

Strategi Keunggulan Bersaing Untuk Meningkatkan Omzet Penjualan Online Produk UMKM Di Kota Lhokseumawe

Dasmi Husin¹, Mawardi², Khairol Mizan Us³, Nurdan⁴, Ihsan Arief^{5*}

¹ *Jurusan Bisnis Politeknik Negeri Lhokseumawe*

^{2,3} *Jurusan Teknik Mesin Politeknik Negeri Lhokseumawe*

⁴ *Jurusan Teknik Sipil Politeknik Negeri Lhokseumawe*
Jln. B.Aceh Medan Km.280 Buketrata 24301 INDONESIA

¹dasmihusin@pnl.ac.id

^{1*}dasmihusin@pnl.ac.id (penulis korespondensi)

⁵ *Universitas Bumi Persada*

Jln. B.Aceh Medan Km.276 Buketrata 24301 INDONESIA

⁵ ihsanariefunbp@gmail.com

Abstrak— Usaha kecil merupakan usaha yang menasar masyarakat dari golongan menengah kebawah. Di Indonesia usaha kecil lebih dikenal dengan istilah UMKM (usaha mikro kecil dan menengah). Banyak pelaku usahanya dapat mengembangkan bisnis perseorangan menjadi sebuah usaha yang besar dan mapan. Salah satu desa yang memiliki pelaku usaha UMKM mulai berkembang adalah desa Alue Awe Kecamatan Muara Dua, Kota Lhokseumawe. Pada umumnya UMKM dari desa setempat lebih banyak bergerak dalam bidang industri rumah tangga (home made) bidang pangan. Dari hasil pengamatan awal diketahui bahwa dua permasalahan utama UMKM di desa Alue Awe yaitu masalah produksi dan masalah marketing.

Pelaku usaha tersebut sangat mengharapkan adanya pengelolaan manajemen produksi dan strategi pemasaran yang baik dalam rangka meningkatkan daya saing UMKM. Kegiatan pengabdian masyarakat ini menghabiskan waktu selama 6 bulan. Dilaksanakan pada tahun 2024 (mono tahun) menggunakan sumber dana dari DIPA PNL tahun 2024. Metode pelaksanaannya menggunakan metode pendampingan dan bimbingan intensif dan terstruktur melalui ceramah, demonstrasi, dan praktik/peragaan langsung. Tim pelaksana melaksanakan serangkaian kegiatan meliputi tahap perencanaan, pelaksanaan, dan tahap evaluasi penyelesaian akhir.

Tim (instruktur) menghimpun 7 pelaku usaha UMKM binaan Politeknik Negeri Lhokseumawe, kemudian diberdayakan melalui penguatan terpadu bidang produksi dan pemasaran. Peserta dilatih satu persatu tentang teknik pengambilan gambar menggunakan hand phone Android untuk keperluan promosi online di sosial media marketing. Kegiatan pengabdian masyarakat ini melibatkan mahasiswa dari Jurusan Bisnis Politeknik Negeri Lhokseumawe sehingga terjadi transfer teknologi penerapan ipteks. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan ketrampilan pelaku usaha UMKM dalam menangani sistem produksi dan pemasaran digital secara online.

Kata kunci—Pemberdayaan, Usaha kecil, Sosial Media, Marketing.

Abstract— This Small businesses are businesses that target people from the lower middle class. In Indonesia, small businesses are better known as MSMEs (micro, small and medium businesses). Many business actors can develop individual businesses into large and established businesses. One of the villages where MSME business actors are starting to develop is Alue Awe village, Muara Dua District, Lhokseumawe City. In general, MSMEs from local villages are more engaged in the home-made food industry. From the results of initial observations, it is known that the two main problems for MSMEs in Alue Awe village are production problems and marketing problems.

These business actors really hope for good production management and marketing strategies in order to increase the competitiveness of MSMEs. This community service activity took 6 months. It will be implemented in 2024 (mono-year) using funding sources from internal budgeting campus at 2024. The implementation method uses intensive and structured mentoring and guidance methods through lectures, demonstrations and direct practice/demonstration. The implementation team implements a series of activities including the planning, implementation and final completion evaluation stages.

