

Business Marketing System in Improving Entrepreneurial Skills in Garut

Teten Mohamad Sapril Mubarak¹, Alni Dahlena², Lindayani³, Nizar Alam Hamdani⁴, Nayila Sifa Nurul Annisa⁵
^{1,2,3,4,5}Fakultas Kewirausahaan, Universitas Garut

*Penulis koresponden e-mail : teten@uniga.ac.id, alnidahlena25@gmail.com, lindayani@uniga.ac.id,
nizar@uniga.ac.id, 24081121060@fkwu.uniga.ac.id

Abstrak: Faktualisasinya bahwa terdapat wirausahawan yang belum memahami strategi marketing modern seperti digital marketing, personal branding, hingga pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan edukatif, partisipatif, dan aplikatif, yang bertujuan untuk membekali pelaku usaha khususnya UMKM dan wirausahawan pemula dengan keterampilan praktis dalam menerapkan sistem marketing bisnis yang efektif. Sistem marketing bisnis dalam meningkatkan keterampilan wirausaha menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang terencana dan sistematis memiliki peranan penting dalam membentuk dan mengembangkan kemampuan kewirausahaan. Oleh karena itu, pemahaman yang baik tentang sistem marketing, pelaku usaha diharapkan mampu berpikir lebih strategis, mengenali kebutuhan konsumen, serta meningkatkan daya saing produk mereka di pasar lokal maupun digital.

Kata Kunci: Sistem manajemen bisnis, Keterampilan wirausaha.

Abstract: It's a fact that some entrepreneurs don't yet understand modern marketing strategies such as digital marketing, personal branding, and the use of social media as a promotional tool. This community service activity uses an educational, participatory, and applied approach, aiming to equip business owners, particularly MSMEs and aspiring entrepreneurs, with practical skills in implementing effective business marketing systems. The use of business marketing systems to improve entrepreneurial skills demonstrates that planned and systematic marketing strategies play a crucial role in shaping and developing entrepreneurial abilities. Therefore, with a good understanding of marketing systems, business owners are expected to be able to think more strategically, identify consumer needs, and increase the

Article Info:

Received 15 Januari 2025

Received 18 Januari 2025

Accepted 29 Januari 2025

Available online 5 Februari 2025

ISSN : 2745-6951

DOI :

<https://doi.org/10.35899/ijce.v6i1.1027>



competitiveness of their products in both local and digital markets.

Keywords: *Business management systems, Entrepreneurial skills.*

I. PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat saat ini, dunia bisnis mengalami perubahan signifikan, terutama dalam hal pemasaran. Sistem marketing bisnis menjadi salah satu faktor kunci dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. Bagi para wirausahawan, terutama pemula, pemahaman dan penguasaan terhadap sistem marketing yang efektif sangat penting agar dapat bersaing di pasar yang kompetitif. Wirausahawan yang mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya karena keterbatasan keterampilan di bidang pemasaran [1]. Faktualisasinya bahwa terdapat wirausahawan yang belum memahami strategi marketing modern seperti digital marketing, personal branding, hingga pemanfaatan media sosial sebagai alat promosi [2]. Hal ini menyebabkan produk atau jasa yang ditawarkan kurang dikenal oleh masyarakat luas, meskipun memiliki kualitas yang baik.

Keterampilan wirausaha tidak hanya mencakup kemampuan memproduksi barang atau jasa, tetapi juga kemampuan menjual dan memasarkan produk dengan strategi yang tepat. Oleh karena itu, sistem marketing bisnis yang terstruktur dan aplikatif sangat dibutuhkan untuk membantu para wirausahawan meningkatkan keterampilannya dalam memasarkan produk, membangun hubungan dengan pelanggan, serta menciptakan nilai tambah dalam usaha yang dijalankan [3]. Berdasarkan praktiknya, banyak pelaku usaha, khususnya wirausahawan pemula dan usaha mikro kecil menengah (UMKM), masih mengalami hambatan dalam mengembangkan bisnisnya karena keterbatasan dalam menerapkan sistem marketing yang tepat. Banyak di antara mereka belum memahami pentingnya strategi pemasaran yang sistematis dan berbasis data [2]. Padahal, pemasaran merupakan ujung tombak dari keberlangsungan dan pertumbuhan sebuah usaha. Tanpa kemampuan memasarkan produk dengan baik, potensi keberhasilan usaha akan menurun, meskipun produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik [4].

