

Artikel Info

Received: 03 December 2021	Revised: 20 December 2021	Accepted: 05 January 2022	Published: 27 February 2022
--------------------------------------	-------------------------------------	-------------------------------------	---------------------------------------

Strategi Pengembangan Usaha dan Peningkatan Kinerja UMKM di Masyarakat Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat

Endri Dorens^{1*}, Defiani Chairin²

Sekolah Tinggi Agama Islam Syekh H. Abdul Halim Hasan Al-Islahiyah Binjai^{*1, 2}

*¹email: endradores@gmail.com

²email: derinkusuma.09@gmail.com

Abstract: *Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) have the potential to increase income and absorb labor. This community service aims to develop businesses and improve employee performance by looking for business development strategies and MSME Performance Improvements that can be used to increase people's income, so that they can obtain maximum profit so that the business can continue to grow to increase income, including increasing the income of the people who work at the dry tofu factory. Business development strategy and improving the performance of MSMEs by improving and maintaining product quality, maintaining product cleanliness and customer satisfaction with the products offered. From the results and discussion, it can be concluded that the Business Development Strategy and Performance Improvement of Community MSMEs in the Selesai District, Langkat Regency will experience developments that continue to improve, these MSMEs have an*

Abstrak: Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki potensi untuk meningkatkan pendapatan dan menyerap tenaga kerja, Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan usaha dan meningkatkan kinerja karyawan dengan mencari strategi pengembangan Usaha dan Peningkatan Kinerja UMKM yang dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat, agar dapat memperoleh laba yang maksimum sehingga usaha tersebut dapat terus berkembang untuk meningkatkan pendapatan, termasuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang bekerja pada pabrik tahu kering tersebut. Strategi pengembangan usaha dan peningkatan kinerja UMKM dengan cara meningkatkan serta menjaga kualitas produk, menjaga kebersihan produk dan kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Dari hasil dan pembahasan dapat di simpulkan bahwa Strategi Pengembangan Usaha dan Peningkatan kinerja UMKM Masyarakat Di Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat akan mengalami perkembangan yang terus

important role in improving community welfare and increasing the income of the surrounding community so that they can meet their daily needs. such as food, as well as other needs such as shelter, family health, the need for their children's education, and other needs.

Keywords: Strategy, Business Development, Performance Improvement and MSMEs.

membalik, UMKM ini mempunyai peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menambah pendapatan masyarakat sekitar sehingga dapat untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari seperti pangan, maupun kebutuhan lainnya seperti tempat tinggal, kesehatan keluarga, kebutuhan untuk pendidikan anak-anak mereka, dan kebutuhan lainnya.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan Usaha, Peningkatan Kinerja dan UMKM.

A. Pendahuluan

Terdapat kelompok usaha yang memiliki kontribusi yang besar bagi perekonomian di Indonesia yaitu Usaha Mikro atau Kecil, dan Menengah (UMKM). Adanya UMKM di Indonesia memberikan perluasan kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja, pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) dan untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif karena bertindak sebagai penyedia jaring pengaman terutama bagi masyarakat berpendapatan rendah. Sehingga perlu adanya dukungan terhadap kokohnya stabilitas makro ekonomi dan sistem keuangan itu dalam rangka mencapai pertumbuhan ekonomi yang stabil dan berkelanjutan. Salah satunya dengan cara pemberdayaan sektor riil khususnya pengembangan UMKM yang berkontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pengembangan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari sistem ekonomi di masyarakat modern, khususnya di Indonesia. Pemasaran dengan menggunakan strategi promosi sudah berkembang menjadi sistem komunikasi yang sangat penting tidak saja bagi produsen barang maupun jasa tetapi juga bagi para konsumennya (Gurmilang, 2015). Kemampuan dan metode promosi dalam menyampaikan informasi kepada konsumen menjadikan hal

tersebut sebagai hal yang penting dan berpengaruh terhadap keberhasilan pemasaran serta pembentukan suatu brand image bagi perusahaan (Ayuni, 2019).

