

Pelatihan Pelayanan Prima Wirausaha dan Pemasaran Digital: Kelompok UMKM Kecamatan Medan Labuhan

**Syukron Arjuna¹, Zaida Rizqi Zainul^{2*}, Freddy Butarbutar³, Rikawati Ginting Munthe⁴,
Zuwina Miraza⁵, Rahmat Hidayat⁶, Andre Suandi Simbolon⁷**

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala, Banda Aceh, Indonesia

⁶STIM Sukma Medan

^{1,2,3,4,5,6,7}Mahasiswa Program Studi Doktor Ilmu Manajemen Universitas Sumatera Utara

Email Korespondensi: zaida_rizqi@usk.ac.id

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pelayanan prima wirausaha. Beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk menciptakan pelayanan prima wirausaha adalah dengan menjaga rasa dan tampilan produk, menjaga kebersihan produk dan lokasi berjualan, ketepatan atau keakuratan dalam pelayanan, penampilan yang baik dari penjual, dan meningkatkan kemampuan berkomunikasi penjual. Selain itu produk-produk UMKM ini juga perlu jaringan distribusi dan pemasaran digital (online) untuk meningkatkan penjualan sehingga UMKM ini dapat semakin cepat berkembang.

Abstract

This community service aims to provide understanding to MSMEs about excellent entrepreneurial service. Some things that need to be considered to create excellent entrepreneurial service are maintaining the taste and appearance of the product, maintaining the cleanliness of the product and selling location, accuracy or accuracy in service, the excellent appearance from the seller, and improving the seller's communication skills. Apart from that, these MSME products also need a distribution network and are marketed digitally (online) to increase sales so that MSMEs can grow faster.

Keywords: MSMEs, Service, entrepreneur

PENDAHULUAN

Salah satu kecamatan di Kota Medan yang berorientasi pada pengembangan produk UMKM adalah Kecamatan Medan Labuhan. Terlihat dari visinya yaitu “Mewujudkan Kecamatan Medan Labuhan sebagai miniatur Kota Medan yang berdaya saing, nyaman, peduli dan sejahtera. Dimana Kecamatan Medan Labuhan berusaha untuk peduli kepada masyarakat, salah satunya melalui UMKM UMKM ini diharapkan dapat menopang kehidupan ekonomi masyarakat setempat dan menyejahterakan kehidupan masyarakat Medan Labuhan.

Kecamatan Medan Labuhan terdiri dari 6 (enam) kelurahan, antara lain Kelurahan Besar, Kelurahan Martubung, Kelurahan Nelayan Indah, Kelurahan Pekan Labuhan, Kelurahan Sei Mati dan Kelurahan Tangkahan. Berdasarkan wawancara Tim kepada Camat terdapat 1.800 usaha mikro kecil yang ada di Kecamatan Medan Labuhan.



Gambar 1. Wawancara Kepada Camat Medan Labuhan

Beberapa produk UMKM yang diunggulkan yaitu Karas-karas, Pinjaram, dan Kue Asidah. Kecamatan telah membuat suatu sentra penitipan barang untuk mempermudah pelaku usaha memasarkan produknya. Namun hal itu saja tidak cukup, perlu adanya dorongan untuk memajukan dan mendorong UMKM agar memiliki daya saing telah dilakukan oleh pemerintah, sama halnya dengan Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Kota yang ada di Sumatera Utara (Sumut). Telah dilakukan berbagai upaya untuk membuat UMKM Kota Medan Go Nasional, salah satunya adalah dengan memperkuat penggunaan teknologi baik dalam proses produksi, pemasaran, bertansaksi, dan pelaporan keuangan (pemekomedan.go.id).

Dalam bidang wirausaha, pelaku UMKM perlu memiliki pola pikir positif untuk mendukung pengembangan usaha. Pola pikir yang meyakini bahwa usaha adalah hal yang bisa berkembang menjadi besar atau paling tidak bisa mengalami kemajuan. Dengan adanya pola pikir ini dapat menimbulkan semangat dalam tindakan untuk mengembangkan usaha kearah yang lebih baik.