The team (instructors) gathered 7 MSME business actors assisted by the Politeknik Negeri Lhokseumawe, then empowered them through integrated strengthening of the production and marketing sectors. Participants were trained one by one on techniques for taking pictures using an Android cell phone for online promotion purposes on social media marketing. This community service activity involves students from the Politeknik Negeri Lhokseumawe Business Department so that technology transfer occurs in the application of science and technology. The results of the activity show an increase in the skills of MSME business actors in handling online digital production and marketing systems.

Keywords— Empowerment, Small Business, Social Media, Marketing.

I. PENDAHULUAN

Eksistensi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) saat ini sedang mendapat perhatian dari banyak pihak. Salah satunya dari pemerintah. Pemerintah melalui direktorat jenderal pajak telah memberikan penyederhanaan kewajiban pajak agar UMKM tumbuh dan berkembang secara mandiri dan berkontribusi untuk pembangunan negeri. Unit usaha mikro kecil dan menengah ini mampu menyerap lebih banyak tenaga kerja dari total angkata kerja yang ada. Namun, pesatnya

pertumbuhan UMKM ternyata tidak dibarengi dengan kesiapan sumber daya manusia sehingga eksistensi UMKM itu sendiri rentan untuk terpuruk kembali.

Banyak masalah yang dihadapi oleh pelaku usaha UMKM. Masalah produksi dan pemasaran merupakan masalah utama yang belum terpecahkan. Berproduksi tanpa menyusun perencanaan awal adalah hal yang sering dialami oleh para UMKM. Akibatnya proses produksi tidak terkendali. Belum lagi masalah produk yang dihasilkan tidak laku dijual di pasaran. Begitupun, masyarakat masih saja menggunakan

cara-cara konvensional. Padahal cara tersebut terbukti tidak efektif lagi dilakukan untuk masa sekarang. Kendalanya adalah banyak produk tidak dapat menjangkau konsumen (*positioning image*) karena terbatasnya kemampuan dalam menggunakan media promosi secara online.

Desa Alue Awe merupakan salah satu desa binaan dari Politeknik Negeri Lhokseumawe. Pesatnya pembangunan menjadikan desa ini telah memunculkan banyak pengusaha kategori UMKM. Saat terjadinya krisis pandemi Covid-19 beberapa tahun yang lalu banyak usaha yang ditutup, namun setelah kasus pandemi terlewati tetap saja usaha masyarakat tersebut tidak berkembang dengan baik. Salah satu penyebabnya karena UMKM tidak mampu mengelola proses produksi dan pemasaran dengan baik.

Pelaku usaha setempat kadang memilih sistem pekerjaan sesuai pesanan (*job order cost*) dan kadang memilih sistem produksi secara berkesinambungan (*proces cost*). Ini belum lagi masalah persaingan dengan pelaku usaha lain. Setidaknya terdapat 5-7 pelaku usaha di desa tersebut yang rentan terhadap keberlanjutan usahanya akibat permasalahan di faktor produksi dan pemasaran. Dengan demikian di dalam hal pengelolaan manajerial usaha, UMKM di desa binaan kampus Politeknik Negeri Lhokseumawe ini memiliki dua permasalahan utama usaha yaitu masalah produksi dan masalah pemasaran. Proses produksi untuk skala kecil

(*home made*) lebih banyak terkendala pada proses dan alat-alat produksi. Banyak usaha mulai berkembang, dimana omset penjualan mulai meningkat, namun proses produksinya menghabiskan waktu yang lama dengan peralatan produksi seadanya saja. Untuk memenuhi kebutuhan pasar yang meningkat, pelaku usaha sangat kewalahan dari proses produksi tidak mendukung maksimal. Pengelolaan manajemen produksi yang baik sangat diperlukan untuk dapat mengatasi hal tersebut.

