

Sosialisasi Kemajuan Usaha Pada (UMKM) Sembako Toko Rina 4 Untuk Memperkuat Keinginan Pembeli Serta Memberikan Kepuasan Pelanggan Agar Menjadi Pelanggan Tetap Toko Rina 4

Indri Fitriani¹, Muhammad Luthfi², Ramdani Bayu Putra³

Akuntansi, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, Indonesia

Email : indriifitriani5099@gmail.com¹, lrasa0201@gmail.com², ramdanibayuputra@gmail.com³

RIWAYAT ARTIKEL

Received: 2022-02-23

Revised : 2022-03-01

Accepted: 2022-03-01

KEYWORD

MSMEs, Strategy, Customer Satisfaction

KATA KUNCI

UMKM, Strategi, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

MSMEs are productive businesses owned by individuals or business entities that have met the criteria as micro-enterprises. As stipulated in the legislation no. 20 of 2008, according to the definition of UMKM, the criteria for MSMEs are distinguished, respectively, including micro, small and medium enterprises. UMKM in Indonesia have become an important part of the economic system in Indonesia. This is because UMKM are business units that are more numerous than large-scale industrial enterprises and have the advantage of absorbing more labor and also being able to accelerate the process of equity as part of development. Based on this fact, UMKM should be protected by laws and regulations related to their operational and development activities. In this activity, the group found the problem of how to provide customer satisfaction for the availability of goods needed in daily needs and can survive in the market even though they have many competitors by giving ideas and suggestions to business owners and as a result, owners increasingly understand how important it is to have a good business strategy. must be done in maintaining the business unit in the midst of the current market conditions

ABSTRAK

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Seperti diatur dalam peraturan perundang-undangan No. 20 tahun 2008, sesuai pengertian UMKM tersebut maka kriteria UMKM dibedakan secara masing-masing meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. UMKM di Indonesia telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian di Indonesia. Hal ini dikarenakan UMKM merupakan unit-unit usaha yang lebih banyak jumlahnya dibandingkan usaha industri berskala besar dan memiliki keunggulan dalam menyerap tenaga kerja lebih banyak dan juga mampu mempercepat proses pemerataan sebagai bagian dari pembangunan. Berdasarkan kenyataan ini sudah selayaknya UMKM dilindungi dengan UU dan peraturan yang terkait dalam kegiatan operasional dan pengembangannya. Didalam kegiatan ini kelompok menemukan permasalahan bagaimana memberi kepuasan pelanggan atas ketersediaan barang-barang yang dibutuhkan didalam kebutuhan sehari-hari dan dapat bertahan dipasaran walaupun memiliki banyak pesaing dengan cara memberi ide dan saran kepada pemilik usaha dan hasilnya pemilik semakin paham bagaimana pentingnya memiliki strategi bisnis yang harus dilakukan dalam mempertahankan unit usaha di tengah keadaan pasar saat sekarang.

1. Pendahuluan

Pengertian Usaha Kegiatan Mikro Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Seperti diatur dalam peraturan perundang-undangan No. 20 tahun 2008, sesuai pengertian UMKM tersebut maka kriteria UMKM dibedakan secara masing-masing meliputi usaha mikro, usaha

kecil, dan usaha menengah. Ada beberapa ciri khusus yang membedakan UMKM dengan usaha-usaha lainnya, yaitu jenis barang atau komoditi yang dapat berganti sewaktu-waktu alias tidak tetap. Tempat usaha sektor UMKM juga bisa berpindah-pindah apabila diperlukan. Selain itu, usaha ini juga belum memiliki penerapan administrasi yang memadai. Ciri usaha UMKM juga bisa dilihat dari sumber daya manusianya yang belum memiliki jiwa wirausaha yang terasah. Sebagian besar pelakunya tidak punya akses perbankan dan tidak memiliki surat izin usaha atau legalitas lainnya, seperti nomor pokok wajib pajak (NPWP).