Sistem marketing bisnis bukan sekadar kegiatan menjual produk, tetapi meliputi serangkaian proses yang mencakup analisis pasar, penentuan target konsumen, pengembangan produk, penetapan harga, strategi promosi, dan distribusi. Sistem ini juga mencakup penggunaan teknologi digital seperti media sosial, e-commerce, SEO, dan digital advertising yang kini menjadi sarana utama dalam menjangkau konsumen secara luas dan efisien [5]. Ketidakmampuan dalam menguasai aspek-aspek ini menunjukkan adanya celah dalam keterampilan wirausaha yang perlu ditingkatkan. Perkembangan teknologi informasi yang sangat cepat menuntut wirausahawan untuk terus belajar dan beradaptasi dengan tren pemasaran modern [6].

Keterampilan dalam mengelola konten digital, membaca perilaku konsumen melalui data analitik, dan membangun brand awareness menjadi tuntutan utama di era digital. Sayangnya, masih banyak wirausahawan yang belum mendapatkan pelatihan atau pendampingan dalam hal ini. Akibatnya, mereka kurang siap bersaing dalam pasar yang kompetitif dan dinamis, penting untuk memahami bagaimana sistem marketing bisnis dapat berperan dalam meningkatkan keterampilan wirausaha secara menyeluruh, baik dari segi pengetahuan konseptual, kemampuan praktis, maupun pengembangan sikap profesional [7]. Penelitian atau kajian terhadap sistem marketing bisnis sebagai sarana pengembangan keterampilan



wirausaha akan sangat berguna dalam merancang program pelatihan, kurikulum kewirausahaan, maupun kebijakan pengembangan UMKM secara strategis.

Dengan demikian, melalui pelatihan ini diharapkan dapat ditemukan bagaimana peran sistem marketing bisnis dalam menunjang peningkatan keterampilan wirausaha, baik dari aspek pengetahuan, praktik, maupun pengembangan sikap profesional dalam berwirausaha. Hal ini penting sebagai dasar untuk membentuk wirausahawan yang tangguh, inovatif, dan adaptif terhadap dinamika pasar.

II. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan edukatif, partisipatif, dan aplikatif, yang bertujuan untuk membekali pelaku usaha khususnya UMKM dan wirausahawan pemula dengan keterampilan praktis dalam menerapkan sistem marketing bisnis yang efektif. Metode ini dirancang untuk tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga pengalaman langsung dalam menyusun strategi pemasaran dan mengelola kegiatan marketing secara berkelanjutan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini secara bertahap mulai identifikasi masalah, perencanaan materi, pelatihan melalui kegiatan workshop dan evaluasi kegiatan [7]. Metode pelaksanaan yang sistematis, partisipatif, dan berorientasi pada praktik nyata ini, kegiatan pengabdian diharapkan mampu memberikan dampak langsung kepada pelaku usaha dalam meningkatkan keterampilan wirausaha mereka, khususnya dalam aspek pemasaran.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “sistem marketing bisnis dalam meningkatkan keterampilan wirausaha” telah berhasil dilaksanakan dengan melibatkan sejumlah pelaku UMKM dan wirausahawan pemula yang tersebar di beberapa sektor usaha, seperti kuliner, fashion, kerajinan tangan, dan jasa digital. Kegiatan ini dilaksanakan dalam beberapa tahapan: pelatihan, workshop, pendampingan, serta evaluasi. Adapun interpretasi dari tahapan kegiatan pengabdian tersebut, sebagai berikut:

1. Kegiatan pembukaan pelatihan mengenai sistem marketing bisnis dalam meningkatkan keterampilan wirausaha menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang terencana dan sistematis memiliki peranan penting dalam membentuk dan mengembangkan kemampuan kewirausahaan.
2. Pemaparan materi mengenai pelatihan sistem marketing bisnis dalam meningkatkan wirausaha melalui sosialisasi edukasi yang interaktif antar pemateri dan audience.
3. Kegiatan sosialisasi edukasi sistem marketing bisnis dalam meningkatkan keterampilan wirausaha.
4. Penutupan kegiatan pelatihan sistem marketing dalam meningkatkan keterampilan wirausaha.