Permasalahan kedua adalah sistem pemasaran. Cara menjual produk yang dilakukan selama ini masih bersifat tradisional. Hasil produksi UMKM setempat dibawa ke toko kue dan warung kopi di sekitar Alue Awe, Buketrata, Kandang, dan Keudee Cunda. Sebagian kecil lainnya baru melalui pesanan. Untuk pesanan yang terlalu jauh,

para pelaku usaha jarang dipenuhi karena faktor jarak, biaya, dan waktu. Padahal ini merupakan moment yang tepat untuk dapat mengembangkan ekspansi sebuah usaha. Terlihat pemanfaatan digital marketing online belum sepenuhnya dilakukan. Pemesanan lebih dominan berasal dari kenalan/kolega dan masyarakat sekitarnya. Penggunaan media sosial seperti *what apps*, *instagram*, *tik tok*, dan *facebook ads* belum dilakukan. Padahal cara menyampaikan produk melalui media online tersebut saat ini sangat jitu untuk sangat membantu meningkatkan omset penjualan (4 dan 5).

Keinginan untuk maju tentu sangatlah besar. Harapan UMKM di Desa Alue Awe suatu hari nanti produk-produk mereka dapat dikenali dan dijangkau oleh masyarakat luas. Tidak hanya itu saja, pemilik usaha juga berkeinginan untuk membuat kemasan kotak kue yang menarik dan elegan. Mencantumkan merek dan meletakkannya di etalase toko. Saat ini kue-kue hasil produksi dari para industri rumah

tangga hanya diletakkan dalam wadah plastik biasa. Hasil produksi dengan citra rasa yang enak semestinya dikemas dalam bungkus yang menarik. Segala keinginan tersebut telah disampaikan kepada tim, namun usaha kecil ini terkendala dengan sumber daya dan akses yang dimilikinya.

II. METODOLOGI PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yang dilakukan melalui ceramah, demonstrasi, simulasi, dan praktik langsung di ruangan laboratorium manual akuntansi jurusan Bisnis Politeknik Negeri Lhokseumawe. Tim menguatkan pengetahuan mitra UMKM bagaimana memahami psikologi pembeli seperti *explosure*, *interest*, *imagination*, *comperative*, *decision*, dan *satisfaction* dengan cara penyajian, deskripsi, dan variasi produk yang menarik. Kemudian melakukan simulasi kegiatan tentang cara mengambil photo produk menggunakan *handphone android* dan cara merancang iklan sederhana menggunakan aplikasi *photo room* untuk selanjutnya mempostingkannya kedalam media sosial yang sesuai.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha mikro kecil dan menengah saat ini menjadi tumpuan perekonomian masyarakat desa. Salah satu desa yang memiliki UMKM adalah desa Alue Awe. Kecamatan Muara Dua Lhokseumawe. Desa tetangga kampus Politeknik ini merupakan desa binaan yang selalu mendapat prioritas dalam hal pemberdayaan. Eksistensi UMKM di desa Alue Awe lebih dikenal dengan istilah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Umumnya golongan UMKM produksi (*hand made*) kue basah. Potensi dan peluang usaha UMKM Alue Awe dibidang industri /produksi rumah tangga sangat memungkinkan untuk dikembangkan. Banyak pelaku usaha serius menekuni ide bisnisnya.

Pelatihan Produktivitas dan Manajemen Usaha

Tim telah melaksanakan penguatan teknis manajemen produksi dan pemasaran di desa Alue Awe. Tim mengunjungi ke rumah produksi menemui para pelaku usaha. Untuk memperoleh gambaran yang jelas, tim melakukan pengamatan dan wawancara dengan pemilik. Informasi awal ini sangat penting untuk memetakan kedudukan dan kemampuan UMKM sebelum proses penguatan berlangsung. Tim melihat secara jelas tingkat produktivitas dan pengelolaan manajemen sehingga diketahui bagaimana keunggulan dan keterbatasan yang dialami oleh UMKM.

Setelah pandemi Covid-19 berlalu, pelaku usaha di desa Alue Awe kreatif dalam menciptakan ide usaha baru. Kreatif dalam perencanaan gagasan, namun sulit menerapkan bagi unit usaha yang sudah dimilikinya. Hal ini yang menjadi permasalahan utama dari UMKM yang sedang diamati. Produktivitas dan manajemen usaha masih bermasalah. Sampai sekarang masalah tersebut belum dapat diatasi.

