

## PELATIHAN PENJUALAN TERHADAP PELAKU UMKM DI KECAMATAN BUNGUS TELUK KABUNG KOTA PADANG

Awalul Khairi<sup>1</sup>, Jimmy Novrianto Sharma<sup>2</sup>, Usman<sup>3</sup>

<sup>1</sup>) Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

<sup>2</sup>) Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

<sup>3</sup>) Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

*e-mail:* awalulkhairi@upiyptk.ac.id

### Abstrak

Bisnis UMKM saat ini menopang lebih dari 90 persen perekonomian Indonesia. Namun usaha UMKM masih mempunyai banyak kendala terutama dalam inovasi penjualan, ini disebabkan sebagian besar UMKM kurang mempelajari dan diskusi yang cukup mendalam mengenai hal tersebut. Di sisi lain pelaku UMKM telah memiliki cukup banyak pengalaman dalam dunia usaha sehingga jika diberikan pemahaman tentang inovasi penjualan maka pelaku UMKM dapat langsung mengaplikasikan ilmu tersebut pada usaha mereka. Saat ini bisnis yang mampu bertahan adalah bisnis yang selalu berinovasi mengikuti perkembangan zaman. Dalam bisnis mereka yang mampu bertahan dalam persaingan bukan hanya mereka yang kuat namun juga yang paling mampu beradaptasi. Contohnya dapat kita lihat pada produsen telepon genggam Nokia yang begitu merajai bisnis telepon genggam selama puluhan tahun harus gulung tikar karena tidak adaptif terhadap perkembangan zaman. Melihat kondisi tersebut, kami Dosen UPI-YPTK Padang berinisiatif untuk melakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dalam rangka berbagi ilmu yang kami miliki kepada pelaku UMKM di Kecamatan Bungus Teluk Kabung Kota Padang. Diharapkan dengan kegiatan PKM ini dapat meningkatkan kemampuan berinovasi pelaku UMKM di lokasi kegiatan sehingga dapat meningkatkan taraf perekonomian di daerah tersebut.

**Kata kunci:** Inovasi; Pelaku UMKM; Peningkatan Penjualan

### Abstract

The MSME business currently supports more than 90 percent of the Indonesian economy. However, MSME businesses still have many obstacles, especially in sales innovation, this is because most MSMEs do not study and have in-depth discussions about this. On the other hand, MSMEs have had a lot of experience in the business world so that if they are given an understanding of sales innovation, MSME actors can immediately apply this knowledge to their businesses. Currently a business that is able to survive is a business that always innovates to keep up with the times. In business those who are able to survive in the competition are not only the strongest but also the most adaptable. For example, we can see that the mobile phone manufacturer Nokia, which dominated the mobile phone business for decades, had to go out of business because it was not adaptive to the times. Seeing these conditions, as the Lecturers of UPI-YPTK Padang took the initiative to carry out Community Service activities in order to share the knowledge we have with MSMEs in Bungus Teluk Kabung District, Padang City. It is hoped that this PKM activity can increase the ability of MSME actors to innovate at activity locations so that they can increase the level of the economy in the area.

**Keywords:** Innovation, MSME Actors, Sales Increase

### PENDAHULUAN

Usaha UMKM adalah bidang usaha yang membuka paling banyak lapangan kerja di seluruh Indonesia. Pada satu bisnis UMKM setidaknya bisa mempekerjakan 2 sampai 10 orang tenaga kerja mulai dari tamatan SMA/SMK sampai kepada tenaga kerja lulusan perguruan tinggi. Bisa dibayangkan berapa besar jumlah tenaga kerja yang dapat diserap jika seluruh UMKM di Indonesia bisa terus diberdayakan.

Salah satu cara memberdayakan UMKM adalah dengan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam bidang inovasi kemasan. Hal ini penting, sebab UMKM saat ini terlalu sibuk dalam bidang operasional atau memproduksi barang yang akan mereka jual, namun mereka lupa untuk memasarkan barang yang mereka produksi tersebut dengan cara yang lebih inovatif dan masih terjebak dengan cara-cara penjualan konvensional. Salah satu inovasi yang dapat dilakukan pelaku UMKM

adalah dengan melakukan inovasi terhadap kemasan produk mereka. Sebab selama ini pelaku UMKM terjebak dengan kemasan yang masih sangat tradisional.