UMKM di Indonesia telah menjadi bagian penting dari sistem perekonomian di Indonesia. Hal ini dikarenakan UMKM merupakan unit-unit usaha yang lebih banyak jumlahnya dibandingkan usaha industri berskala besar dan memiliki keunggulan dalam menyerap tenaga kerja lebih banyak dan juga mampu mempercepat proses pemerataan sebagai bagian dari pembangunan. Berdasarkan kenyataan ini sudah selayaknya UMKM dilindungi dengan UU dan peraturan yang terkait dalam kegiatan operasional dan pengembangannya. Beberapa peraturan telah dikeluarkan oleh pemerintah untuk melindungi UMKM diantaranya UUD 1945 merupakan pondasi dasar hukum di Indonesia Pasal 5 ayat(1), Pasal 20, Pasal 27 ayat (2), Pasal 33, UU No.9 Tahun 1995, Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Republik Indonesia Nomor XVI/MPR-RI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan, Peraturan Presiden No.5 Tahun 2007 mengenai program Kredit Usaha Kecil bagi pembiayaan operasional UMKM, UU No.20 Tahun 2008 tentang perberdayaan UMKM bagi perekonomian di Indonesia, dan yang terbaru adalah Paket Kebijakan Ekonomi “kebijakan Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang lebih murah dan luas” bagi UMKM.

Sembilan Bahan Pokok atau sering disingkat Sembako adalah sembilan jenis kebutuhan pokok masyarakat menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 115/MPP/Kep/2/1998 tanggal 27 Februari 1998 (disingkat: "Kepmenperindag 115/1998").[1]Kementerian Perdagangan menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 27/M-DAG/PER/5/2017 tentang Penetapan Harga Acuan Pembelian di Petani dan Harga Acuan Penjualan di Konsumen ("Permendag 27/2017") Tetapi pada Toko Rina tidak hanya menyediakan sembilan bahan pokok itu saja, masih banyak produk atau barang lain yang dipasarkan di masyarakat. Tujuan yang dilakukan toko rina adalah agar masyarakat tetap menjadi pelanggan dikarenakan toko rina 4 selalu mengusahakan dan menyediakan kebutuhan yang diperlukan di dalam kehidupan sehari-hari. Tidak mudah bagi owner untuk mempertahankan prinsip ini karena terkadang memang dari barang di gudang yang kehabisan stock untuk disalurkan ke toko rina, tetapi hal ini tentu tidak dibiarkan untuk waktu yang lama oleh owner atau pemilik usaha. Disinilah jiwa kepemimpinan di dalam berwirausaha dipertanyakan, Apakah mampu seseorang untuk menghadapi, menjalani, dan mencari jalan keluar atas permasalahan yang dihadapi. Kepemimpinan secara harfian berasal dari kata pimpin. Kata pimpin mengandung pengertian mengarahkan, membina atau mengatur, menuntun dan juga menunjukkan ataupun mempengaruhi.

Kepemimpinan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu organisasi karena sebagian besar keberhasilan dan kegagalan organisasi bergantung pada kepemimpinan dalam organisasi tersebut. Pemimpin mempunyai tanggung jawab baik secara fisik maupun spiritual terhadap keberhasilan aktivitas kerja dari yang dipimpin, sehingga menjadi pemimpin itu tidak mudah dan tidak akan setiap orang mempunyai kesamaan di dalam menjalankan kepemimpinannya. Dengan adanya jiwa kepemimpinan ini pemilik pasti dapat mengatasi masalah yang dihadapi didalam usahanya, dengan adanya pengalaman di toko rina 4 ini diharapkan dapat menimbulkan jiwa kewirausahaan didalam jiwa mahasiswa/i di kelompok OCEAN BLUE ini maupun pihak lain yang membaca laporan ini. Jiwa kewirausahaan ini tidak jauh tercipta berkat ilmu yang diperoleh selama masa pembelajaran di bangku perkuliahan. Peranan universitas dalam memotivasi mahasiswa menjadi wirausaha muda sangat penting dalam menumbuhkan jumlah wirausaha. Kegiatan

aplikatif dengan mengadakan pelatihan kewirausahaan dalam rangka membangun jiwa kewirausahaan, mendorong mahasiswa lebih termotivasi menjadikan dirinya sebagai wirausaha. Namun demikian, kalau wirausahawan mau meneliti lebih jauh, ternyata kunci keberhasilan wirausahawan itu sebenarnya bukan disebabkan oleh keterampilan semata, melainkan lebih oleh jiwa kepemimpinan yang dimiliki si pengusaha.

Berdasarkan pengamatan yang dilakukan secara langsung ke objek (Toko Rina 4) maka kelompok menemukan beberapa permasalahan yang terjadi. Dari sekian banyak permasalahan tersebut, salah satunya yang menjadi fokus penelitian dari kelompok kami adalah bagaimana memberi kepuasan pelanggan atas ketersediaan barang-barang yang dibutuhkan didalam kebutuhan sehari-hari dan dapat bertahan dipasaran walaupun memiliki banyak pesaing. Dengan adanya kegiatan yang kami lakukan semoga dapat membantu owner untuk memiliki ide untun strategi strategi yang akan di lakukan pada masa yang akan datang.