Dialog dan tanya jawab secara interaktif pun dilakukan. Dengan pendekatan ala desa, tim mampu memberikan semangat kepada sejumlah pengurus tersebut. Tentunya Tim PKM dari Politeknik Negeri Lhokseumawe senantiasa

mendukung manajemen operasional UMKM untuk tumbuh maju dan berkembang kedepan. Oleh karena itu pula, tim mengajak para pelaku usaha tersebut untuk mengikuti penguatan secara terpadu dan terstruktur di kampus Politeknik Negeri Lhokseumawe.

Penguatan di kampus dilaksanakan tanggal 3 Juli 2024. Saat melakukan penguatan sesi pertama, tim terlebih dahulu melakukan free test. Sebanyak 10 pertanyaan dasar diajukan kepada peserta. Pertanyaan tersebut berkaitan dengan kondisi usaha, proses pemasaran yang selama ini dilakukan, persiapan dan pengelolaan proses produksi, teknik pengambilan photo, dan platform media sosial yang familiar digunakan. Dari hasil jawaban dari 7 orang pelaku usaha diperoleh gambaran bahwa hanya 40% yang memahami teknik tersebut.



Gambar 1. Tim Pengabdian Masyarakat Desa Binaan

Sebanyak empat orang dosen sebagai instruktur telah berada di ruangan laboratorium akuntansi manual jurusan Tata Niaga Politeknik negeri Lhokseumawe. Satu orang dari jurusan Tata Niaga, dua orang dari jurusan Teknik Mesin, dan 1 orang dari jurusan Teknik Sipil. Dengan adanya perbedaan latar belakang jurusan para instruktur menjadikan kegiatan pengabdian masyarakat lebih bermakna. Antara sudut pandang teknik dengan sudut pandang ekonomi memiliki perbedaan dan titik temu. Tim mencari titik temu itu untuk kemudian disampaikan untuk penguatan UMKM.

Pelatihan Manajemen Produksi dan Strategi Pemasaran

Pengelolaan manajemen produksi dan strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM di Desa Alue Awe Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe adalah suatu keharusan yang perlu diberdayakan. Jika produk yang dihasilkan memiliki citra rasa yang tinggi namun produk tersebut tidak dikenal konsumen, maka usaha yang dijalankan tidak akan berkembang. Hal ini karena omset penjualan tidak meningkat. Oleh karena itu semua hal harus terpenuhi dan harus sinergi antara produksi dengan marketing. Untuk level UMKM sebenarnya tidak terlalu sulit untuk memiliki kompetensi itu. Hanya saja diperlukan sumber daya yang berkualitas atau adanya perhatian dan pendampingan dari pihak lain.

Penguatan kapasitas UMKM difokuskan pada manajemen produksi UMKM. Banyak UMKM masih mengelola proses produksinya secara tradisional tanpa memperhatikan aspek efisiensi produksi, kualitas, waktu pengiriman, dan biaya. Padahal jika UMKM ingin tumbuh dan berkembang maka

harus memperhatikan hal tersebut. Menyiapkan pengembangan dan tantangan kedepan untuk menciptakan produk berdaya saing tinggi.

Pemahaman UMKM tentang pentingnya manajemen produksi kenyataannya masih sangat terbatas sehingga usaha yang dirintis sulit berkembang. Bahkan banyak yang gulung tikar. Apalagi tidak menguasai teknik pemasaran digital. Aspek manajemen produksi meliputi perencanaan produksi, pengendalian produksi, dan pengawasan produksi. Melakukan pengendalian agar memperoleh hasil yang maksimal misalnya dengan menyusun perencanaan dan menyusun jadwal kerja. Kemudian memastikan semua kegiatan berjalan sesuai dengan rencana misalnya produksi tepat waktu dan menetapkan kualitas dan standar produk.



