
Penerapan Upaya Meningkatkan Kreativitas di Bidang Pemasaran atau Penjualan dalam Meningkatkan Laba Usaha pada UMKM GB Express Ulak Karang Kec. Padang Utara

**Endah Listiawan¹, Muhammad Ravi², Vindya Arista Candra³,
Viora Rahma Dewita⁴ Ramdani Bayu Putra⁶**

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

Email: endahlistiawan115@gmail.com, muhammadravi0103@gmail.com,
vindyaaristachandra25@gmail.com, vioradewita@gmail.com, ramdanibayuputra@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui upaya dan langkah-langkah yang dilakukan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan kreativitas pada UMKM GB Express yang berlokasi di Ulak Karang Selatan. Kec. Padang Utara, Kota Padang Sumatera Barat. Metode yang digunakan adalah metode penelitiann kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Kegiatan ini bertujuan: 1) Pelaku UMKM GB Express dapat menjalankan usahanya dengan cara meningkatkan kreativitas, 2) dapat meningkatkan laba, 3) meningkatkan nilai pendidikan karakter, kreativitas lewat ide baru untuk bisnis GB Express. Kegiatan dalam pengabdian ini meliputi sosialisasi dan pemaparam materi tentang manajemen pemasaran dalam meningkatkan kreativitas penjual GB Express. Berdasarkan pelaksanaan dan evaluasi hasil kegiatan dapat disimpulkan pelaku UMKM GB Express dapat menjalankan usahanya secara kreatif serta terdapat peningkatan laba dan kapasitas permintaan dari pelanggan dari GB Express juga bertambah.

Kata Kunci : *Kreativitas, Pemasaran, Meningkatkan Laba, UMKM*

Abstrak

This study was conducted to determine the efforts and steps taken by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in increasing creativity at GB Express SMEs located in Ulak Karang Selatan. district. North Padang, Padang City, West Sumatra. The method used is a qualitative research method with a descriptive approach. This activity aims: 1) GB Express SMEs can run their business by increasing creativity, 2) increasing profits, 3) increasing the value of character education, creativity through new ideas for the GB Express business. Activities in this service include socializing and explaining material about marketing management in increasing the creativity of GB Express sellers. Based on the implementation and evaluation of the results of the activity, it can be concluded that the GB Express MSME actors can run their business creatively and there is an increase in profits and the demand capacity from customers from GB Express also increases.

Keywords: *Creativity, Marketing, Increasing Profit, MSME*

PENDAHULUAN

Munculnya pandemi covid-19 yang melanda hampir di seluruh dunia mengakibatkan sendi-sendi kehidupan seperti pendidikan dan perekonomian mengalami kelumpuhan yang berakibat sekolah-sekolah ditutup serta perusahaan-perusahaan banyak yang mengurangi aktivitas produksi

dan bahkan tidak sedikit yang melakukan pemutusan hubungan kerja (PHK). Pandemi COVID-19 yang telah melanda dunia sejak awal 2020 telah memberikan dampak yang cukup besar bagi perekonomian Indonesia, khususnya bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Djuwendah & Karyani, 2020). Perekonomian menjadi shock baik secara perorangan, rumah tangga, perusahaan makro dan mikro bahkan perekonomian negara di dunia. Pandemi ini sangat memukul sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Pelaku usaha harus menghadapi kenyataan turunnya pemasaran akibat berkurangnya pembeli yang bertumpuk dengan terpukulnya daya beli masyarakat. Kondisi ini bukanlah hal yang dapat kita biarkan begitu saja (Nabila et al., 2020).

Pengembangan UMKM menjadi sangat relevan dilakukan daerah-daerah di Indonesia mengingat struktur usaha yang berkembang selama ini bertumpu pada keberadaan industri kecil, rumah tangga, dan menengah meskipun dengan kondisi yang memprihatinkan, baik dari segi nilai tambah maupun dari keuntungan yang diperoleh terkait pengembangan usaha. Kota Padang merupakan daerah yang strategis ditinjau dari segi geografisnya, terutama kaitannya dengan wisata dan kuliner.

Kota Padang memiliki berbagai macam UMKM yang didirikan oleh masyarakat sekitar. Dapat kita lihat perkembangan UMKM di Kota Padang mencapai 10.411 usaha mikro, yang tergabung pada 17 kelompok usaha masyarakat di 11 kecamatan se-Kota Padang. Salah satu bagian dari sebaran UMKM di kota Padang ini GB Express yang berlokasi di Jalan S. Parman No. 137, Ulak Karang Selatan. Kec. Padang Utara, Kota Padang Sumatera Barat.

