



## Inovasi Pemasaran Dalam Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro Di Desa Sentol Pamekasan

### *Marketing Innovation in Encouraging Micro Business Growth In Sentol Pamekasan Village*

Syaiful <sup>1</sup>, Fredy Yunanto <sup>2</sup>, Mohammad Rudiyanto <sup>3</sup>, Sholeh Rachmatullah <sup>4</sup>,  
Ria Kasanova <sup>5</sup>

<sup>1-5</sup> Universitas Madura, Pamekasan, Jawa Timur

Korespondensi penulis : [syaiful@unira.ac.id](mailto:syaiful@unira.ac.id) <sup>1</sup>, [fredyyunanto2@gmail.com](mailto:fredyyunanto2@gmail.com) <sup>2</sup>,  
[mohammadrudiyanto5@gmail.com](mailto:mohammadrudiyanto5@gmail.com) <sup>3</sup>, [sholeh@unira.ac.id](mailto:sholeh@unira.ac.id) <sup>4</sup>, [kasanovaria@unira.ac.id](mailto:kasanovaria@unira.ac.id) <sup>5</sup>

#### Article History:

Received: 22 November 2023

Accepted: 22 Desember 2023

Published: 31 Januari 2024

**Keywords:** *Micro Business, Marketing Innovation, Economic Growth, Sentol Pamekasan Village*

**Abstract:** *The "Marketing Innovation in Encouraging Micro Business Growth in Sentol Pamekasan Village" Community Service Program (PKM) aims to increase the competitiveness and economic well-being of microbusinesses in rural Indonesia. Microenterprises hold significant value in both local and national economies. In an era of dynamic economic expansion and continuous social transformation, the growth and progress of microenterprises are of the utmost importance. The potential for micro businesses in Desa Sentol, Pamekasan, is substantial; nonetheless, proprietors of such enterprises encounter several obstacles, such as restricted market entry, intensifying competition, and a dearth of comprehension about efficacious marketing tactics. PKM places emphasis on marketing innovation as a potential resolution to this issue. The outcomes of this PKM initiative demonstrate a substantial positive influence. A 20 to 30 percent increase in the income and profitability of microenterprises contributes to enhanced economic well-being for microbusiness proprietors and the Desa Sentol community at large. Moreover, new marketing methods expand market penetration, hence generating more prospects for business expansion. Additionally, the results indicate that proprietors of microbusinesses in Desa Sentol have assimilated sustainable practices and a commitment to innovative marketing strategies. The significance of strengthening collaboration between microbusiness proprietors, local governments, and other pertinent stakeholders, as well as continuing to utilize marketing innovations, is illuminated by these findings. Ongoing support is provided through advanced training and technical mentoring. Future recommendations encompass the implementation of advanced training initiatives, continuous mentorship programs, enhanced cooperation channels, and the expansion of the range of products and services offered. By fostering ongoing assistance and expanding inventive capacity, Desa Sentol possesses substantial potential to emerge as a paradigm of achievement in the rural micro-enterprise sector of Indonesia. Additionally, this PKM program may serve as a model for other places confronting comparable obstacles.*

#### Abstrak

Program Pengabdian Masyarakat (PKM) "Inovasi Pemasaran dalam Mendorong Pertumbuhan Usaha Mikro di Desa Sentol Pamekasan" bertujuan untuk meningkatkan daya saing dan kesejahteraan ekonomi usaha mikro di pedesaan Indonesia. Usaha mikro memiliki nilai signifikan baik dalam ekonomi lokal maupun nasional. Di era ekspansi ekonomi yang dinamis dan transformasi sosial yang berkelanjutan, pertumbuhan dan kemajuan usaha mikro adalah yang paling penting. Potensi usaha mikro di Desa Sentol, Pamekasan, sangat besar; Namun, pemilik perusahaan semacam itu menghadapi banyak kendala, seperti akses pasar yang terbatas, persaingan yang semakin ketat, dan kurangnya pemahaman tentang taktik pemasaran yang efektif. PKM menekankan pada inovasi pemasaran sebagai resolusi potensial untuk masalah ini. Hasil dari inisiatif PKM ini menunjukkan pengaruh

\* Syaiful, [syaiful@unira.ac.id](mailto:syaiful@unira.ac.id)

positif yang substansial. Peningkatan pendapatan dan profitabilitas usaha mikro sebesar 20 hingga 30 persen berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan ekonomi bagi pemilik usaha mikro dan masyarakat Desa Sentol pada umumnya. Selain itu, metode pemasaran baru memperluas penetrasi pasar, sehingga menghasilkan lebih banyak prospek untuk ekspansi bisnis. Selain itu, hasilnya menunjukkan bahwa pemilik usaha mikro di Desa Sentol telah mengasimilasi praktik berkelanjutan dan komitmen terhadap strategi pemasaran yang inovatif. Pentingnya memperkuat kolaborasi antara pemilik usaha mikro, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan terkait lainnya, serta terus memanfaatkan inovasi pemasaran, diterangi oleh temuan ini. Dukungan berkelanjutan diberikan melalui pelatihan lanjutan dan pendampingan teknis. Rekomendasi masa depan mencakup implementasi inisiatif pelatihan lanjutan, program bimbingan berkelanjutan, saluran kerja sama yang ditingkatkan, dan perluasan jangkauan produk dan layanan yang ditawarkan. Dengan mendorong bantuan berkelanjutan dan memperluas kapasitas inventif, Desa Sentol memiliki potensi besar untuk muncul sebagai paradigma pencapaian di sektor usaha mikro pedesaan di Indonesia. Selain itu, program PKM ini dapat berfungsi sebagai model untuk tempat-tempat lain yang menghadapi hambatan yang sebanding.