Kualitas produk yang sudah bagus juga harus diimbangi dengan kemasan produk yang menarik. Sebab secara psikologis pembeli lebih tertarik membeli produk dengan kemasan yang bagus. Bukti kongkritnya bisa kita lihat di lapangan, semua produk yang laris manis pasti memiliki kemasan yang bagus. Bagus itu tidak hanya enak dilihat namun kemampuan kemasan mempertahankan kualitas produk dalam waktu yang cukup lama.

Selain itu dengan melakukan inovasi kemasan, produk kita akan terlihat berbeda di pasaran sehingga mudah terlihat oleh konsumen. Karena dalam bisnis baik saja tidak cukup akan tetapi kita juga harus berbeda. Menurut Sa'ud (2014) inovasi ialah pilihan kreatif, pengaturan dan seperangkat manusia dan sumber-sumber material baru atau menggunakan cara unik yang akan menghasilkan peningkatan pencapaian tujuan-tujuan yang diharapkan. Sedangkan Harvard's Theodore Levitt dalam Suryana (2014:43) mengemukakan definisi dari inovasi adalah kemampuan mengaplikasikan solusi yang kreatif terhadap permasalahan dan peluang yang ada untuk lebih memakmurkan kehidupan masyarakat. Jadi inovasi adalah melakukan sesuatu yang baru.

Ada beragam permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam melakukan inovasi terhadap usaha mereka, terutama keterbatasan informasi dan pengetahuan. Sehingga mereka terjebak dalam rutinitas produksi dan penjualan.

Kebanyakan pelaku bisnis UMKM bukanlah mereka yang memiliki latar belakang pendidikan bisnis, dengan demikian tujuan kegiatan ini adalah agar tercipta UMKM yang mempunyai daya saing dalam bidang pemasaran dengan pelaku usaha yang berada di daerah lain di seluruh Indonesia.

Kami tim PKM UPI-YPTK menginginkan adanya sinergi antara akademisi dengan pelaku usaha dalam hal peningkatan kemampuan dan kapasitas pelaku UMKM yang ada di Sumatera Barat. Masih banyak kekurangan dari pelaku UMKM yang harus diperbaiki namun kebanyakan dari mereka tidak menyadarinya. Di sini tim PKM UPI-YPTK hadir untuk bersinergi dan berkolaborasi sehingga akan tumbuh UMKM yang memiliki kualitas nasional maupun internasional.

## METODE

### A. Lokasi kegiatan

Lokasi pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini adalah di Kecamatan Bungus Teluk Kabung Kota Padang.

### B. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mengusung tema pengaruh inovasi kemasan produk terhadap peningkatan penjualan ini menggunakan metode presentasi produk, diskusi, tanya jawab dan kerja kelompok. Metode ini bertujuan memancing kreatifitas dan kemampuan pelaku UMKM mendesain sendiri secara manual kemasan produk mereka dengan standar yang sudah lebih baik baik dari segi tampilan maupun kualitas. Sehingga ketika pelaku UMKM melakukan pengemasan ulang produk mereka, para pelaku UMKM sudah memahami seperti apa standar kemasan produk yang baik. Implementasi kegiatan dapat disimpulkan dalam diagram berikut ini:



#### 1. Persiapan

Untuk dapat mencapai tujuan yang diinginkan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, perlu dilakukan persiapan sebelum terjun ke lapangan. Berikut ini adalah persiapan-persiapan yang dilakukan sebelum melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat. Hal pertama yang dilakukan adalah pembentukan kepanitiaan pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat yang di SK-kan oleh ketua LPPM Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang. Kedua, memilih tema dan kebijakan-kebijakan penting terkait bentuk kegiatan yang akan diselenggarakan. Ketiga, melakukan survey lokasi dengan cara mendatangi langsung tempat atau lokasi kegiatan. Kegiatan ini diakhiri dengan membuat kerjasama berupa pengagendaaan jadwal kegiatan PKM. Keempat, mendata dengan baik seluruh peserta kegiatan dan fasilitas yang dapat digunakan selama berkegiatan. Persiapan selanjutnya adalah penulisan proposal dan penyelesaian administrasi tempat atau lokasi

pengabdian kepada masyarakat serta penyusunan materi pelatihan. Setelah itu adalah merealisasikan seluruh agenda.

2. Implementasi kegiatan

Adapun tindakan atau pelaksanaan dari rencana yang sudah disusun yang diberikan kepada pelaku UMKM, diantaranya adalah 1) pemberian materi tentang peluang pemasaran usaha UMKM, 2) memberikan trik dan strategi kepada pelaku UMKM dalam membuat program pemasaran, 3) memberikan pelatihan agar pelaku UMKM dapat menerapkan trik dan strategi yang telah diberikan oleh tim PKM UPI-YPTK Padang dalam memasarkan produk mereka.