Gambar 1. Dokumentasi kegiatan penutupan pelatihan marketing bisnis

Sumber: Hasil kegiatan pengabdian, 2025

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pelatihan manajemen bisnis dalam meningkatkan keterampilan wirausahawan yang memahami dan mengaplikasikan prinsip-prinsip dasar pemasaran seperti segmentasi pasar, penetapan target pasar, penentuan positioning produk, pemanfaatan media digital, serta pelayanan konsumen yang baik memiliki kecenderungan lebih tinggi dalam mengembangkan bisnis mereka secara berkelanjutan. Pembentukan keterampilan wirausaha tidak hanya terjadi melalui praktik langsung, tetapi juga melalui pelatihan pemasaran yang terstruktur. Pelatihan ini mencakup strategi promosi, manajemen merek, dan teknik komunikasi pemasaran, yang semuanya memperkuat soft skills seperti kreativitas, negosiasi, dan kemampuan pengambilan keputusan.

Pembahasan

Sistem marketing yang efektif dapat menciptakan mindset kewirausahaan yang proaktif dan inovatif. Wirausahawan menjadi lebih percaya diri dalam menghadapi persaingan pasar, lebih terbuka terhadap inovasi produk, dan memiliki motivasi lebih kuat untuk mengembangkan usahanya. Sistem ini juga membantu dalam membangun jejaring bisnis dan kolaborasi yang dapat memperluas akses pasar serta sumber daya [8]. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul "Sistem Marketing Bisnis dalam Meningkatkan Keterampilan Wirausaha" merupakan bentuk kontribusi nyata perguruan tinggi dalam menjawab kebutuhan masyarakat, khususnya para pelaku usaha kecil dan menengah, terhadap peningkatan kapasitas dalam menjalankan usaha secara efektif dan berkelanjutan. Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif serta cepatnya perkembangan teknologi digital, banyak pelaku wirausaha menghadapi tantangan dalam memasarkan produk secara tepat sasaran dan efisien [9].

Fokus utama dari kegiatan ini adalah peningkatan keterampilan wirausaha, khususnya dalam aspek pemasaran. Berdasarkan pada pemahaman yang baik tentang sistem marketing, pelaku usaha diharapkan mampu berpikir lebih strategis, mengenali kebutuhan konsumen, serta meningkatkan daya saing produk mereka di pasar lokal maupun digital. Hasil dari



kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam mengelola strategi pemasaran, termasuk kemampuan menyusun rencana promosi, membuat konten digital yang menarik, serta meningkatkan interaksi dengan pelanggan [10]. Kegiatan ini juga mendorong terciptanya jejaring antar pelaku usaha yang dapat memperkuat ekosistem kewirausahaan di lingkungan mereka [11]. Kegiatan pengabdian ini menjadi wujud nyata sinergi antara dunia pendidikan tinggi dan masyarakat dalam upaya membangun sumber daya manusia yang kreatif, mandiri, dan mampu menghadapi tantangan dunia usaha secara inovatif dan berkelanjutan.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Penerapan sistem pemasaran bisnis yang efektif berperan penting dalam meningkatkan keterampilan kewirausahaan di Garut. Melalui penguatan strategi pemasaran, para pelaku usaha lokal mampu memahami pasar, memperluas jangkauan produk, serta meningkatkan daya saing. Hal ini mendukung pengembangan potensi kewirausahaan secara berkelanjutan dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Pembentukan keterampilan wirausaha tidak hanya terjadi melalui praktik langsung, tetapi juga melalui pelatihan pemasaran yang terstruktur. Peserta memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang konsep dasar pemasaran, termasuk segmentasi pasar, penentuan target pasar, dan positioning produk. Mereka juga mampu mengidentifikasi saluran pemasaran yang relevan dan efektif, baik secara konvensional maupun digital. Disarankan untuk dilakukan monitoring pascapelatihan guna mengetahui perkembangan masing-masing peserta dan memberikan pendampingan yang lebih terarah sesuai kebutuhan usaha mereka.