**Kata kunci:** Usaha Mikro, Inovasi Pemasaran, Pertumbuhan Ekonomi, Desa Sentol Pamekasan

## **PENDAHULUAN**

Usaha mikro merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, terutama di daerah pedesaan seperti Desa Sentol, Kabupaten Pamekasan, dan Provinsi Jawa Timur. Di tengah derasnya transformasi ekonomi dunia dan kemajuan sosial yang berkelanjutan, usaha mikro memainkan peran penting dalam mendorong ekspansi ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan mengurangi kemiskinan (Ananda, 2018). Meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal memerlukan fokus pada perluasan dan pengembangan usaha mikro (Rashin & Ghina, 2018). Oleh karena itu, Tim PKM Universitas Madura memilih Desa Sentol sebagai lokasi utama untuk inisiatif Pengabdian Masyarakat (PKM) ini. Meskipun memiliki potensi yang cukup besar di sektor usaha mikro, ia menghadapi hambatan tertentu yang menghambat kemajuan dan daya saing pemiliknya. Perusahaan mikro Desa Sentol menghadapi beberapa tantangan signifikan, termasuk penetrasi pasar yang terbatas, persaingan yang semakin ketat, pemahaman yang tidak memadai tentang taktik pemasaran yang lancar, dan akses terbatas ke sumber daya penting dan dukungan yang diperlukan untuk pertumbuhan bisnis. Tujuan utama pelaksanaan program PKM adalah untuk mengatasi tantangan tersebut dengan menggunakan pendekatan inovasi pemasaran. Organisasi Tim PKM Universitas Madura teguh dalam misinya untuk menciptakan, melaksanakan, dan memperkenalkan pendekatan pemasaran baru yang membantu meningkatkan ekspansi dan daya saing usaha mikro di desa. Akibatnya, berikut ini adalah beberapa tujuan penting yang harus dicapai. 1. Meningkatkan pengetahuan dan kompetensi pemilik usaha mikro mengenai pemasaran dan administrasi usaha. Tujuan Tim PKM Universitas Madura adalah untuk membantu pemilik usaha mikro dalam memahami dan melaksanakan taktik pemasaran terkait dan praktik manajemen yang efisien melalui bimbingan dan pelatihan. 2. Meningkatkan daya saing usaha mikro baik di pasar regional maupun nasional. Tujuan Tim PKM Universitas Madura adalah untuk membantu pemilik usaha mikro

dalam mengenali dan melaksanakan inovasi pemasaran, sehingga meningkatkan daya saing mereka dalam industri yang semakin menuntut. 3. Meningkatkan pendapatan jangka panjang dan profitabilitas usaha mikro. Tujuan utama dari inisiatif ini adalah untuk meningkatkan kinerja keuangan pemilik usaha mikro, memungkinkan mereka untuk meningkatkan standar hidup mereka dan berdampak pada ekonomi regional.

Selain misi utamanya, inisiatif PKM ini berupaya untuk memberikan keuntungan substansial bagi seluruh masyarakat desa. Tim PKM Universitas Madura berharap penerapan dukungan yang efektif dan strategi pemasaran yang inovatif dapat berdampak positif bagi pembangunan ekonomi dan kesejahteraan penduduk dusun ini. Selain itu, program ini memiliki kapasitas untuk menjadi paradigma yang dapat diterapkan di beberapa wilayah lain di Indonesia, bergulat dengan tantangan yang sebanding di bidang pengembangan usaha mikro. Artikel ini mencakup urutan lengkap kegiatan program PKM di usaha mikro Desa Sentol, dimulai dengan identifikasi masalah dan diakhiri dengan implementasi inovasi pemasaran. Hasil penilaian pengaruh program terhadap ekspansi usaha mikro, yang mencakup peningkatan pendapatan, masuk pasar, dan profitabilitas, juga diperiksa. Rekomendasi ke depan dan diskusi tentang pentingnya temuan Tim PKM Universitas Madura bagi pertumbuhan usaha mikro di Desa Sentol juga termasuk dalam artikel ini. Dengan mengikuti fokus yang digambarkan dengan jelas ini, tujuan Tim PKM Universitas Madura adalah untuk menawarkan minat kepada pembaca dalam pengembangan usaha mikro dan inovasi pemasaran dalam konteks pedesaan wawasan dan inspirasi yang berharga.

## **METODE PELAKSANAAN PKM**

### **A. Identifikasi dan Analisis Permasalahan**

Untuk memulai pelaksanaan Program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM), penting untuk terlebih dahulu mengidentifikasi dan menganalisis tantangan yang dihadapi oleh pemilik usaha mikro di desa. Tim PKM Universitas Madura melakukan berbagai kegiatan, termasuk wawancara dengan pemilik usaha mikro, pengamatan pertama terhadap operasi perusahaan mereka, dan studi data ekonomi lokal, untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang tantangan yang mereka hadapi. Selain itu, Tim PKM Universitas Madura mensurvei dan menanyai pemilik usaha mikro untuk mengumpulkan data tambahan tentang hambatan yang mereka hadapi. Proses analisis masalah meliputi identifikasi faktor-faktor primer yang berdampak terhadap pertumbuhan dan daya saing usaha mikro di desa. Tim PKM Universitas Madura memprioritaskan masalah, seperti entri pasar yang terbatas, tantangan dalam memperluas target demografis Tim PKM Universitas Madura, ketidaktahuan mengenai

pendekatan pemasaran yang efektif, dan hal-hal terkait lainnya. Berdasarkan temuan investigasi ini, teknik pemasaran baru yang disesuaikan dengan karakteristik dan persyaratan khusus usaha mikro di Desa Sentol dapat dikembangkan.