Pertumbuhan ekonomi dan mobilitas masyarakat yang semakin meningkat, menyebabkan konsumsi barang dan jasa terus meningkat serta membuka peluang baru bagi masyarakat untuk membuka usaha guna untuk memenuhi kebutuhan akan permintaan, juga untuk meningkatkan perekonomian masyarakat itu sendiri (Alam, Mitra, & Magetan, 2018). Sebagaimana diketahui bahwa produk ataupun jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tidak mungkin dapat mencari sendiri pembeli atau peminatnya, oleh karena itu dibutuhkan aktivitas pengembangan yang mempunyai peranan penting untuk keberhasilan atau kelangsungan bertumbuh kembang di pasarnya (Kurniawati, Santoso, & Widowati, 2019). Disamping itu aktivitas pengembangan yang diterapkan harus ditinjau dan dikembangkan sesuai dengan perkembangan pasar dan lingkungan. Disertai dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih, pemasaran bukan lagi sesuatu hal yang sulit untuk dilakukan. Teknologi telah mempermudah segala proses promosi dengan baik dan cepat dengan menggunakan beberapa media massa seperti, brosur, koran, majalah, maupun media lainnya seperti handphone, computer, faximile, dan lain-lain. Dengan beberapa media tersebut, strategi pemasaran melalui teknologi, ini dapat menunjang pertumbuhan penjualan secara efektif.

Beberapa badan usaha tidak berani dalam melakukan promosi yang akan membutuhkan modal yang lebih besar, mereka tidak menyadari bahwa dengan semakin bagusnya strategi promosi maka akan semakin baik pula terhadap volume penjualan (Setyawati & Woelandari P.G, 2019). Kebanyakan dari badan usaha yang masih tergolong UMKM masih mempertahankan promosi secara manual atau hanya dari mulut ke mulut dan mengabaikan promosi lewat media sosial atau metode promosi lainnya yang akan membutuhkan biaya. Volume penjualan yang baik berawal dari strategi promosi yang baik. Konsumen hanya akan mengenal produk dan memutuskan

untuk membeli produk melalui promosi yang baik (Weenas, 2013), (Roring, Oroh, & Gulla, 2015). Salah satu organisasi yang menyokong perekonomian Masyarakat Kec. Selesai Kab. Langkat ini adalah UMKM. UMKM Pabrik Tahu Kering salah satunya yang merupakan salah satu UMKM yang memperdayakan Masyarakat setempat agar masyarakat setempat tetap memiliki penghasilan/ pendapatan sehingga bisa mencukupi kebutuhan keluarganya seperti terpenuhinya pangan, kesehatan, tempat tinggal, kebutuhan pendidikan untuk anaknya dan kebutuhan lainnya. Setelah dianalisis maka permasalahan yang dihadapi oleh mitra hanya menggunakan cara lama dalam mengembangkan usaha dan meningkatkan kinerja.

Secara umum tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat di Kecamatan Selesai, Kabupaten Langkat ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan Usaha dan Peningkatan Kinerja UMKM yang dapat digunakan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat sebagai pekerja, agar dapat memperoleh laba yang maksimum sehingga usaha tersebut dapat terus berkembang untuk meningkatkan pendapatan, termasuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang bekerja pada pabrik tahu kering tersebut. Strategi adalah langkah-langkah yang harus dijalankan oleh suatu perusahaan untuk mencapai tujuan. Terkadang langkah-langkah yang harus dihadapi terjal dan berliku-liku, dengan banyaknya rintangan atau cobaan yang harus dihadapi untuk mencapai tujuan. Berhasil atau tidaknya suatu usaha sangat ditentukan oleh bagaimana cara yang dikembangkan pengelola UMKM itu sendiri untuk dapat bersaing dalam merebut konsumen dengan penerapan strategi pengembangan usaha yang efektif. Apabila tidak menerapkan strategi yang baik maka hasil yang didapatkan tidak akan memuaskan sesuai harapan.