Kemajuan dalam pengembangan usaha tentu saja bukan suatu proses yang sederhana, salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dalam peningkatan pelayanan pada pelanggan. Pelayanan ini memiliki beberapa dimensi mulai dari kualitas produk hingga kemampuan berkomunikasi dari pelaku wirausaha dalam melayani pelanggan. Oleh karena itu pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM kecamatan Medan Labuhan tentang pentingnya memberikan pelayanan prima wirausaha dan kemampuan digital marketing pada pelaku UMKM.

METODE

. Peserta kegiatan ini adalah kelompok Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Martubung Kecamatan Medan Labuhan yang berjumlah 20 orang. Produk usaha dari peserta pengabdian antara lain: jamur crispy, lontong pecel, ayam penyet, bawang goreng, stik keju, aneka kripik, kacang tojin, cendol, manisa khas melayu, nasi goreng, bakso goreng, batagor, kue bawang, kue cucur dan gado-gado. Kegiatan ini dilaksanakan oleh tim mahasiswa S3 Ilmu Manajemen Universitas Sumatera Utara (USU) dengan memberikan materi kepada para peserta tentang penguatan SDM: pelayanan prima wirausaha. Kegiatan pengabdian ini memiliki relevansi yang positif bagi kelompok Usaha Mikro Kecil (UMK) di Kecamatan Medan Labuhan khususnya dalam bidang SDM UMKM.



Gambar 2. Kue Cucur



Gambar 3. Kue Asidah Khas Labuhan



Gambar 4. Pelatihan kepada Pelaku UMKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagian besar peserta pelatihan dalam kegiatan ini memiliki usaha kuliner. Pemateri menjelaskan cara menyajikan pelayanan prima dan strategi memasarkan produk. Pemateri menyampaikan bahwa dalam bidang usaha kuliner ada beberapa indikator yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan mutu produk dan pelayanan. Pertama, rasa dan tampilan. Penjual harus mampu menyajikan produk dengan rasa yang disukai pelanggan pada umumnya. Tampilan produk yang menarik juga perlu diperhatikan untuk meningkatkan selera konsumen untuk membeli. Kedua, Kualitas bahan baku yang digunakan perlu dijaga untuk menjamin mutu dan rasa makanan.

Ketiga ditinjau dari sisi kebersihan, indikator ini menjadi penting karena akan mempengaruhi pelanggan dalam membeli produk kuliner yang dijual. Kebersihan dalam hal ini terkait dengan kebersihan produk, kebersihan kemasan, kebersihan tempat usaha dan kebersihan penjual. Rasa yang enak dari produk akan semakin mendukung penjualan apabila disertai dengan kebersihan yang baik.

Keempat, ketepatan atau keakuratan dalam pelayanan. Hal ini menggambarkan upaya memberikan apa yang seharusnya diterima oleh pelanggan. Seperti ketepatan dalam penyediaan produk, tepat waktu dalam pengiriman produk dan keakuratan dalam spesifikasi produk sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pelanggan. Dalam hal ini, penting bagi pelaku wirausaha untuk memberikan pesanan yang tepat seperti yang diminta oleh pelanggan. Kelima adalah penampilan dari penjual. Penjual merupakan orang yang langsung berhadapan dengan pelanggan, sehingga penjual sebaiknya mampu menciptakan kenyamanan bagi orang yang berhadapan dengannya. Penampilan ini juga akan menimbulkan kepercayaan terhadap penjual sebagai orang yang layak mendapatkan kepercayaan dalam menyediakan produk. Penampilan yang menarik, rapi dan bersih.

