

Pelatihan Pengelolaan Keuangan dan Sosialisasi *E-Commerce* Bagi Pelaku Usaha Sepatu Kecamatan Lubuk Kilangan Kota Padang

Ermatati Hatta ^{a,1}, Dita Maretha Rissi ^{b,2*}, Syafira Ramadhea Jr ^{b,3}, Aulia Putri Andini ^{b,4}

^a Akuntansi, Politeknik Negeri Padang, Kampus Limau Manis, Padang, Indonesia

¹ ermatati.hatta@gmail.com, ² ditamaretharissi@gmail.com, ³ syafira@pnp.ac.id, ⁴ aulia5252@gmail.com

INFO ARTIKEL

Tanggal terima : 19-09-2022

Tanggal revisi : 26-09-2022

Tanggal terbit : 01-10-2022

Kata Kunci

E-commerce

Pengelolaan Keuangan

UMKM

Strategi Manajemen

Manajemen Bisnis

Loyal Customer

DOI:

ABSTRAK

Jumlah pelaku usaha UMKM di Indonesia yang mencapai 99% dari keseluruhan pelaku usaha yang ada. Hal ini dapat dimaknai sebagai betapa pentingnya keberadaan pelaku UMKM ini dalam mewarnai perkembangan perekonomian di Indonesia. Hanya performansi UMKM di Indonesia masih menghadapi kendala dalam menjalankan usaha. Diantaranya adalah kesulitan modal, manajemen usaha, strategi menghadapi pesaing, distribusi barang yang efektif, penguasaan teknologi, dan tidak mengenal pelayanan prima sebagai wujud terlahirnya loyal *customer*. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memotivasi dan membantu mitra (pelaku usaha sepatu kulit forlenti) dalam bidang manajemen bisnis dan pelayanan prima untuk mengembangkan usahanya. Pengembangan dan peningkatan yang dilakukan berupa penambahan ilmu pengetahuan dan pengembangan keterampilan membuat rencana pemasaran, mengembangkan pemasaran konvensional menjadi digital marketing, dan praktik pelayanan prima. Dengan adanya kegiatan ini, pemilik dan pelaku pengrajin sepatu Forlenti memiliki rencana strategis dalam memproduksi sepatu, memiliki akun media sosial untuk memperluas pangsa pasar, dan menjalankan pelayanan prima untuk meraih loyal *customer*.

1. Pendahuluan

Pelaku perekonomian di Indonesia terdiri dari BUMN, BUMS, dan koperasi dengan skala dari usaha mikro, kecil menengah, dan besar. Berdasarkan data yang ditunjukkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia, UMKM secara keseluruhan mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang terus meningkat dari tahun ke tahun [1]. UMKM juga menciptakan peluang kerja yang cukup besar bagi tenaga kerja dalam negeri, sehingga dapat membantu upaya mengurangi angka pengangguran [2]. Oleh karena itu perlu adanya kesadaran kita untuk mengembangkan UMKM di Indonesia agar terciptanya kesejahteraan masyarakat.

Masih banyak terdapat pelaku usaha UMKM yang masih bersifat merintis kegiatan usahanya namun ada pula pelaku usaha yang telah lama melakukan kegiatan usahanya namun masih belum berkembang dengan baik. Tetapi, disisi lain performansi usaha pelaku UMKM ini masih menghadapi sejumlah masalah dalam melaksanakan usahanya, contohnya seperti modal, manajemen bisnis, strategi menghadapi persaingan bisnis, distribusi barang yang efektif, penguasaan teknologi dan rendahnya praktik penerapan pelayanan prima. Oleh karena itu, upaya untuk turut serta dalam meningkatkan kemampuan manajerial pelaku UMKM adalah dengan mengadakan pelatihan manajemen bisnis dan pelayanan prima.

Berdasarkan ilustrasi tersebut, pelaku usaha UMKM sangat membutuhkan pengetahuan dan keterampilan mengenai manajemen bisnis dan pelayanan prima untuk mendukung kegiatan usaha agar

*Korespondensi:

Dita Maretha Rissi

Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Padang, Jl. Kampus, Limau Manis, Kec. Pauh, Kota Padang, Sumatera Barat 25164, Indonesia

Surel: ditamaretharissi@gmail.com

dapat berkembang dengan baik di masa yang akan datang. Salah satunya UMKM yang berada di wilayah Kecamatan Lubuk Kilangan adalah kerajinan sepatu kulit “Forlenti Shoes”

2. Masyarakat Target Kegiatan

Mitra pada kegiatan ini adalah pemilik dan karyawan dari usaha sepatu kulit “Forlenti” yang berlokasi di Jalan Raya Gadut Kecamatan Lubuk Kilangan Kota Padang. Pemilik mitra menyatakan bahwa minimnya pengetahuan dan keterampilan mengenai manajemen bisnis dan tidak menjalankan pelayanan prima. Selama usaha dijalankan, mitra tidak pernah melakukan rencana strategis, belum menggunakan digital marketing, dan tidak menjalankan pelayanan prima seperti kurangnya inovasi dalam menjalankan usaha serta ketidaktepatan waktu dalam menyelesaikan pesanan pelanggan. Oleh karena itu, kegiatan PKM ini menjadi solusi untuk memecahkan permasalahan yang terjadi.