“GB Express” yang merupakan *second brand* di berbagai kalangan, bukan hanya di kalangan anak muda saja tetapi juga di semua kalangan. GB Express merupakan *second brand* dari Geprek Benu yang lebih minimalis dan mudah dijangkau serta ekonomis. Rasa GB Express tak kalah lezat dari geprek benu yang dijual dan terkenal sudah lama. GB Express sendiri memiliki konsep yang lebih simple dan bisa dibuka di depan rumah dan di *foodcourt*. Dengan menu utama masih ayam goreng krispi namun tidak digeprek, GB Express menawarkan harga yang sangat ekonomis dan penyajian yang cepat. Saat ini GB Express sedang banyak dikunjungi oleh para masyarakat pecinta ayam geprek, dikarenakan bisnis yang dijalankan UMKM ini cukup menjanjikan.

Dunia bisnis semakin lama semakin berkembang dan semakin banyak pesaing yang tidak dapat dihindari. Adanya tekanan bisnis dari pesaing yang kuat, secara tidak langsung mempengaruhi kinerja pemasaran yang dialami UMKM. UMKM saat ini merupakan segmen terbesar bagi pelaku ekonomi nasional. Industri kecil sangat berperan penting sebagai alat bantu masyarakat sebagai salah satu solusi untuk tetap bertahan menghadapi krisis ekonomi.

Permasalahan yang dihadapi sebenarnya adalah rendahnya produktivitas pada penciptaan produk baru akibat kurangnya daya kreativitas sehingga kinerja pemasaran tidak berjalan dengan stabil (Handayani, 2021). Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di Indonesia secara umum dan di Sumatera Barat secara khusus yang semakin mendapat perhatian dari Pemerintah. Karena sejatinya UMKM berperan besar bagi kemajuan perekonomian Indonesia secara makro. Pemerintah selalu mendukung dan mengupayakan agar semakin banyak UMKM yang tumbuh dan berkembang agar perekonomian Indonesia semakin membaik. Dengan memberdayakan UMKM maka para pelaku UMKM dapat mensejahterakan keluarganya dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi yang membutuhkan (Sucahyawati et al., 2019).

Sumber daya manusia yang berkualitas pada kegiatan UMKM diharapkan mampu untuk meningkatkan kreativitas atas produk yang dihasilkannya terutama pada produk makanan ringan. Selain itu dengan dukungan SDM yang memadai, maka usaha yang dijalankan dapat menjadi pemenang di tengah persaingan usaha di era globalisasi ini (Rosmadi, 2021).

Upaya dalam menciptakan kreativitas pada produknya, UMKM harus memiliki keunggulan kompetitif dengan cara yaitu memanfaatkan teknologi yang ada saat ini. Kreativitas produk juga mempunyai peranan penting dalam memenangkan persaingan, mempertahankan keunggulan produk dan juga menciptakan keutamaan pasar. Seorang wirausaha menciptakan kreativitas produk merupakan sesuatu keharusan untuk memenangkan persaingan dengan produk yang berkualitas, dan keinginan konsumen yang tidak pasti (Aisyah et al., 2021). Dengan adanya kreativitas baik dari pelaku usaha maupun karyawannya, maka berdampak bukan hanya pada kualitas produk saja tetapi pada peningkatan jumlah penjualan, produk sulit untuk ditiru, serta dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak. Maka dengan adanya kreativitas yang dilakukan sebuah UMKM akan mampu bersaing di dunia bisnis dan juga mendapatkan laba yang tinggi tentunya.

Apabila UMKM mampu untuk menerapkan nilai-nilai tersebut maka dalam setiap melakukan produksi akan memberikan dampak positif. Hal tersebut seperti penerapan salah satu dari 12 Prinsip Dasar UPI "YPTK" yaitu pengembangan kreatifitas dan inovasi terhadap usaha dalam bentuk sector apaun itu. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengambil judul "Penerapan Upaya Meningkatkan Kreativitas Di Bidang Pemasaran Atau Penjualan Dalam Meningkatkan Laba Usaha Pada Umkm Gb Express Ulak Karang Kec. Padang Utara".