3. Evaluasi

Dengan terlaksananya kegiatan PKM ini, diharapkan setidaknya 80% pelaku UMKM dapat membuat inovasi kemasan untuk usaha mereka, dan juga ini sebagai bukti bahwa seluruh agenda yang sudah direncanakan terlaksana dengan baik.

4. Laporan Kegiatan

Setelah terlaksananya kegiatan PKM ini, maka tim PKM Mandiri UPI YPTK Padang membuat laporan kegiatan. Kemudian laporan tersebut diserahkan kepada LPPM UPI YPTK Padang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian terhadap masyarakat ini dilakukan dengan beberapa tahap. Pada tahap pertama Tim PKM melakukan presentasi tentang inovasi dan pentingnya inovasi penjualan dan kemasan terhadap pelaku UMKM di Kecamatan Bungus Teluk Kabung. Menurut Nurdin (2016) Inovasi ialah sesuatu yang baru yaitu dengan memperkenalkan dan melakukan praktik atau proses baru (barang atau layanan) atau bisa juga dengan mengadopsi pola baru yang berasal dari organisasi lain.

Fakta di lapangan telah membuktikan bahwa produk yang laris di pasaran adalah produk yang memiliki kualitas yang baik. Kualitas kemasan yang baik memberikan keyakinan kepada calon pembeli untuk membeli produk tersebut. Ada banyak produk yang sebenarnya memiliki kualitas yang baik, namun karena kualitas kemasan yang jelek membuat produk tersebut tidak laris di pasaran. Lihat saja produk makanan ringan yang suka dibeli anak-anak yang sebenarnya rasanya biasa saja namun tetap dibeli sebab memiliki kemasan yang baik. Berikut kegiatan presentasi tentang inovasi dan pentingnya inovasi kemasan kepada pelaku UMKM tersebut.



Gambar 1. Pemberian ceramah/ penjelasan kepada pelaku UMKM sebelum materi diberikan

Dari gambar di atas, terlihat pelaku UMKM yang serius dalam mendengar penjelasan yang diberikan oleh tim PKM UPI-YPTK Padang. Walaupun tema yang didiskusikan cukup berat namun bahasa yang digunakan adalah bahasa yang mudah dipahami sehingga pelaku UMKM terlihat sangat tertarik. Tahap kegiatan yang kedua adalah pemberian materi inovasi dan pentingnya inovasi kemasan kepada para pelaku UMKM. Materi yang dilakukan adalah pengenalan mengenai inovasi yang

diberikan dengan bahasa yang mudah dipahami, kemudian menjabarkan contoh-contoh kemasan produk yang menarik.



Gambar 2. Penjelasan Materi

Pada gambar 2 tim PKM memberikan penjelasan materi dan motivasi mengenai produk-produk yang sukses di pasaran setelah memperbaharui kemasan mereka. Pelaku diminta menjelaskan apa saja yang menyebabkan produk-produk tersebut laris di pasaran kemudian peserta lain diminta untuk menanggapi sehingga terjadi diskusi yang cukup dinamis disebabkan pelaku UMKM memiliki pengalaman yang berbeda-beda dalam mengemas produk mereka. Tahapan yang ketiga adalah meminta para pelaku menjelaskan bagaimana kemasan produk yang lebih bagus dan menarik bagi produk mereka. Dari penjelasan yang mereka berikan dapat diketahui akar permasalahan yang mereka hadapi dalam mengemas produk mereka adalah keterbatasan informasi dan kemampuan teknologi yang mereka miliki.



Gambar 3. Penjelasan dari peserta

Tahapan kegiatan selanjutnya, para pelaku UMKM diminta mendesain sendiri kemasan produk mereka. Bagaimana bentuk, ukuran, warna dan bahan apa yang akan mereka gunakan pada inovasi kemasan mereka nantinya. Pada tahapan ini para pelaku UMKM terlihat semakin bersemangat sebab pada tahap ini mereka bisa mengimajinasikan bagaimana nantinya desain produk mereka. Desain mereka buat tentunya jauh lebih bagus dan menarik daripada kemasan produk mereka saat ini yang masih sangat tradisional.

Pada tahap ini sudah terlihat jika pelaku UMKM sudah memahami dan mampu mengaplikasikan sendiri desain produk yang baik. Walaupun masih terkendala dalam hal mendesain namun mereka mereka sudah memahami bagaimana desain kemasan produk yang baik.