### **B. Pengembangan Inovasi Pemasaran**

Setelah mengidentifikasi dan menganalisis proses penjualan, tugas yang tersisa adalah membangun inovasi pemasaran yang akan menjadi dasar kampanye PKM ini (Wasan & Sariningsih, 2021). Bekerja sama erat dengan para profesional di bidang pemasaran dan manajemen bisnis (Dahlan, 2017), Tim PKM Universitas Madura mengembangkan strategi pemasaran inovatif yang disesuaikan dengan keadaan spesifik usaha mikro yang berlokasi di desa. Inovasi pemasaran ini mencakup berbagai aspek, dimulai dengan perencanaan strategis dan memuncak dalam eksekusi pragmatis. Selain itu, Tim PKM Universitas Madura mengoordinasikan pertemuan dengan pemilik usaha mikro untuk membahas ide-ide kreatif dan mengumpulkan perspektif mereka tentang apa yang akan layak dalam kerangka bisnis masing-masing. Teknik ini mendorong partisipasi dan memberikan pemilik usaha mikro dengan rasa agensi dalam penciptaan strategi pemasaran.

### **C. Pelatihan dan Pendampingan kepada Pemilik Usaha Mikro**

Untuk memfasilitasi integrasi yang efektif dari kemajuan pemasaran, Tim PKM Universitas Madura mengatur inisiatif bimbingan dan pelatihan komprehensif yang menargetkan pemilik usaha mikro di desa. Kurikulum mencakup berbagai topik seperti manajemen sumber daya, manajemen perusahaan, strategi pemasaran, dan penguasaan teknik pemasaran digital. Selain itu, Tim PKM Universitas Madura menawarkan dukungan teknis kepada pemilik usaha mikro untuk memfasilitasi integrasi inovasi pemasaran ke dalam kegiatan bisnis sehari-hari mereka. Metode ini menjamin bahwa pemilik usaha mikro memiliki keahlian dan kemampuan penting untuk menerapkan metode pemasaran mutakhir (Farisi et al., 2021). Selain itu, bimbingan berkelanjutan memungkinkan Tim PKM Universitas Madura untuk menawarkan bantuan yang disesuaikan dan menyelesaikan tantangan yang dapat muncul selama fase eksekusi.

### **D. Evaluasi dan Pengukuran Dampak**

Tim PKM Universitas Madura secara konsisten menilai efektivitas inovasi pemasaran terapan sebagai komponen fundamental dari pelaksanaan program PKM ini. Berbagai metrik kinerja, termasuk pertumbuhan pendapatan dan profitabilitas usaha mikro, perubahan akses pasar, dan kelangsungan hidup jangka panjang usaha mikro, dinilai sebagai bagian dari

evaluasi ini. Data terkait dikumpulkan dengan menggunakan teknik evaluasi kuantitatif dan kualitatif. Evaluasi dampak yang mendalam dicapai melalui survei, wawancara, dan analisis data ekonomi local (Paserangi & Jumawan, 2019). Hasil penilaian ini akan digunakan untuk menentukan pencapaian program di samping bidang-bidang yang memerlukan penyempurnaan tambahan (Asril, 2014). Melalui identifikasi masalah, pengembangan inovasi pemasaran, penyediaan pelatihan, dan penilaian dampak, tujuan Tim PKM Universitas Madura adalah untuk secara substansial membantu dalam ekspansi dan kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan mikro di Desa Sentol Pamekasan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Implementasi Inovasi Pemasaran di Usaha Mikro Desa Sentol**

Tahap selanjutnya dari program pengabdian masyarakat (PKM) memerlukan pelaksanaan strategi pemasaran unik yang diidentifikasi dan dikembangkan untuk usaha mikro desa. Implementasi merupakan fase krusial dalam upaya meningkatkan pertumbuhan dan daya saing usaha mikro. Pada bagian ini, Tim PKM Universitas Madura menjelaskan proses implementasi yang diikuti dan menekankan nilai pelatihan dan bantuan teknis dalam memfasilitasi proses ini.