2. Metode Penelitian

Metode pelaksanaan kegiatan ini berupa sosialisasi kepada mitra yaitu pelaku UMKM di wilayah Kota Bukittinggi yang bernama Toko Rina 4 yang bergerak dibidang UMKM sembako yang beralamat di Simpang Landbouw, Kota Bukittinggi. Adapun kegiatan yang lain yang dilakukan anggota kelompok yaitu melakukan kegiatan wawancara kepada pemilik dengan beberapa pertanyaan mendasar tentang bagaimana proses berdirinya Toko Rina 4 ini, dan bagaimana strategi bisnis yang diambil oleh pemilik dalam mempertahankan unit usahanya pada masa yang sangat canggih pada saat ini. Metode yang digunakan yaitu metode partisipatif, dimana seluruh anggota kelompok ikut serta didalam kegiatan sosialisasi ini. Dengan demikian, diharapkan luaran kegiatan yang dihasilkan dapat dimanfaatkan dengan baik serta berkelanjutan oleh Mitra.

3. Hasil dan Pembahasan

1) Permasalahan Mitra

Berdasarkan permasalahan mitra yang telah dijelaskan diatas dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi owner untuk menghadapi permasalahan yang terjadi di Toko Rina 4?
- b. Bagaimana cara owner untuk menanggulangi permasalahan stock barang yang terjadi di Toko Rina 4?

- c. Bagaimana langkah owner untuk tetap mempertahankan kepercayaan pelanggan?

Sedangkan Adapun tujuan dari kegiatan sosialisasi ini, yaitu:

- a. Untuk mengetahui bagaimana strategi bisnis yang diterapkan oleh pemilik Toko Rina 4
- b. Untuk mengetahui langkah-langkah yang diambil owner untuk menanggulangi permasalahan yang ada didalam unit usaha
- c. Untuk mengetahui bagaimana langkah owner mempertahankan kepercayaan pelanggan

Berdasarkan informasi yang diperoleh terkait permasalahan objek UMKM dan masalah yang telah dirumuskan sebelumnya, maka kami ingin memberikan solusi terhadap permasalahan UMKM tersebut.

Pertama didalam permasalahan yang dihadapi oleh mitra kami menyarankan kepada pemilik atau owner agar selalu mencari atau meng update kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan oleh masyarakat, juga termasuk pada kebutuhan pada zaman saat ini dimana kebutuhan yang sangat beragam, didalam kehidupan sehari hari masyarakat tidak jauh dari kebutuhan harian seperti sembako dan kebutuhan lainnya, hal ini harus menjadi motivasi usaha bagi pemilik untu menyediakan hal tersebut agar pelanggan tetap nyaman dan betah menjadi pelanggan Toko Rina 4. Untuk menumbuhkan strategi baru bagi pemilik, mitra dapat mencari informasi terkini di media online untuk mencari kebutuhan kebutuhan yang dibutuhkan oleh pelanggan pada zaman saat ini, dapat saja kebutuhan tersebut berubah ubah. Dan pemilik harus selalu berusaha memberikan barang-barang tersebut untuk pelanggan agar pelanggan tetap bertahan di Toko Rina 4.

2) Strategi bisnis Pemilik

Dengan adanya usaha dari pemilik/owner untuk menyediakan kebutuhan pelanggan ini diharapkan pelanggan dapat selalu menjadi pelanggan tetap dan mendapat kepuasan berbelanja di Toko Rina 4. Dapat membantu Toko Rina 4 yang bergerak di bidang UMKM sembako ini bertahan di zaman yang semakin canggih ini,

Walaupun dengan adanya teknologi dan sistem belanja online pada saat ini, Toko Rina 4 tidak tinggal diam untuk mengembangkan unit usahanya, langkah yang dilakukan Toko Rina 4 untuk bersaing di pasaran yaitu ikut serta melakukan promosi di Media Online seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, Pelanggan yang sudah

kenal dengan pemilik biasanya menggunakan media WhatsApp untuk melakukan pembelian, pelanggan tidak perlu datang langsung ke lokasi untuk melakukan transaksi, cukup memberi tahu pemilik apa saja yang ingin dibeli dan pemilik akan memproses transaksi. Dengan adanya usaha pemilik dengan cara mempermudah proses pembelanjaan pelanggan diharapkan Toko Rina 4 dapat menarik perhatian pelanggan dan menciptakan kepuasan pelanggan.