Di akhir sesi, tim PKM melakukan reward terhadap pelaku UMKM yang memiliki desain kemasan yang paling menarik. Setiap pelaku UMKM diberikan souvenir menarik untuk memotivasi mereka untuk selalu berinovasi pada usaha mereka tidak hanya inovasi kemasan namun juga inovasi bisnis secara keseluruhan.



Gambar 4. Penutupan kegiatan PKM

Sehari setelah kegiatan pemberian materi, beberapa pelaku diminta langsung mengaplikasikan hasil yang sudah mereka dapat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini. Seminggu setelah mereka memperbaharui kemasan pada produk, terlihat peningkatan pada jumlah penjualan mereka setiap harinya. Rata-rata penjualan mereka hanya 15 bungkus sampai 17 bungkus produk setiap harinya, setelah dilakukan inovasi kemasan mereka bisa menjual 20 bungkus produk setiap hari. Selain itu konsumen juga ada yang melakukan pembelian berulang untuk produk-produk tersebut. Efek lainnya dari inovasi kemasan adalah terjadi promosi word of mouth atau mulut ke mulut karena orang-orang mulai tertarik dengan kemasan produk yang baru ini.

Tim PKM UPI YPTK juga meminta beberapa dengan penilaian terbaik untuk menjadi guru nantinya bagi pelaku UMKM di Kecamatan Bungus Teluk Kabung yang ingin melakukan inovasi terhadap kemasan produknya namun belum memiliki kesempatan mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

## SIMPULAN

Dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif inovasi kemasan terhadap penjualan produk UMKM. Sebab produk pelaku UMKM yang memang sudah bagus secara kualitas menjadi terikat semakin menarik dengan kemasan yang baru. Pembeli juga semakin tertarik karena kualitas bahan kemasan yang lebih bagus membuat produk makanan dapat terjamin kualitasnya karena tidak mudah masuk angin yang dapat mengurangi rasa dari produk itu sendiri. Tentunya inovasi kemasan ini tidak berhenti disini saja, pelaku UMKM tetap dituntut tetap terus berinovasi dalam hal-hal lain yang dapat menunjang peningkatan penjualan produk mereka sehingga produk UMKM masyarakat di Kecamatan Bungus Teluk Kabung Kota Padang dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya baik di Sumatera Barat maupun di seluruh Indonesia.

## SARAN

Diharapkan ke depannya semakin banyak dosen dan instansi terkait memberikan perhatian terhadap UMKM. Sebab UMKM mempunyai dampak yang sangat besar kepada perekonomian masyarakat apalagi di saat terjadinya krisis. Masih banyak hal yang bisa dikembangkan dari UMKM di Sumatera Barat apalagi daerah ini memiliki banyak sekali produk khas yang bisa dijual, apalagi jika dikemas dan dikelola dengan cara yang menarik dan professional.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami dari tim PKM UPI-YPTK Padang mengucapkan banyak terima kasih terhadap pihak-pihak dan rekan-rekan yang telah membantu terwujudnya kegiatan ini, terutama Bapak Camat Bungus Teluk Kabung Kota Padang yang telah memberikan izin dan menyediakan fasilitas yang sangat memadai

untuk melaksanakan kegiatan pengabdian terhadap masyarakat ini. Diharapkan melalui kegiatan ini dapat muncul ide-ide kreatif lainnya dari pelaku UMKM di daerah ini sehingga dapat meningkatkan taraf hidup seluruh pelaku UMKM.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Cenadi, C. S. (2000). *Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran dari NIRMANA*. Jurnal Ilmu Komunikasi Visual, 2 (1): 92-103
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga :Jakarta.
- Kotler, Keller. (2012). *Marketing Management*, 14th, Pearson Education.
- Rahman, Moch. Aulia. (2014). *Inovasi Produk Prol Tape pada UD. Primadona Jember*. Skripsi Jurusan Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- Sari, Ayu Nita. (2012). *Inovasi Desain Kemasan Lempok Durian Sebagai Strategi Untuk Meningkatkan Umur Simpan Dan Daya Jual Produk di Kalimantan Selatan dari Prestasi*. Jurnal Teknologi Industri Pertanian, 1 (2): 118-127
- Sekaran, U. (2014). *Research Methods For Busines* (edisi 4). Erlangga : Jakarta.
- Sugiyono.(2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang : Jakarta.
- Wijaya, Marcellina Nadia, Marcelina dan Harjanti, Dhyah. (2015). *Analisa Deskriptif Inovasi Pada Ron's Laboratory Surabaya dari AGORA*. Jurnal Manajemen Bisnis, 3 (1): 587-594