#### **1. Langkah-langkah Implementasi**

- a. **Perencanaan Strategis:** Merancang pendekatan ini secara menyeluruh adalah aspek mendasar dalam melaksanakan inovasi pemasaran. Ini membutuhkan identifikasi target pasar tertentu, pembuatan pesan pemasaran yang berdampak, dan estimasi uang dan sumber daya yang diperlukan. Tim PKM Universitas Madura bekerja sama erat dengan pemilik usaha mikro untuk memodifikasi rencana pemasaran yang dikembangkan untuk menyelaraskannya dengan tujuan spesifik mereka dan kondisi pasar lokal yang berlaku.
- b. **Penerapan Teknologi:** Pemasaran digital menjadi semakin penting seiring kemajuan teknologi untuk menjangkau populasi target yang lebih besar. Tim PKM Universitas Madura membantu pemilik usaha mikro dengan memahami dan menerapkan alat pemasaran digital, termasuk situs web, media sosial, dan iklan online. Selain itu, Tim PKM Universitas Madura menawarkan arahan tentang cara berinteraksi secara efektif dengan klien melalui platform digital, memungkinkan pemilik usaha mikro untuk menumbuhkan hubungan pelanggan yang kuat.
- c. **Pengembangan Materi Pemasaran:** Tim PKM Universitas Madura berkolaborasi dengan pemilik usaha mikro untuk membuat materi promosi, termasuk brosur, selebaran, dan barang-barang lainnya yang menyenangkan secara estetika dan berkhasiat. Tim PKM

Universitas Madura menjamin bahwa materi pemasaran ini dijiwai dengan pesan strategis yang direncanakan dan memiliki manfaat yang cukup besar bagi calon klien.

- d. Implementasi lapangan adalah tahap kritis dalam fase eksekusi, di mana rencana pemasaran dipraktikkan secara langsung. Tim PKM Universitas Madura memberikan dukungan kepada pemilik usaha mikro untuk pelaksanaan rencana pemasaran ini, yang mencakup pembentukan alat pemasaran digital, fasilitasi peluncuran kampanye promosi, dan pelatihan staf.

## **2. Pelatihan dan Bimbingan Teknis**

- a. Pelatihan pemilik usaha mikro merupakan komponen penting dalam keberhasilan implementasi inovasi pemasaran. Sangat penting bahwa pemilik ini memiliki pemahaman yang komprehensif tentang taktik pemasaran yang diterapkan. Secara berkala, Tim PKM Universitas Madura melakukan pelatihan tentang berbagai mata pelajaran terkait pemasaran, termasuk manajemen merek, analisis pasar, dan strategi penjualan. Pelatihan ini membekali pemilik bisnis dengan kemampuan untuk membuat dan mengimplementasikan rencana pemasaran dengan lebih mahir dan pasti.
- b. Bantuan Teknis: Tim PKM Universitas Madura menawarkan bantuan teknis pribadi kepada pengusaha usaha mikro selain pelatihan. Ini mencakup sesi konsultasi individual di mana pemilik usaha mikro dapat menghadapi tantangan tertentu yang dihadapi selama pelaksanaan strategi pemasaran mereka. Selain itu, pelatihan ini memungkinkan mereka untuk memahami hasil dari upaya pemasaran mereka dan menerapkan perubahan yang diperlukan.
- c. Tim PKM Universitas Madura sangat menganjurkan agar pemilik usaha mikro secara konsisten menilai kemandirian inisiatif pemasaran mereka dan mengumpulkan masukan dari klien mereka. Ini memfasilitasi penyempurnaan rencana pemasaran yang berkelanjutan melalui penggunaan data dan umpan balik yang dikumpulkan. Selain itu, Tim PKM Universitas Madura terlibat dalam prosedur peninjauan ini untuk menawarkan perspektif yang lebih tidak memihak.
- d. Evaluasi Dampak: Menilai efektivitas pelatihan dan bantuan teknis sangat penting. Tim PKM Universitas Madura mengamati dengan cermat perkembangan pendapatan dan profitabilitas usaha mikro dengan fluktuasi entri pasar dan koneksi klien mereka.

Keberhasilan implementasi inovasi pemasaran di perusahaan mikro yang berlokasi di Desa Sentol memerlukan eksekusi yang cermat dan pendampingan yang berkelanjutan. Diakui

bahwa pemilik usaha mikro memerlukan bantuan, arahan teknis, dan pelatihan dalam menerapkan teknik pemasaran baru. Tim PKM Universitas Madura bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan dan daya saing usaha mikro di Desa Sentol dan memberikan keuntungan besar bagi masyarakat desa dengan menerapkan strategi ini.

## **B. Evaluasi Dampak Inovasi Pemasaran**

Fase kritis pasca implementasi inovasi pemasaran di usaha mikro Desa Sentol adalah melakukan evaluasi dampak. Tujuan dari penilaian ini adalah untuk menentukan sejauh mana inovasi pemasaran telah memberikan kontribusi yang positif terhadap ekspansi dan kelangsungan hidup jangka panjang usaha mikro di desa. Bagian ini memberikan ringkasan temuan evaluasi dampak di tiga bidang utama: peningkatan akses pasar, pendapatan dan profitabilitas yang lebih tinggi, dan keberlanjutan usaha mikro.

### **1. Peningkatan Pendapatan dan Profitabilitas**

Tujuan utama dari inisiatif Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) adalah untuk meningkatkan kinerja keuangan dan efisiensi operasional usaha mikro yang berada di desa. Untuk melakukan evaluasi dampak, data ekonomi dikumpulkan dari pemilik usaha mikro baik sebelum maupun sesudah penerapan inovasi pemasaran. Informasi ini terdiri dari pendapatan, margin keuntungan, dan pertumbuhan pendapatan. Menurut hasil evaluasi, usaha mikro program mengalami peningkatan pendapatan dan profitabilitas yang substansial. Sebagian besar pemilik usaha mikro membuktikan peningkatan pendapatan setelah adopsi taktik pemasaran kreatif. Perusahaan tertentu bahkan mendokumentasikan lonjakan pendapatan sebanyak 30 persen dalam jangka waktu singkat. Fenomena ini dapat dianggap berasal dari peningkatan daya tarik penawaran dan layanan selain inisiatif pemasaran yang lebih efisien. Selain itu, margin keuntungan telah tumbuh karena teknik pemasaran yang lebih bijaksana dan efektif. Usaha mikro dapat meningkatkan profitabilitas mereka melalui peningkatan manajemen biaya dan kenaikan harga. Ini memiliki efek menguntungkan pada modal bisnis dan menawarkan prospek untuk ekspansi jangka panjang dan berkelanjutan.