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (field research) yakni, pengamatan langsung pada objek yang di teliti guna mendapatkan data yang relevan. Penelitian ini termasuk penelitian Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dimana yang dikemukakan bukan berupa angket. Peneliti

memilih jenis penelitian kualitatif ini agar dapat lebih memudahkan mendapatkan informasi secara aktual. Sumber data Adapun sumber data yang di peroleh yaitu:

- a. Data primer langsung dari objek penelitian dan informan yang akan diwawancarai
- b. Data sekunder di peroleh dari beberapa literatur seperti jurnal ilmiah, buku, dan publikasi lainnya yang berhubungan dengan tanggung jawab, disiplin dan kerja sama tim dalam menjalankan UMKM Gb Express.

Desain penelitian adalah penelitian kualitatif. Deskriptif kualitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan pelaku yang dapat diamati. Dengan pemilihan metode ini diharapkan dapat memberikan gambaran tentang tanggung jawab, disiplin dan kerja sama tim dalam menjalankan UMKM Gb Express. Prosedur atau teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data. Bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data maka tekni pengumpulan data dapat dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi dan gabungan keempatnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian peningkatan keativitas dan manajemen pemasaran pada usaha ayam geprek gb express dilaksanakan di Jalan S. Parman No. 137, Ulak Karang Selatan. Kec. Padang Utara, Kota Padang Sumatera Barat. Kegiatan ini dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan dan disepakati oleh pelaku UMKM atau karyawan yang ada di tempat makan ayam geprek gb express tersebut. Identifikasi materi pelatihan sosialisasi dilaksanakan pada tanggal 26 Oktober 2021.

Kegiatan ini dilaksanakan dalam rangka memenuhi tugas Tri Dharma Perguruan Tinggi UPI YPTK Padang, yang salah satu nya adalah pengabdian pada masyarakat, yang bertujuan untuk menerapkan nilai pendidikan karakter seperti salah satu nilai yang ada di 12 prinsip UPI YPTK PADANG yaitu meningkatkan kreativitas. Maka, Pelatihan ini diberikan untuk menambah pendapatan(laba) dan menumbuhkan usaha ekonomi masyarakat kecil serta menumbuhkan kreatifitas dan produktifitas masyarakat.

Setelah melakukan pengamatan dan penelitian serta memberikan sosialisasi pada UMKM GB EXPRESS mengenai upaya meningkatkan kreativitas terhadap UMKM GB EXPRESS yang dilakukan, peneliti akan menganalisis data dari hasil pengamatannya.

Dengan memberikan sosialisasi untuk memberikan strategi untuk meningkatkan pemasaran sebagai solusi terhadap permasalahan tersebut. Adapun ada beberapa alternatif yang kami berikan untuk mengatasi masalah ini :

1. Sosialisasi pengenalan mengenai betapa pentingnya penerapan upaya meningkatkan kreativitas dalam pemasaran atau penjualan untuk mempertahankan pendapatan dan juga untuk menerakan nilai pendidikan karakter dalam diri pelaku UMKM.
2. Memberikan penjelasan jenis-jenis strategi penerapan yang tepat untuk meningkatkan pemasaran.
3. Memberikan pengetahuan hal-hal terbaru dalam memasarkan produk secara online ataupun offline.
4. Memberikan kagiatan yang dapat menumbuhkan kesadaran dan jiwa kewirausahaan karyawan mitra sehingga eksistensi usaha mitra tetap terjaga dan berkelanjutan.
5. Memberikan penjelasan tentang pentingnya pengemasan produk yang menarik sehingga dapat memancing konsumen

Pelatihan manajemen pemasaran diberikan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan usaha kecil (mitra) dalam bidang pemasaran. Pada tahapan ini alternatif teknologi yang diterapkan adalah pengenalan praktik-praktik implementasi sistem dan strategi manajemen pemasaran yang tepat. Materi dalam pelatihan ini ditekankan pada penentuan strategi pemasaran terutama strategi promosi yang tepat bagi produknya, sehingga meningkatkan omzet penjualan.

Sosialisasi ini diberikan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan manajerial dalam menjalankan usaha, mempercepat proses belajar sehingga dapat menyelesaikan persoalan operasional usaha, dan meningkatkan kinerja usaha secara efisien. Selain itu pelatihan ini juga untuk membantu meningkatkan semangat dan memotivasi mitra. Pada tahapan ini alternatif teknologi yang diterapkan adalah memperkenalkan praktik-praktik manajerial (Rahmayanti et al., 2021).