B. Metode Penelitian

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama dua hari di Kantor Kecamatan Selesai dan di Pabrik Tahu Kering adapun tim yang berperan dalam Pengabdian ini

adalah Dosen Pamong dan Mahasiswa KKN di kecamatan selesai, dan mitra yang terlibat sebanyak 10 orang meliputi pemilik dan karyawan Pabrik serta peserta tambahan sebanyak 20 orang adalah masyarakat setempat. Adapun tahapan-tahapan yang dilakukan oleh tim Abdimas guna menuntaskan permasalahan yang dihadapi oleh mitra sebagai berikut:

1. Persiapan Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat Persiapan-persiapan yang dilakukan sebelum melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat sebagai berikut:
 - a. Pembentukan panitia pelaksana kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Kantor Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat.
 - b. Pembuatan proposal dan penyelesaian administrasi perizinan tempat atau lokasi pengabdian kepada masyarakat.
 - c. Mempersiapkan materi seminar dan menyebarkan undangan kepada Pemilik, Karyawan dan Masyarakat Setempat.
 - d. Survei ke lokasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh utusan dari panitia.
 - e. Mempersiapkan perlengkapan media seminar seperti (seminar kit, Sound Systems, dan peralatan lainnya).
2. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Dalam pelaksanaannya peserta akan terlibat aktif melalui forum seminar dan diakhiri dengan dialog-dialog untuk memunculkan pemahaman bersama. Dan seminar/ sosialisasi dilakukan setelah tim utusan (Mahasiswa kkn) melakukan Observasi langsung di pabrik tahu kering yang ada di Kecamatan Selesai, Kabupaten Langkat dengan ikut berpartisipasi serta mengamati aktivitas produksi dan pemasarannya, Sosialisasi dilakukan pada saat selesainya kita observasi, melakukan pengkajian strategi apa yang akan dilanjutkan untuk meningkatkan perkembangan dan di tutup dengan diskusi bersama masyarakat.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Hasil Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan hasil yang memuaskan karena dalam pelaksanaannya diberikan beberapa strategi pengembangan usaha dan peningkatan kinerja UMKM dengan cara meningkatkan serta menjaga kualitas produk dan menjaga kebersihan produknya. Kepuasan konsumen adalah tujuan utama dari usaha. Berbagai trik dan strategi dilakukan untuk mempertahankan pelanggan dengan menjaga kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.



Gambar 1: Kegiatan Observasi/Pengamatan di Pabrik Tahu Kering Kecamatan Selesai

Gambar 1 di atas merupakan proses Observasi/Pengamatan langsung ke tempat mitra UMKM di Pabrik Tahu Kering oleh tim KKN yang terdiri dari 3 orang yang masing-masing mempunyai tugas pengamatannya. Observasi yang dilakukan sebagai

berikut: 1. Proses produksi seperti Kualitas Produknya, 2. Proses Pemasarannya, dan 3. Kinerja Karyawannya.



Gambar 2: Kegiatan Seminar dan Sosialisasi di Kantor Kecamatan Selesai

Gambar 2 di atas merupakan proses pemberian sosialisasi/ seminar di aula kantor Kecamatan Selesai. Yang dihadiri oleh mitra UMKM sebanyak 10 orang meliputi pemilik dan karyawan Pabrik serta peserta lainnya sebanyak 20 orang adalah masyarakat setempat. Adapun Isi Seminar yang disampaikan berkaitan dengan Strategi Pengembangan Usaha dan peningkatan kinerja UMKM masyarakat setempat.

2. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengabdian Kepada Masyarakat

Faktor-faktor yang mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

- a. Tersedianya perlengkapan dan media untuk presentasi yang disediakan oleh Tim PKM membuat minat dan antusiasme peserta selama kegiatan sangat tinggi, hard

copy untuk setiap peserta, serta berbagai pertanyaan dari peserta sehingga mereka dapat lebih memahami apa yang diberikan dan dijelaskan selama kegiatan berlangsung.

- b. Sarana dan prasarana yang dibutuhkan seperti tempat yang bersih, nyaman dan sejuk sehingga sangat kondusif untuk dilaksanakannya seminar.
- c. Hadiah diberikan kepada peserta untuk apresiasinya dalam diskusi.
- d. Dukungan penuh dari peserta dan Bapak Camat yang memberikan fasilitas tempat dan sarana prasarana lainnya sehingga suksesnya kegiatan tersebut.

Faktor-faktor yang menghambat terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah:

- a. Keterbatasan waktu dalam pelaksanaan kegiatan tersebut.
- b. Kefokusan seluruh peserta terhadap materi yang dijelaskan.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengamatan lapangan di peroleh beberapa masalah yang harus dihadapi Pabrik Tahu Kering di Kecamatan Selesai ini selaku UMKM yang masyarakat setempat menggantungkan penghasilan/ pendapatannya pada usaha ini. Adapaun masalahnya antara lain : (1) Pemasaran; (2) Modal dan pendanaan; (3) Inovasi dan pemanfaatan teknologi informasi; (4) Pralatan produksi; (5) Rencana pengembangan usaha; dan (6) Kesiapan menghadapi tantangan lingkungan eksternal. Berkaitan dengan berbagai masalah yang dihadapi UMKM, Maka diperlukan strategi untuk mengatasinya. Dalam Pengembangan UMKM strategi yang meliputi : (1) Produk yang berkualitas; (2) Harga yang terjangkau; (3) Lokasi Pemasaran; (4) Promosi yang tepat sasaran. Dari hasil dan pembahasan dapat di simpulkan bahwa Strategi Pengembangan Usaha dan Peningkatan kinerja UMKM Masyarakat Di Kecamatan Selesai Kabupaten Langkat akan mengalami perkembangan yang terus membaik, UMKM ini mempunyai peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menambah pendapatan

masyarakat sekitar sehingga dapat untuk mencukupi kebutuhan sehari-hari seperti pangan, maupun kebutuhan lainnya seperti tempat tinggal, kesehatan keluarga, kebutuhan untuk pendidikan anak – anak mereka, dan kebutuhan lainnya.

E. Daftar Pustaka

- Alam, P. T., Mitra, D., & Magetan, R. (2018). Analisis Pengaruh Karakteristik Individu Dan Karakteristik Organisasi Terhadap Pengembangan Karier Pegawai Pada Pt. Alam Damai Mitra Raya Magetan. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, 12(2), 148–158.
- Ayuni, R. F. (2019). the Online Shopping Habits and E-Loyalty of Gen Z As Natives in the Digital Era. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 34(2), 168. <https://doi.org/10.22146/jieb.39848>
- Gurmilang, A. (2015). Komunikasi Pemasaran Sebagai Metode Promosi untuk Usaha Kecil Menengah. *Widyakala Journal*, 2(1), 126. <https://doi.org/10.36262/widyakala.v2i1.16>
- Kurniawati, E., Santoso, A., & Widowati, S. Y. (2019). Penyuluhan Arti Pentingnya Merk Dagang. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 2(1), 66. <https://doi.org/10.31764/jmm.v2i1.1350>
- Roring, F., Oroh, S., & Gulla, R. (2015). Analisis Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Manado Grace Inn. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 1313–1322.
- Setiawan, H. R. (2019). *Sistem Finansial Pendidikan*. Bildung.

Setyawati, N. W., & Woelandari P.G, D. S. (2019). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendampingan Program Kerja Berbasis Manajemen Lingkungan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 3(2), 73. <https://doi.org/10.31764/jmm.v0i0.1080>

Weenas, J. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 607–618.