3. Metode Kegiatan Pengabdian

Metode kegiatan yang dilaksanakan dalam mengatasi permasalahan mitra adalah melalui tiga tahapan yang diawali dengan tahap awal, tahap pelaksanaan, dan tahap akhir. Pada tahapan awal, tim melakukan survey dan wawancara kepada pemilik serta karyawan pada mitra. Pada tahap kedua, tim melakukan pelatihan, simulasi, dan pendampingan. Tahapan ini merupakan tahapan dalam penyelesaian masalah yang terjadi pada mitra. Pelatihan yang diberikan meliputi manajemen bisnis dan pelayanan prima yang bertujuan agar pemilik usaha dapat meningkatkan pendapatan di masa yang akan datang dan memiliki *loyal customer* dengan menerapkan praktik pelayanan prima. Selain itu, tahapan ini juga memberikan sosialisasi tentang penggunaan teknologi *online* dalam hal memasarkan produknya. Selanjutnya, pada tahapan ini dilakukan pendampingan untuk memastikan mitra telah mampu secara mandiri menerapkan pelatihan dan mampu menjalankan usaha dengan metode *online* dengan baik. Tahapan akhir pada kegiatan ini adalah evaluasi dan *monitoring* yang bertujuan untuk melihat apakah mitra mampu menjalankan strategi manajemen sesuai dengan kondisi dan menjalankan pelayanan prima untuk memperoleh keuntungan.

4. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk mengetahui permasalahan yang ada pada mitra. Setelah dilakukannya PKM, dapat diketahui bahwa mitra membutuhkan pengetahuan dan pemahaman mengenai pentingnya strategi pemasaran dan penerapan manajemen bisnis dan pelayanan prima. Mitra juga memerlukan keterampilan dalam hal penerapan strategi pemasaran dan penerapan manajemen bisnis dan pelayanan prima. Terakhir, mitra membutuhkan waktu untuk memahami dan membiasakan bekerja menggunakan manajemen bisnis yang tepat, pemasaran yang tepat, dan juga memberikan pelayanan prima.

Semua tahapan yang telah dilakukan, seperti yang telah disampaikan pada metode kegiatan pengabdian, mitra mendapatkan peningkatan pengetahuan mengenai penerapan strategi manajemen bisnis, yaitu melakukan dengan melakukan peningkatan kualitas produk dan melakukan inovasi produk, seperti memproduksi tas dan ikat pinggang pria dengan merk dagang yang tercantum di dalam produk. Selanjutnya mitra dapat menerapkan strategi pemasaran dengan penggunaan media sosial sebagai bentuk perluasan pangsa pasar, seperti menggunakan *marketplace* dan juga *Instagram*. Terakhir, mitra mendapatkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan mengenai pelayanan prima, yaitu dengan menggunakan faktur untuk menerima pesanan dan penjualan, menyelesaikan pesanan tepat waktu, menyediakan layanan antar jemput, menyediakan *service* sepatu, menggunakan kotak sepatu untuk penjualan produknya, dan juga mencantumkan merk dagang dalam produk. Kedepannya para pelaku UMKM juga bisa mengembangkan penerimaan pembayaran non tunai atau uang elektronik (Fithri Meuthia et al., 2020).



Gambar 1. Kegiatan pemilik mitra

5. Kesimpulan

Pelatihan tentang manajemen bisnis dan pelayanan prima yang telah dilakukan oleh tim PKM sangat diperlukan untuk membantu pemilik dalam mengembangkan usahanya. Pola pikir pemilik terhadap pandangannya atas usaha dan kegiatan yang dilakukannya selama ini telah berubah. Pemilik akan menerapkan strategi manajemen bisnis yang mengikuti perkembangan zaman, contohnya seperti melakukan promosi pada media sosial dan menambahkan variasi produk yang akan dijual.

Dengan dilakukannya kegiatan ini, pemilik tau pentingnya penerapan pelayanan prima pada sebuah usaha yang dijalankan. Pemberian pelayanan prima sangat dibutuhkan untuk menunjukan sikap kepedulian terhadap pelanggan sehingga pemilik dapat menarik *loyal customer*. Dan dengan kegiatan ini, pemilik mendapatkan tambahan pengetahuan dan dapat menerapkan ilmu manajemen bisnis dan pelayanan prima yang telah diberi oleh tim PKM.

Pengakuan

Tim Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Padang yang telah mendanai kegiatan pengabdian ini dan mendukung kegiatan PKM berjalan dengan baik serta kepada pihak-pihak yang mendukung terselenggaranya kegiatan ini yaitu peserta pelatihan manajemen bisnis pelaku usaha sepatu di Kecamatan Lubuk Kilangan Kota Padang.

Rujukan

- [1] Kementrian Perdagangan Republik Indonesia (2022). Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025.
- [2] Srivana, Jaka. (2018) Strategi Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM): Studi Kasus di Kabupaten Bantul. Simposium Nasional 2018: Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif – 87
- [3] Fithri Meuthia, R., Putra Ananto, R., & Afni, Z. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat UMKM Terhadap Penggunaan Uang Elektronik Di Kota Padang. *Akuntansi Dan Manajemen*, 15(1), 143–155. <https://doi.org/10.30630/jam.v15i1.113>