Gambar 2. Proses Pemotretan Produk UMKM

Tidak hanya bidang produksi, tim juga mendemonstrasikan cara pengambilan photo produk agar menarik. Tim telah menyediakan berbagai macam produk sebagai objek photo misalnya aneka kue, makanan ringan, bunga, dan buklet. Setelah diajarkan teknis photo produk menggunakan aplikasi Photo Room, peserta diminta satu persatu kedepan untuk mengambil photo produk menggunakan perangkat hand phone masing-masing.

Instruktur siap mengarahkan. Selanjutnya hasil photo tersebut diolah menjadi photo yang menarik dalam sebuah aplikasi. Agar lebih menarik gambar ditambahkan dengan deskripsi produk dan musik latarnya. Jika sudah siap, hasil karya peserta diposting kedalam sosial media yang sesuai. Untuk simulasi ini hasil karya peserta dimuat dalam grup what apps peserta yang telah dibentuk sebelumnya. Sesi penguatan ini mendapat perhatian sangat serius dari seluruh peserta,

Pelatihan ini menarik diikuti karena langsung dibahas pada pokok permasalahannya. Dengan sedikit memberi konsep, instruktur langsung fokus pada penguatan ketrampilan mitra. Instruktur memberikan sesi tanya jawab seluas-luasnya. Mitra dapat menanyakan permasalahan seputar UMKM yang sering dihadapi baik secara internal maupun eksternal. Umumnya pertanyaan mitra berkaitan dengan UMKM yang sering menghadapi masalah rendahnya profesionalisme tenaga pengolah usaha UMKM, keterbatasan modal dan akses terhadap pasar dan perbankan, serta kemampuan penguasaan teknologi yang masih kurang.

Begitu juga masalah iklim usaha yang kurang menguntungkan bagi pengembangan usaha kecil. Kebijakan pemerintah yang belum berjalan sebagaimana diharapkan. dan

kurangnya dukungan. Hal ini semua disebabkan karena masih kurangnya pembinaan, bimbingan manajemen, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Agar tidak terjadi kegagalan dalam produktivitas usaha, UMKM perlu memperhatikan hal-hal berikut ini:

- a) *Poor Decesion making ability*, yakni lemahnya kemampuan dalam mengambil keputusan.
- b) *Management incompetence*, yakni ketidakmampuan manajemen.
- c) Lack of experience, yakni kurang berpengalaman
- d) *Poor financial control*, yaitu lemahnya pengawasan terhadap keuangan
- e) *Deterioration of working capital*, yakni kemerosotan posisi modal kerja,
- f) *Declining sales*, artinya sering menemukan penurunan pada volume penjualan.
- g) *Declining profit*, yaitu buruknya manajemen mendorong terjadinya penurunan laba atau keuntungan.
- h) *Icreasing debt*, sebaliknya hutang terus meningkat.

Semua usaha menginginkan untuk maju. Untuk mencapai kondisi itu UMKM harus memiliki struktur organisasi meskipun sederhana, mempunyai karakter khas, tanpa staf yang berlebihan, pembagian kerja yang jelas, dan memiliki hirarki manajemen yang kecil.

Kehadiran UMKM di desa Alue Awe dari sisi ekonomi sangat potensial dan prospektif. Masyarakat sangat mendukung unit usaha ini karena dapat menggali potensi bisnis di desa binaan kampus Politeknik Negeri Lhokseumawe. Mitra berharap kegiatan pengabdian masyarakat ini agar dapat dilanjutkan secara berkesinambungan sampai mitra merasa mandiri dalam mengelola usahanya.

Dengan adanya UMKM di desa Alue Awe maka secara tidak langsung telah menyerap tenaga kerja dari masyarakat setempat. Kemajuan bisnis ini akan terus tumbuh dan berkembang seiring kampus bersedia memberikan penguatan ilmu pengetahuan, teknologi dan informasi. Output kegiatan yang dihasilkan tentu akan berkontribusi nyata untuk meningkatkan penerapan ipteks bagi masyarakat.