V. REFERENSI

- [1] S. A. Gatta, N. A. Ishola, and O. V Falobi, "Evaluation of business education curriculum and 21st century entrepreneurial skills in business education undergraduates students," *ASEAN ...*, 2023, [Online]. Available: <https://www.ejournal.bumipublikasinusantara.id/index.php/ajeec/article/view/242>.
- [2] N. A. Hamdani, R. Muladi, G. Abdul, and F. Maulani, "Digital Marketing Impact on Consumer Decision-Making Process," vol. 220, no. Gcbme 2021, pp. 153–158, 2022.
- [3] A. Ayiku and E. S. Grant, "Entrepreneurial marketing skills and small-scale business performance: The case of Ghana," *J. Comp. Int. Manag.*, 2021, [Online]. Available: <https://www.erudit.org/en/journals/jcim/2021-v24-n1-jcim06350/1081421ar/>.
- [4] H. M. Adel, A. A. Mahrous, and R. Hammad, "Entrepreneurial marketing strategy, institutional environment, and business performance of SMEs in Egypt," *J. Entrep. ...*, 2020, doi: 10.1108/jeee-11-2019-0171.
- [5] J. Jardim, "Entrepreneurial skills to be successful in the global and digital world: Proposal for a frame of reference for entrepreneurial education," *Education Sciences*. mdpi.com, 2021, [Online]. Available: <https://www.mdpi.com/2227-7102/11/7/356>.
- [6] T. Sariwulan, S. Suparno, D. Disman, and ..., "Entrepreneurial performance: The role of literacy and skills," ... *Bus.*, 2020, [Online]. Available: <https://koreascience.kr/article/JAKO202032462596948.page>.



- [7] S. U. Rehman, H. Elrehail, K. Nair, A. Bhatti, and ..., "MCS package and entrepreneurial competency influence on business performance: the moderating role of business strategy," ... *and Business* emerald.com, 2023, doi: 10.1108/ejmbe-04-2020-0088.
- [8] A. Arjang, S. Sutrisno, R. M. Permana, and ..., "Strategies for Improving the Competitiveness of MSMEs through the Utilisation of Information and Communication Technology," *AI* ..., 2023, [Online]. Available: <https://jurnal.iaingorontalo.ac.id/index.php/ab/article/view/3405>.
- [9] U. Khourouh, A. Sudiro, M. Rahayu, and ..., "The mediating effect of entrepreneurial marketing in the relationship between environmental turbulence and dynamic capability with sustainable competitive ...," *Manag. Sci.* ..., 2020, [Online]. Available: <https://eprints.unmer.ac.id/id/eprint/3328/>.
- [10] S. Rashid and V. Ratten, "Entrepreneurial ecosystems during COVID-19: the survival of small businesses using dynamic capabilities," *World J. Entrep. Manag.* ..., 2021, doi: 10.1108/WJEMSD-09-2020-0110.
- [11] F. O. Usman, N. L. Eyo-Udo, E. A. Etukudoh, and ..., "A critical review of ai-driven strategies for entrepreneurial success," ... & *Entrepreneurship* researchgate.net, 2024, [Online]. Available: https://www.researchgate.net/profile/Nsisong-Eyo-Udo/publication/388142899_A_CRITICAL_REVIEW_OF_AI-DRIVEN_STRATEGIES_FOR_ENTREPRENEURIAL_SUCCESS/Links/678b843895e02f182e9c6dae/A-CRITICAL-REVIEW-OF-AI-DRIVEN-STRATEGIES-FOR-ENTREPRENEURIAL-SUCCESS.pdf.