### **2. Peningkatan Akses Pasar**

Penilaian dampak juga mencakup kuantifikasi perubahan dalam entri pasar yang dihadapi oleh usaha mikro di Desa Sentol. Sebelum pelaksanaan program PKM, sebagian besar usaha mikro telah membatasi akses pasar ke daerah lokal atau tetangga. Namun demikian, melalui penerapan taktik pemasaran inventif, mereka berhasil memperluas kehadiran pasar mereka untuk mencakup domain regional dan nasional. Transformasi yang paling menonjol

terjadi dalam hal branding dan visibilitas. Dengan memanfaatkan platform media sosial, mengembangkan situs web, dan melakukan iklan online, pemilik usaha mikro dapat memperluas produk dan layanan mereka. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan pangsa pasarnya dan mengakses pelanggan yang sebelumnya tidak dapat diakses. Selain itu, inovasi pemasaran membantu usaha mikro dalam mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang permintaan dan preferensi klien. Kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan cepat terhadap tren pasar dan fluktuasi permintaan meningkatkan ketepatan penawaran mereka. Seiring waktu, pemilik usaha mikro memperkuat koneksi pelanggan mereka dan mendorong asosiasi yang langgeng dan kuat. Selain itu, banyak usaha mikro telah mengamati ekspansi basis klien dan pangsa pasar mereka, seperti yang ditunjukkan oleh hasil evaluasi. Mereka mengamati peningkatan jumlah klien baru dan loyalitas terhadap yang sudah ada. Ini adalah tanda-tanda yang menggembirakan bahwa penerapan pendekatan pemasaran inventif telah secara efektif memperluas jangkauannya ke pasar yang lebih luas dan menjanjikan.

### **3. Keberlanjutan Usaha Mikro**

Evaluasi dampak menempatkan kepentingan yang signifikan pada keberlanjutan usaha mikro di samping pertumbuhan pendapatan dan akses pasar. Program PKM berusaha untuk tidak hanya mencapai efek menguntungkan sementara tetapi juga menjamin keberlanjutan jangka panjang dari perbaikan yang dilaksanakan. Pendekatan untuk menilai keberlanjutan melibatkan pemantauan fluktuasi belanja modal dan perilaku investasi usaha mikro. Menurut hasil evaluasi, banyak pemilik usaha mikro telah mulai berinvestasi dalam sumber daya dan peralatan baru untuk meningkatkan kapasitas produksi mereka. Ini menunjukkan bahwa mereka optimis tentang ekspansi perusahaan mereka dan tidak perlu menunda melakukannya.

Selain itu, pemilik usaha mikro mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang administrasi perusahaan melalui program PKM. Pemahaman mereka tentang perencanaan keuangan, pengendalian inventaris, dan strategi menyeluruh perusahaan lebih unggul. Kompetensi ini sangat penting bagi usaha mikro untuk memastikan keberlanjutan dalam menghadapi hambatan di masa depan. Umur panjang modifikasi strategi pemasaran dan koneksi klien juga dinilai. Hasilnya menunjukkan bahwa pemilik usaha mikro terus menggunakan taktik pemasaran inventif dan melakukan upaya bersama untuk mempertahankan hubungan pelanggan yang kuat. Mengingat dedikasi mereka untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka, dan ketepatan waktu mereka dalam



menangani umpan balik klien, tampaknya usaha mikro menempatkan keberlanjutan sebagai perhatian utama.

### **C. Analisis Data dan Temuan**

Bagian ini memberikan penjelasan tentang analisis data yang dilakukan sebagai bagian dari program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Sentol Pamekasan, yang berpusat pada inovasi pemasaran untuk perusahaan mikro. Tim PKM Universitas Madura menggambarkan penemuan utama yang berasal dari beragam sumber data yang berasimilasi selama pelaksanaan inisiatif ini.

#### **1. Analisis Data Pendapatan dan Profitabilitas**

Pengaruh inovasi pemasaran terhadap pendapatan dan profitabilitas usaha mikro di Desa Sentol menjadi salah satu faktor yang dinilai. Tim PKM Universitas Madura memperoleh data pendapatan dan profitabilitas dari pemilik usaha mikro sebelum dan sesudah pelaksanaan program PKM. Berdasarkan temuan analisis data, pendapatan usaha mikro mengalami peningkatan yang signifikan. Rata-rata, perusahaan mikro mengamati lonjakan pendapatan 20 hingga 30 persen setelah penggunaan metode pemasaran inventif. Pertumbuhan pendapatan ini terjadi terutama dalam beberapa bulan pertama setelah adopsi dan semakin berlanjut setelahnya. Selain pertumbuhan pendapatan, usaha mikro telah mengalami peningkatan profitabilitas. Margin keuntungan telah tumbuh sebagai hasil dari teknik pemasaran yang lebih efektif dan efisien. Dengan mengendalikan biaya produksi secara efektif, pemilik usaha mikro dapat meningkatkan harga jual barang-barang mereka. Akibatnya, laba bersih yang dihasilkan dari setiap transaksi ditingkatkan.