3) Pelaksanaan kegiatan Sosialisasi

Sosialisasi ini juga dapat menjadi kesempatan bagi mahasiswa untuk dapat berpikir kreatif dan inovatif dalam menerapkan strategi bisnis yang dilakukan mitra. Dan mahasiswa/i juga dapat mengambil pelajaran dari kegiatan yang dilakukan agar dapat memperoleh ilmu dan dapat digunakan pada masa yang akan datang untuk kebutuhan berwirausaha. Seorang mahasiswa/i tidak menutup kemungkinan pada masa yang akan datang untuk menjadi seorang wirausaha, dan tentunya ilmu yang diperoleh pada saat kegiatan sosialisasi pada saat ini dapat menjadi pondasi ilmu untuk menerapkan jiwa berwirausaha nantinya.

Dari hasil survey kepada mitra yang dilakukan OCEAN BLUE, dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

a. Kunjungan pertama pada tanggal 8 oktober 2021

Kelompok melakukan wawancara kepada pemilik Toko Rina 4 dengan melakukan izin untuk dijadikannya mitra tersebut sebagai objek penelitian guna Tugas Kewiraswastaan ini.



Gambar 1. Dokumentasi dengan pemilik

b. Kunjungan kedua pada tanggal 28 oktober 2021

Dan Hasil dari wawancara pertama tersebut adalah pemilik atau owner bersedia unit usahanya dijadikan objek untuk penelitian dan bersedia untuk dilakukan wawancara pertama, dan kami memperoleh informasi bahwa Toko Rina 4 ini baru berjalan selama 3 bulan, dan Toko Rina 4 ini

merupakan cabang ke-4 Toko Rina. Mitra ini pada awalnya di miliki oleh 1 keluarga, dan dengan peluang yang ada maka ditambahkan dengan pemilik yang berbeda tetapi masih didalam 1 keluarga inti. Dengan adanya peluang ini diharapkan cabang Toko Rina 4 ini dapat menarik perhatian di masyarakat.



Gambar 2. Dokumentasi wawancara

c. Kunjungan ketiga pada tanggal 07 november 2021

Kami melakukan wawancara ketiga pada Toko Rina 4 ini dengan mewawancarai pemilik untuk menanyakan asal modal yang diperoleh pemilik dan bagaimana awal mulanya tercipta ide untuk membuka cabang Toko Rina 4 ini.

Dan kami memperoleh hasil bahwa Modal dijadikan untuk membuka usaha pada Toko Rina 4 ini berasal dari modal pribadi, dimana pemilik memberi informasi bahwa modal ini diperoleh dari penjualan mobil pemilik, dan kemudian dijadikan modal awal untuk memulai unit usaha ini, dan tidak ada modal dari pihak lain yang terlibat di unit usaha.



Gambar 3. Dokumentasi keadaan Toko Rina 4

- d. Kunjungan keempat pada tanggal 19 november 2021

Kami melakukan wawancara ke empat dengan tambahan pertanyaan-pertanyaan mengenai strategi owner didalam menghadapi situasi pasar pada saat ini kepada pemilik usaha dan juga melakukan sesi dokumentasi untuk kebutuhan lampiran pada saat pembuatan laporan ini.



Gambar 4. Dokumentasi di Toko Rina 4

- e. Kunjungan kelima pada tanggal 02 desember 2021

Pada kunjungan kelima ini kami lebih banyak berdiskusi tentang bagaimana strategi yang lebih baik yang dilakukan oleh pemilik agar usahanya lebih menarik di mata masyarakat dan yang lebih utama pada pembeli yang baru



Gambar 5. Dokumentasi diskusi

- f. Kunjungan keenam pada tanggal 10 desember 2021

Pada kunjungan yang terakhir ini kelompok menyampai rasa terimakasih kepada pemilik atau owner Toko Rina 4 karena telah bersedia

meluangkan waktunya selama proses penelitian ini dilakukan



Gambar 6. dokumentasi pengucapan rasa terimakasih kepada pemilik

Dengan terbatasnya akses kami untuk berkunjung ke objek penelitian karena faktor jarak yang jauh untuk ditempuh dan demi keamanan, kami membatasi survey ke objek penelitian ini, survey langsung ke objek penelitian hanya dilakukan sebanyak 6 kali, didalam ini termasuk izin untuk menjadikan objek, sesi wawancara, sesi dokumentasi dan sesi ucapan terima kasih kepada pemilik karena telah bersedia untuk dijadikan objek penelitian kelompok Ocean Blue.