Setelah kegiatan ini berlangsung, tim melakukan pos test untuk melihat efektivitas kegiatan. Soal yang sama dengan free test sebelumnya dibagikan kembali. Hasilnya sangat memuaskan. Sebanyak 95% sudah dapat menjawab dengan benar. Peserta pelatihan yakni para pelaku usaha juga diminta untuk merefleksikan hasil kegiatan pelatihan yang telah diterimanya. Semua peserta sudah dapat menjelaskan manfaat materi dan ketrampilan teknis yang sudah dikuasai.

IV. KESIMPULAN

UMKM bukanlah lembaga sosial, tetapi UMKM adalah entitas bisnis yang mampu mengolah semua potensi untuk menjadi sesuatu yang menghasilkan dan menguntungkan. Banyak UMKM cenderung pasif karena tidak memiliki kemampuan manajerial dalam menggerakkan operasional usahanya. Akibatnya aktivitas operasional usaha kurang berkembang. Apa lagi jika entitas tersebut tidak

memperhatikan perihal teknik pemasaran. Membangun UMKM yang kuat sangat tergantung pada kesiapan sumber daya, perencanaan yang matang, dan kepedulian pemberdayaan dari pihak yang berkepentingan. Kenyataannya banyak UMKM sampai saat ini masih saja berjalan sendiri-sendiri tanpa pembinaan.

Secara umum pelaksanaan pelatihan manajemen produksi dan digital marketing di desa Alue Awe Kecamatan Muara Dua – Lhokseumawe telah dilaksanakan dengan baik. Pengelola UMKM antusias dan sangat apresiatif mengikuti kegiatan pengabdian yang dilakukan.. Hanya saja UMKM Alue Awe masih perlu mendapat penguatan manajemen usaha, manajemen resiko, dan perencanaan bisnis. serta digital marketing lebih dalam.

REFERENSI

- [1] Hotria Mariana. (2022). Pentingnya peran kontribusi UMKM dalam pemulihan ekonomi Indonesia. Kompas.com; 2022: 4 Februari. Link :<https://money.kompas.com/read/2022/02/04/070800426/pentingnya-peran-dan-kontribusi-umkm-dalam-pemulihan-ekonomi-indonesia?page=all>
- [2] Muhammad Junaidi. (2023). UMKM Hebat, Perekonomian nasional meningkat. Kemenkeu RI; 2023: 15 Juli. Link: <https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html#>
- [3] Badan Pusat Statistik Republik Indonesia. Profil Industri Mikro dan Kecil Tahun 2022. (2023). Industri Mikro dan Kecil (IMK) 2023: Oktober. Link: <https://www.bps.go.id/publication/2023/10/27/c1f1e0126c61890fd03d74c/profil-industri-mikro-dan-kecil-2022.html>
- [4] Wilson Rendy Wijaya. (2023). Pengaruh Media Sosial, Kreativitas, Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Jakarta Utara. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan. Volume 5 Nomor 3 Tahun 2023. Link: <https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/25449>
- [5] Ahmad Hudawi dan Abdul Karim. (2023) Implementasi Media Sosial sebagai Upaya Meningkatkan Omset Penjualan. Jurnal Ilmiah Pengabdian dan Inovasi. 2023: Volume 2 Nomor 1. Link: <https://journal.ikmedia.id/index.php/jilpi/article/view/239>
- [6] Mohammad Wildan Habibie. (2023). Penerapan Metode Economic Order Quantity (EOQ) Untuk Pengendalian Persediaan Biji Kedelai di UMKM XYZ. Jurnal Teknologi Terapan G-Tech. 2023: Volume 7 Nomor 3. Link: <https://ejournal.uniramalang.ac.id/index.php/g-tech/article/view/2895>
- [7] Edy Zulfiar dan Zulkarnaini. (2023). Pelatihan perhitungan harga pokok produksi pada UMKM DJ and Cake Cookies Lhokseumawe. Jurnal Vokasi. 2023: Volume 7 Nomor 2. Link: <https://ejournal.pnl.ac.id/vokasi/article/view/4071>
- [8] Direktorat Akademik Pendidikan Tinggi Vokasi. (2023) Buku Panduan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Dosen Vokasi Edisi II Tahun 2024. Cetakan Pertama: 2023. ISBN: 978-602-259-994-4. Link:<http://bima.kemdikbud.go.id>