#### **2. Analisis Data Peningkatan Akses Pasar**

Peningkatan penetrasi pasar berfungsi sebagai ukuran efektivitas inovasi pemasaran. Data yang berkaitan dengan fluktuasi pangsa pasar, jumlah klien, dan jangkauan geografis perusahaan mikro sebelum dan sesudah pelaksanaan program PKM dianalisis. Data menunjukkan bahwa, sebelum pelaksanaan program PKM, mayoritas usaha mikro telah membatasi akses pasar ke lingkungan lokal atau daerah tetangga. Namun, penetrasi pasar mereka telah berkembang setelah penerapan pendekatan pemasaran baru. Peningkatan pangsa pasar terdiri dari klien yang berasal dari berbagai wilayah geografis, seperti kabupaten di sekitar Desa Sentol, daerah tambahan, dan bahkan beberapa klien yang berasal dari luar provinsi.

Selain itu, lonjakan substansial dalam basis konsumen diamati. Banyak usaha mikro mendokumentasikan lonjakan awal 20 hingga 40 persen dalam volume klien yang baru diakuisisi setelah pelaksanaan inovasi pemasaran. Selain itu, mereka berhasil mempertahankan klien saat ini, sebagaimana dibuktikan oleh tingkat retensi mereka yang meningkat. Augmentasi dalam basis klien dan jangkauan geografis dapat dianggap berasal dari upaya untuk memanfaatkan platform media sosial, situs web, dan iklan online. Selain itu, peningkatan efektivitas kegiatan promosi oleh pemilik usaha mikro terhadap calon klien secara langsung menambah penetrasi pasar yang diperluas.

### **3. Analisis Data Keberlanjutan Usaha Mikro**

Tim PKM Universitas Madura menilai keberlanjutan usaha mikro sebagai komponen penting. Tujuan Tim PKM Universitas Madura adalah untuk menjamin kelangsungan hidup abadi modifikasi dalam metodologi pemasaran dan manajemen perusahaan yang dilaksanakan oleh program PKM. Tim PKM Universitas Madura mengumpulkan informasi tentang keberlanjutan usaha mikro melalui pengamatan dan percakapan dengan pemilik usaha mikro. Menurut penelitian, sebagian besar pemilik usaha mikro terus menerapkan metode pemasaran unik yang telah mereka pelajari. Mereka percaya bahwa teknik tertentu menghasilkan hasil yang menguntungkan dan berdedikasi untuk mengadopsinya secara konsisten.

Indikator keberlanjutan dapat diamati dalam penerapan metode manajemen perusahaan yang ditingkatkan. Untuk memperluas kapasitas produksi mereka, pemilik usaha mikro mulai memperoleh sumber daya dan peralatan tambahan. Selain itu, manajemen persediaan dan perencanaan keuangan lebih terstruktur. Fakta bahwa mereka berniat untuk memperluas kegiatan mereka dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan sangat menggembirakan. Selain itu, interaksi pelanggan menunjukkan keberlanjutan. Pemilik usaha mikro bertahan dalam menumbuhkan koneksi klien yang kuat, menunjukkan respons yang cepat terhadap masukan konsumen, dan melakukan upaya bersama untuk meningkatkan kaliber penawaran mereka. Ini penting untuk mempertahankan loyalitas klien dan mempromosikan ekspansi perusahaan.

### **D. Diskusi Hasil dan Implikasi**

Bagian ini memberikan analisis hasil dan konsekuensi dari inisiatif Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di Desa Sentol Pamekasan, yang dirancang untuk mendorong inovasi pemasaran di kalangan usaha mikro. Selain menggambarkan konsekuensi dari temuan yang

disebutkan di atas, Tim PKM Universitas Madura juga mengidentifikasi faktor-faktor penting tertentu yang harus dipertimbangkan untuk memaksimalkan efektivitas inisiatif ini.

### **1. Peningkatan Pendapatan dan Profitabilitas**

The assessment outcomes of the PKM program indicate that the marketing innovations used oleh perusahaan mikro di Desa Sentol secara efektif meningkatkan pendapatan dan profitabilitas mereka. Ini adalah indikasi bagus bahwa pemilik usaha mikro telah menuai imbalan finansial yang besar dari metode pemasaran unik yang digunakan. Konsekuensi utama dari lonjakan pendapatan dan profitabilitas ini adalah peningkatan kesejahteraan ekonomi pemilik usaha mikro dan seluruh masyarakat (Sofyan, 2021). Pemilik usaha mikro dapat meningkatkan kualitas hidup keluarga mereka, mengakses layanan kesehatan dan pendidikan yang unggul, dan meningkatkan tingkat kehidupan mereka dengan peningkatan pendapatan. Hal ini sejalan dengan tujuan program PKM, yaitu untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar.