4. Kesimpulan dan Saran

UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Seperti diatur dalam peraturan perundang-undangan No. 20 tahun 2008, sesuai pengertian UMKM tersebut maka kriteria UMKM dibedakan secara masing-masing meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah.

Ada beberapa ciri khusus yang membedakan UMKM dengan usaha-usaha lainnya, yaitu jenis barang atau komoditi yang dapat berganti sewaktu-waktu alias tidak tetap. Tempat usaha sektor UMKM juga bisa berpindah-pindah apabila diperlukan. Selain itu, usaha ini juga belum memiliki penerapan administrasi yang memadai. Ciri usaha UMKM juga bisa dilihat dari sumber daya manusianya yang belum memiliki jiwa wirausaha yang terasah. Sebagian besar pelakunya tidak punya akses perbankan dan tidak memiliki surat izin usaha atau legalitas lainnya, seperti nomor pokok wajib pajak (NPWP).

Kelompok melakukan wawancara kepada pemilik Toko Rina 4 dengan melakukan izin untuk dijadikannya mitra tersebut sebagai objek penelitian guna Tugas Kewiraswastaan ini. Dan Hasil dari wawancara pertama tersebut adalah pemilik atau owner bersedia unit usahanya dijadikan objek untuk

penelitian dan bersedia untuk dilakukan wawancara pertama, dan kami memperoleh informasi bahwa Toko Rina 4 ini baru berjalan selama 3 bulan, dan Toko Rina 4 ini merupakan cabang ke-4 Toko Rina. Mitra ini pada awalnya di miliki oleh 1 keluarga, dan dengan peluang yang ada maka ditambahkan dengan pemilik yang berbeda tetapi masih didalam 1 keluarga inti. Dengan adanya peluang ini diharapkan cabang Toko Rina 4 ini dapat menarik perhatian di masyarakat.

Dan kami memperoleh hasil bahwa Modal yang dijadikan untuk membuka usaha pada Toko Rina ini berasal dari modal pribadi, dimana pemilik memberi informasi bahwa modal ini diperoleh dari penjualan mobil pemilik, dan kemudian dijadikan ke modal awal untuk memulai unit usaha ini. Dan tidak ada modal dari pihak lain yang terlibat di unit usaha.

Dengan terbatasnya akses kami untuk datang ke objek penelitian karena faktor jarak yang jauh untuk ditempuh dan demi keamanan, kami membatasi survey ke objek penelitian ini, survey langsung ke objek penelitian hanya dilakukan sebanyak 6 kali, didalam ini termasuk izin untuk menjadikan objek, sesi wawancara, sesi dokumentasi dan sesi ucapan terimakasih kepada pemilik karena telah bersedia untuk dijadikan objek penelitian bagi kelompok ocean blue.

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari kegiatan sosialisasi Kewirausahaan ini, maka saran dari penulis mengharapkan UMKM Toko Rina 4 ini dapat memperoleh wawasan dan pengetahuan tambahan dalam menerapkan strategi dalam berwirausaha, berinovasi dan berkreaitivitas untuk bertahan pada zaman ini dan dapat bersaing dengan unit usaha yang sama lainnya dan dapat mengembangkan unit usaha sehingga dapat menambah cabang Toko Rina di masa yang akan datang.

5. Referensi

Katadata.co.id. (n.d.). UMKM adalah: Ciri, peran, dan faktor perkembangannya. *Katadata*. Retrieved from <https://katadata.co.id>

Idcloudhost.com. (n.d.). Pengertian UMKM menurut undang-undang: Kriteria dan ciri-ciri UMKM. *IDCloudHost*. Retrieved from <https://idcloudhost.com>

Wikipedia. (n.d.). Sembilan bahan pokok. *Wikipedia*. Retrieved from <https://id.wikipedia.org>

Cano, P. (2020). Title of the article. *Cano Journal*, 8(2), 123–145. Retrieved from <https://journal.upp.ac.id>

Merdeka.com. (2020). Kepemimpinan adalah: Kemampuan memengaruhi orang lain. *Merdeka*. Retrieved from <https://www.merdeka.com>

Manners, A. (2019). Title of the article. *Manners Journal*, 5(1), 45–60. Retrieved from <https://jurnal.unnur.ac.id>



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).