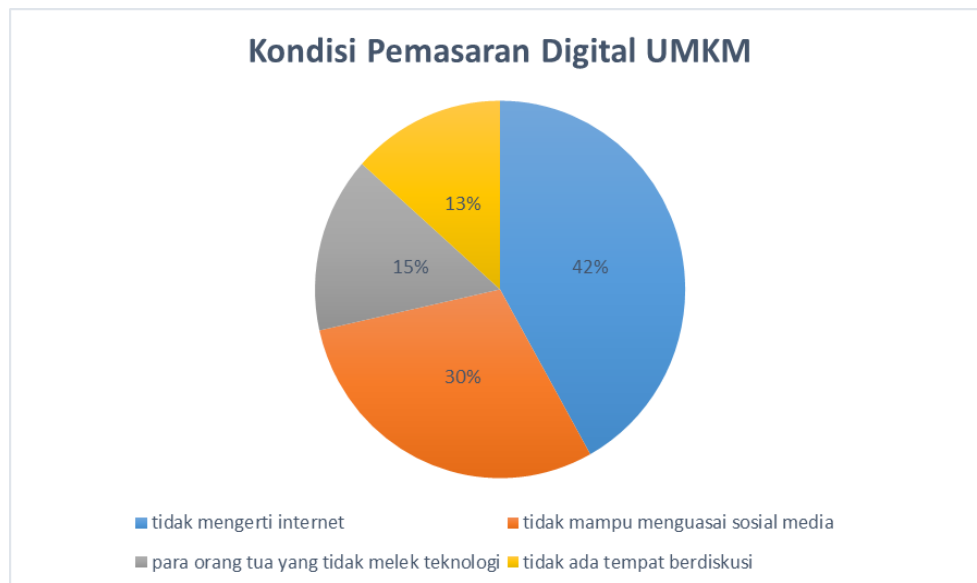
Keenam adalah Kemampuan berkomunikasi. Dalam hal ini terkait dengan kemampuan dari pelaku usaha untuk menampilkan sikap dan tindakan yang ramah. Selanjutnya mampu menyampaikan

informasi yang lengkap dan tepat sehingga dapat menimbulkan kesamaan persepsi dengan pelanggan. Dalam berkomunikasi ini kepribadian yang baik memang akan mempengaruhi apakah pelanggan merasa nyaman dalam menjalin hubungan interpersonal dengan pelaku usaha. Dalam usaha, feedback atau masukan merupakan hal yang wajar terjadi. Terkadang masukan ini disampaikan dengan halus terkadang dengan cara yang langsung dan terkesan 'pedas'. Pelaku wirausaha sebaiknya dapat memiliki kemampuan dalam menerima masukan dan menindaklanjuti sehingga hubungan dengan pelanggan dapat terbina dalam waktu yang lama.

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian ini juga diketahui bahwa pelaku UMKM pada kecamatan Medan Labuhan juga menghadapi kendala dalam mencari jaringan distribusi dan memasarkan produk secara online. Pelaku UMKM masih melakukan pemasaran secara traditional karena ketidakmelekan terhadap hal-hal teknologi masa sekarang. padahal teknologi memungkinkan penggunanya melakukan banyak hal-hal baru yang bisa menjadi sebuah strategi para pelaku usaha UMKM dalam melakukan aktivitas bisnis. digital dapat melakukan bisnis menjadi lebih luas secara pasar dan mendapatkan citra produk. Ketika bisa memanfaatkan peluang yang ada di era digital sekarang maka produk UMKM akan dapat bersaing dipasar nasional.

Kegiatan pemasaran termasuk branding yang menggunakan berbagai media. Sebagai contoh yaitu blog, website, e-mail, adwords, dan berbagai macam jaringan media sosial. melakukan digital marketing dapat mengubah bisnis menjadi lebih luas, ongkos yang lebih mural, potensi dikenal orang lebih tinggi, serta tau dan update tentang isu-isu yang sedang berkembang di komoditi bisnis saat ini. Kendala-kendala yang dialami oleh para pelaku UMKM di tempat penelitian adalah seperti :

1. Pelaku UMKM tidak paham menggunakan internet padahal ini hal utama dalam melakukan digital marketing harus paham mengenai dunia internet
2. Belum mampu memanfaatkan sosial media dalam pemasaran produk
3. Pelaku UMKM didominasi oleh para orang tua yang belum melek teknologi
4. Tidak adanya tempat untuk berdiskusi mengenai konsep digital marketing