Selain itu, peningkatan pendapatan dapat menambah daya beli penduduk (Imani et al., 2022). Sirkulasi tambahan mata uang di dalam komunitas desa juga dapat berdampak positif pada perusahaan tetangga. Ini menghasilkan dampak yang lebih luas dan menguntungkan pada ekspansi ekonomi lokal. Namun demikian, penting untuk diingat bahwa peningkatan pendapatan yang dihasilkan oleh usaha mikro harus dikelola dengan hati-hati (Mavilinda et al., 2021). Pemilik usaha mikro harus mempertimbangkan strategi keuangan yang sesuai untuk berinvestasi dalam pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan dan mengelola pendapatan mereka secara efektif. Dalam hal ini, mereka mungkin mendapat manfaat dari pembinaan lanjutan dalam manajemen keuangan dan perencanaan perusahaan.

### **2. Peningkatan Akses Pasar**

Konsekuensi penting dari inisiatif PKM adalah usaha mikro di Desa Sentol kini memiliki akses yang lebih besar ke marketplace. Dengan mengoperasikan usaha mikro, pemilik dapat memperluas basis konsumen mereka dan memasuki pasar yang sebelumnya tidak dapat diakses. Studi ini menyajikan prospek baru untuk ekspansi perusahaan. Sebagai konsekuensi dari perluasan masuk pasar ini, perusahaan mikro di Desa Sentol mendapatkan signifikansi yang lebih besar dalam kerangka ekonomi yang semakin saling berhubungan dan terbuka. Perluasan penetrasi teknologi informasi menghadirkan kemungkinan yang berkembang untuk terlibat dengan klien di luar batas-batas wilayah geografis local (Amelia et al., 2017). Oleh karena itu, pemilik usaha mikro harus menggunakan teknologi dan teknik pemasaran digital

yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik mereka untuk mempertahankan pangsa pasar yang telah mereka capai.

Peningkatan aksesibilitas pasar juga menghasilkan kemungkinan memperluas penawaran produk dan layanan (Kumala & SWW, 2022). Pemilik usaha mikro dapat menyelidiki peluang potensial di pasar yang lebih besar, menciptakan barang baru, dan menawarkan layanan tambahan dalam menanggapi permintaan klien. Ini membantu mereka dalam memperkuat posisi pasar mereka dan meningkatkan keunggulan kompetitif mereka. Namun, perluasan akses pasar ini bukan tanpa hambatan. Persaingan yang lebih ketat dari entitas di luar desa mungkin memerlukan kemampuan beradaptasi dan kecerdikan yang lebih besar dari pemilik usaha mikro. Akibatnya, program PKM harus menawarkan dukungan tambahan untuk perumusan strategi pemasaran yang kompetitif dan mengintensifkan persaingan.

### **3. Keberlanjutan Usaha Mikro**

Kemampuan pemilik usaha mikro untuk mempertahankan dan meningkatkan hasil positif merupakan komponen penting dari program PKM. Menurut hasil evaluasi, banyak pemilik usaha mikro berjanji untuk terus menggunakan metode pemasaran kreatif dan meningkatkan praktik manajemen perusahaan. Berdasarkan daya tahan tersebut, dapat disimpulkan bahwa program PKM di Desa Sentol efektif menumbuhkan budaya usaha yang lebih kuat. Pengusaha usaha mikro telah menyadari pentingnya inovasi dan manajemen bisnis yang efisien dalam operasi perusahaan mereka. Ini adalah aset yang sangat menguntungkan ketika dihadapkan dengan potensi masalah ekonomi di masa depan. Namun, dukungan berkelanjutan dalam bentuk pelatihan, pengawasan teknis, dan akses ke sumber daya penting diperlukan untuk memastikan keberlanjutan (Harini et al., 2022). Selain menawarkan sumber daya dan dukungan ini, program PKM dapat memfasilitasi pertukaran keahlian dan pengetahuan di antara pemilik usaha mikro di desa. Selain itu, program PKM dapat memfasilitasi kerja sama antara pemerintah daerah, pemilik usaha mikro, dan pemangku kepentingan terkait lainnya. Kemitraan ini memiliki potensi untuk menumbuhkan suasana yang kondusif bagi ekspansi ekonomi regional dan untuk menghasilkan sinergi yang saling menguntungkan (Setiawan & Budiastira, 2020).

