan dan Minyak Jelantah sebagai kepedulian lingkungan di Ikatan Keluarga Besar Istri (IKBI) PTPN-III Desa Sei Mangkei. *Jurnal Derma Pengabdian Dosen Perguruan Tinggi (Jurnal DEPUTI)*, 3(2), 219–225. <https://doi.org/10.54123/deputi.v3i2.286>