Gambar 5. Kondisi Pemasaran Digital UMKM

Berdasarkan kondisi diatas terlihat kesenjangan terhadap pemasaran digital sangat jauh dari harapan yang dimana setiap usaha pada saat ini harus mampu bersaing secara lokal maupun

internasional untuk dapat membentuk sebuah pasar yang luas serta loyal terhadap sebuah merek usaha. Oleh karena itu pelatihan seperti penggunaan Market Place seperti tokopedia, pembuatan sosial media menjadi konsen utama dalam pelatihan UMKM yang ada di kecamatan Medan Labuhan untuk dapat menjawab serta melakukan kegiatan-kegiatan untuk meningkatkan omset wirausaha.

PENUTUP

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilakukan dengan mitra yaitu pelaku UMKM yang merupakan masyarakat di wilayah Kecamatan Medan Labuhan dapat berjalan dengan lancar berkat kerjasama Ibu-ibu pelaku UMKM. Pelaku UMKM yang hampir seluruhnya adalah ibu-ibu yang membantu perekonomian keluarga bahkan penopang ekonomi keluarga. Para pelaku UMKM yang menjadi peserta dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat ini terlihat bersemangat dengan kehadiran yang tepat waktu dan mendengarkan materi-materi yang disampaikan dengan antusias, terlihat dari sesi tanya jawab mereka aktif bertanya mengenai masalah yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha yang mereka tekuni. Tim PkM memberikan edukasi mengenai pelayanan yang memuaskan untuk konsumen serta pemasaran digital yang saat ini sangat dibutuhkan dan menjanjikan untuk meningkatkan penjualan dan memberikan kemudahan pembelian bagi pelanggan dan calon pelanggan.

Pengembangan usaha mikro dan kecil masyarakat di Kecamatan Medan Labuhan sudah berjalan baik. Kegiatan yang didukung oleh kecamatan dengan tersedianya Kantin/Toko di kompleks kantor Kecamatan merupakan dukungan yang sangat positif. Namun perlu mendukung ketersediaan pemasaran secara digital (online) produk-produk hasil usaha mikro kecil mitra ini untuk memperluas jaringan pasar sehingga penjualan bisa meningkat dan usaha mereka dapat semakin berkembang lebih cepat yang menjadi harapan mereka.

REFERENSI

- Cummings, T. G. & Worley, C. G. (2015). *Organization Development & Change*. (10th edition). Ohio: The Thomson Learning
- Dessler, Gary: *Humas Resource Management*, 14th edition, 2015, Prentice Hall
- Ir. Hendro, MM, (2011). *Dasar-Dasar Kewirausahaan, Panduan Bagi Mahasiswa Untuk Memahami dan Memasuki Dunia Bisnis*, penerbit Erlangga
- Hasanudin, H., Hadistia, A., Lestiyadi, A. P., Aprilliani, S., & Meryati, A. (2020). PENGENALAN DIGITAL MARKETING DAN PELATIHAN E-COMMERCE SEBAGAI BENTUK KEWIRUSAHAAN DINI BAGI PELAJAR SMK LINGGA KENCANA DEPOK. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 1(2), 110-116.
- <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>
- <https://www.indonesia-investments.com/finance/financial-columns/micro-small-medium-enterprises-in-indonesia-backbone-of-the-indonesian-economy/item9532>
- <https://wartaekonomi.co.id/read369250/empat-tantangan-umkm-di-era-digital>
- <https://pemukomedan.go.id/artikel-21855-bobby-nasution-punya-potensi-besar-bawa-umkm-medan-go-nasional.html>
- <https://medanlabuhan.pemukomedan.go.id/web/site/menu/Program.html>
- Ricky W, G Griffin, & Ebert, Ronald J (2014). *Bisnis*. Penerbit Gelora Aksara Pratama

- Robbins, Stephen P & Mary Coulter (2017), *Management*, 14th edition, Pearson Prentice Hall International Edition Robbins, Stephen P. *Organizational Behavior*, 16th edition. Prentice Hall.
- Silviana, M. (2020). *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Sosial Media (Studi Kasus Di Kecamatan Bone-Bone)* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Palopo).