## KESIMPULAN

Program Pengabdian Masyarakat (PKM) di Desa Sentol Pamekasan, yang berpusat pada inovasi pemasaran untuk usaha mikro, membuahkan hasil yang patut dicatat, termasuk efek positif yang substansial. Awalnya, lonjakan signifikan dalam pendapatan dan profitabilitas usaha mikro diamati, yang meningkatkan kesejahteraan ekonomi pemilik usaha mikro dan populasi Desa Sentol pada umumnya. Kedua, taktik pemasaran kreatif telah secara efektif memperluas penetrasi pasar usaha mikro, menghasilkan lebih banyak prospek untuk ekspansi bisnis. Selain itu, pemilik usaha mikro yang berlokasi di Desa Sentol telah mengasimilasi kemajuan dalam pemasaran dan manajemen bisnis, menunjukkan dedikasi yang teguh terhadap metodologi berkelanjutan. Hasil penelitian ini signifikan bagi pertumbuhan usaha mikro di desa. Pemilik usaha mikro harus terus menggunakan inovasi pemasaran sebagai instrumen strategis untuk meningkatkan daya saing dan mendorong ekspansi bisnis. Penekanan harus ditempatkan pada bantuan berkelanjutan, dalam bentuk pelatihan lanjutan, bimbingan teknis, dan peningkatan kolaborasi. Aliansi antara pemilik usaha mikro, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan terkait lainnya memiliki potensi untuk menghasilkan sinergi yang mendukung ekspansi ekonomi regional. Saran untuk masa depan termasuk kelanjutan inisiatif pelatihan yang canggih, penyediaan pendampingan berkelanjutan, fasilitasi upaya kolaboratif, dan promosi diversifikasi produk dan layanan. Bagian penutup menggarisbawahi pentingnya inovasi pemasaran sebagai katalis untuk ekspansi usaha mikro di desa-desa. Tim PKM Universitas Madura mengantisipasi bahwa program PKM ini akan berfungsi sebagai model untuk pengembangan usaha mikro di daerah lain di Indonesia yang menghadapi hambatan yang sebanding.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, M. N., Prasetyo, Y. E., & Maharani, I. (2017). E-UMKM: Aplikasi pemasaran produk UMKM berbasis android sebagai strategi meningkatkan perekonomian Indonesia. *Prosiding SNATIF*. <http://jurnal.umk.ac.id/index.php/SNA/article/view/1238>
- Ananda, C. F. (2018). *Pembangunan ekonomi daerah: dinamika dan strategi pembangunan*. books.google.com. [https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=O8pTDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=usaha+mikro+inovasi+pemasaran+pertumbuhan+ekonomi&ots=FDkc-\\_KW6J&sig=erXF2NQHYAxmAz9UfZpUW5dZaKY](https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=O8pTDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=usaha+mikro+inovasi+pemasaran+pertumbuhan+ekonomi&ots=FDkc-_KW6J&sig=erXF2NQHYAxmAz9UfZpUW5dZaKY)
- Asril, D. (2014). Pemberdayaan masyarakat miskin melalui pengembangan sistem pendukung bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) Kota Medan. *PERSPEKTIF*. <http://ojs.uma.ac.id/index.php/perspektif/article/view/149>

- Dahlan, M. (2017). Peran pengabdian pada masyarakat dalam pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <http://jurnal.unpad.ac.id/pkm/article/view/16612>
- Farisi, M. S. Al, Ajriyansyah, A., & ... (2021). Pelatihan Pemasaran Syariah Berbasis Digital bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Mekarsari Cileungsi. *Jurnal Pengabdian ...* <http://pkm.binamandiri.ac.id/index.php/jpmm/article/view/1>
- Harini, S., Silaningsih, E., & Putri, M. E. (2022). Pengaruh orientasi pasar, kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM. In *Jurnal ...* [download.garuda.kemdikbud.go.id](http://download.garuda.kemdikbud.go.id). [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2957014&val=26355&title=Pengaruh orientasi pasar kreativitas dan inovasi produk terhadap kinerja pemasaran UMKM](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2957014&val=26355&title=Pengaruh%20orientasi%20pasar%20kreativitas%20dan%20inovasi%20produk%20terhadap%20kinerja%20pemasaran%20UMKM)
- Imani, M. F., Fikri, M. K., & Filzah, A. (2022). Pengaruh kreatif, inovasi dan strategi pemasaran terhadap peningkatan daya beli konsumen. ... *Ilmu Manajemen, Ekonomi ...* <http://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jimek/article/view/160>
- Kumala, N., & SWW, D. P. W. (2022). OPTIMAS LISASI PRODUK CAMILAN DENGAN MANAJEMEN PRODUKS DAN PEMASARAN MELALUI MEDIA SOSIAL. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Pada ...* <https://jurnal.polsri.ac.id/index.php/aptekmas/article/view/3732>
- Mavilinda, H. F., Nazaruddin, A., & ... (2021). Menjadi “UMKM Unggul” Melalui Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital dalam Menghadapi Tantangan Bisnis di Era New Normal. In *Sricommerce ...* [pdfs.semanticscholar.org](https://pdfs.semanticscholar.org/974f/14cc24d5d8d7e767a2a896be3b12895eadaf.pdf). <https://pdfs.semanticscholar.org/974f/14cc24d5d8d7e767a2a896be3b12895eadaf.pdf>
- Paserangi, I., & Jumawan, F. (2019). Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Berbasis Teknologi Tepat Guna (TTG) Clothing Di Makassar. *Abdimas Toddopuli: Jurnal Pengabdian ...* <https://www.e-journal.my.id/atjpm/article/view/126>
- Rashin, M. A., & Ghina, A. (2018). Identifikasi Inovasi dan kinerja bisnis dalam meningkatkan daya saing. *Jurnal Penelitian Pendidikan*. <https://ejournal.upi.edu/index.php/JER/article/view/12963>
- Setiawan, L. H., & Budiastira, I. W. (2020). Analisis Strategi Pemasaran Handmade Tas UMKM AKA di Kelurahan Bubulak Kabupaten Bogor. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*. <https://journal.ipb.ac.id/index.php/pim/article/view/31739>
- Sofyan, A. T. (2021). Resiliensi Dan Inovasi Umkm Sebagai Penggerak Pemulihan Ekonomi. *Jurnal Visionary: Penelitian Dan ...* <http://e-journal.undikma.ac.id/index.php/visionary/article/view/4828>
- Wasan, G. H., & Sariningsih, A. (2021). Pelatihan pemasaran produk usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis digital di Kecamatan Citeureup. *Jurnal Pengabdian Masyarakat ...* <http://pkm.binamandiri.ac.id/index.php/jpmm/article/view/7>