Sosialisasi atau penerapan kreativitas yang dilaksanakan terhadap pelaku UMKM dan pengusaha kecil ayam geprek gb express telah memberikan manfaat positif bagi pengembangan usahanya.

Manfaat tersebut diantaranya:

1. Meningkatnya pemahaman dan pengetahuan usaha kecil (peserta) dalam bidang pemasaran, indikasinya bahwa peserta dapat memanfaatkan peluang yang ada, dan dapat melayani permintaan konsumen terhadap makanan ayam geprek yang diminati.

2. Peserta dapat memperluas jaringan kerjasama dengan pengusaha atau rekanan lainnya untuk menjual makanan ayam geprek dan menginformasikan mengenai makanan jenis barunya.
3. Meningkatnya pemahaman dan keterampilan manajerial dalam menjalankan usaha dan mengembangkan usaha sehingga menimbulkan ide-ide kreatif dari bisnis yang dijalani.
4. Meningkatnya laba atau adanya keuntungan yang bisa dijadikan motivasi untuk mulai membuka cabang bisnis ayam geprek terbaru
5. Pelaku UMKM juga dapat menerapkan nilai pendidikan karakter seperti lebih meningkatkan kreativitas, agar dalam diri individu menjadi hal yang positif dalam melayani konsumen yang datang ke UMKM Gb Express.



Gambar 1
Sosialisasi foto bersama pelaku atau penjual gb express

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Kegiatan pengabdian ini mendapatkan sambutan yang cukup baik dari pelaku atau penjual gb express, hal ini ditunjukkan dengan partisipasi aktif dari para pelaku UMKM dengan mengikuti secara baik . Pelatihan Sosialisasi ini memberikan keterampilan dan pengetahuan tentang teknik meningkatkan ide kreatif dengan pemasaran dan cara pemasarannya, sebagai bekal untuk memulai usaha sampingan yang dapat menumbuhkan usaha ekonomi berskala kecil. Dengan dikuasainya sejumlah kreativitas oleh pelaku UMKM akan berdampak juga pada peningkatan taraf ekonomi individu.

Kepada pelaku UMKM diharapkan bisa menerapkan kemampuan kompetensi yang didapat dari materi tersebut sebagai life skill (kecakapan hidup), untuk dipergunakan melayani konsumen yang ingin berkunjung ke GB Express. Ketika berada dilingkungan masyarakat juga sangat perlu menerapkan

pendidikan karakter dalam diri kita seperti contohnya hal hal atau perilaku sifat positif contohnya dalam meningkatkan kreativitas, kita harus berusaha agar bisnis yang dijalankan dapat bersaing dan terus maju tentunya dilungkungan masyarakat. Selain itu seringkali memahami strategi atau berpikir apakah ada kesalahan dan kekurangan dalam menjalankan bisnis UMKM agar dapat terus meningkatkan kreatifitas yang dimiliki sehingga menjadikan individu yang kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, M. N., Nuringwahyu, S., & Zunaida, D. (2021). TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN (STUDI PADA ONLINE SHOP MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM MALANG DENGAN MEMANFAATKAN MEDIA SOSIAL INSTRAGRAM). *Jurnal Fakultas Administrasi Bisnis*, 10(2), 226–231.
- Djuwendah, E., & Karyani, T. (2020). *PENYULUHAN INOVASI PRODUK DAN PEMASARAN INDUSTRI KECIL PANGAN DI DESA GUNUNG MANIK TANJUNGSARI SUMEDANG*. 9(4), 235–240.
- Handayani, M. M. (2021). Pengaruh kreativitas pemasaran dan promosi online terhadap kinerja pemasaran pengrajin patung garuda wisnu kencana di desa pakudui kabupaten gianyar. 13(2085), 62–75.
- Nabila, M. E., Natalia, D., & Fitriyani, N. T. (2020). Strategi UMKM Berjuang di Tengah Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada UMKM Rentjana Coffee Roastery). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 19, 264–269.
- Rahmayanti, S., Misral, M., & Sandri, S. H. (2021). Peningkatan Ketrampilan Dan Manajemen Pemasaran Usaha Rumahan Penghasil Kue Di Kelurahan Sidomulyo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 15–20.
- Rosmadi, M. L. N. (2021). Inovasi dan Kreativitas Pelaku Usaha UMKM di Era Covid-19. *Jurnal IKRA-ITH Ekonomika*, 4(2), 87–94.
- Sucahyawati, H., Hendrawan, A., & Kuswantoro, F. (2019). Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Hummansi*, 2(1), 25–36.