



## Prosiding Seminar Nasional Manajemen

Vol 3 (2) Mei 2024: 1674-1678

<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/PSM/index>

ISSN: 2830-7747; e-ISSN: 2830-5353



# Pengembangan Usaha Sembako di Tangerang Kabupaten Kelapa Dua

Andrie Alviansah<sup>1</sup>, Firullah Nur Akbar<sup>2\*</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

\* Corresponding author: e-mail: firullahakbar@gmail.com

INFO ARTIKEL	ABSTRAK
Diterima (Maret 2024) Disetujui (April 2024) Diterbitkan (Mei 2024)	Pengabdian ini secara umum bertujuan untuk meningkatkan pemasaran, penataan toko, manajemen keuangan, dan SDM dalam toko sembako dengan menyediakan pelatihan online dalam pemasaran, pelayanan konsumen, penataan toko yang tepat, dan penyusunan laporan keuangan yang sederhana. Metode yang digunakan mencakup identifikasi kebutuhan, perancangan, pembuatan, pendampingan operasional, dan implementasi kepada UKM. Contoh toko sembako yang menjadi fokus pengabdian ini adalah "KHAFA. BERKAH" di daerah Tangerang. Tren pemasaran saat ini cenderung pasif, dengan mengandalkan pembeli yang datang langsung ke outlet dan komunikasi 'dari mulut ke mulut', namun fungsi pemasaran masih perlu ditingkatkan. Beberapa masalah yang dihadapi oleh UKM perlu segera diatasi untuk mendukung pengembangan usaha kecil dan menengah. Solusi yang ditawarkan termasuk peningkatan keterampilan dalam melayani pembeli, memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk, serta meningkatkan kemampuan dalam penyusunan dan penggunaan laporan keuangan dengan memperkenalkan aplikasi dan teknologi seperti barcode.
<b>Kata Kunci:</b> Pemasaran; Sembako; Keuangan.	<b>ABSTRACT</b> <i>Pengabdian ini secara umum bertujuan untuk meningkatkan pemasaran, penataan toko, manajemen keuangan, dan SDM dalam toko sembako dengan menyediakan pelatihan online dalam pemasaran, pelayanan konsumen, penataan toko yang tepat, dan penyusunan laporan keuangan yang sederhana. Metode yang digunakan mencakup identifikasi kebutuhan, perancangan, pembuatan, pendampingan operasional, dan implementasi kepada UKM. Contoh toko sembako yang menjadi fokus pengabdian ini adalah "KHAFA. BERKAH" di daerah tangerang kelapa dua. Tren pemasaran saat ini cenderung pasif, dengan mengandalkan</i>

---

*pembeli yang datang langsung ke outlet dan komunikasi 'dari mulut ke mulut', namun fungsi pemasaran masih perlu ditingkatkan. Beberapa masalah yang dihadapi oleh UKM perlu segera diatasi untuk mendukung pengembangan usaha kecil dan menengah. Solusi yang ditawarkan termasuk peningkatan keterampilan dalam melayani pembeli, memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk, serta meningkatkan kemampuan dalam penyusunan dan penggunaan laporan keuangan dengan memperkenalkan aplikasi dan teknologi seperti barcode.*

---

## **PENDAHULUAN**

Tangerang, salah satu dari 33 provinsi di Indonesia, memainkan peran penting dalam memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Provinsi ini berperan penting dalam pengembangan pariwisata dan usaha kecil dan menengah (UKM), termasuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kontribusi sektor UMKM terhadap pertumbuhan perekonomian Tangerang cukup besar dan merupakan salah satu penggerak utama perekonomian di tangerang. UMKM mempunyai peran yang krusial dan strategis dalam pertumbuhan perekonomian nasional, tidak hanya di negara berkembang seperti Indonesia namun juga di negara maju. Di Tangerang, UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi tetapi juga berperan penting dalam mengatasi pengangguran. Tumbuh dan berkembangnya usaha kecil dan menengah menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Toko Sembako KHAFA. BERKAH merupakan suatu usaha dagang yang bergerak dalam bidang penjualan bahan pokok, antara lain bahan pokok, kopi, gula, minyak, mie instan, sabun, pasta gigi, dan masih banyak lagi kebutuhan sehari-hari lainnya.

## **METODE**

Langkah langkah yang digunakan untuk melaksanakan solusi sebagai berikut: Pihak-pihak yang terlibat dalam UKM ini adalah: beberapa karyawan yang bekerja di Khafa.Berkah serta yang memberikan Wawancara akan dilakukan dengan pemilik UMKM di Wilayah Tangerang untuk memahami tantangan yang dihadapi dan upaya yang telah dilakukan dalam meningkatkan kualitas produk mereka.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam kegiatan Magang di toko khafa. tangerang, tahapan yang telah dilaksanakan mencakup permintaan izin dari pemilik UMKM, seperti toko KHAFA. BERKAH, dan membawa surat resmi magang dari kampus ke toko tersebut. Setelah surat diterima, dilakukan wawancara dengan Bapak Marso, pemilik toko KHAFA. BERKAH, serta observasi di toko. Selanjutnya dalam tahap ini dilakukan persiapan sarana dan prasarana yang diperlukan untuk pelaksanaan Magang.

### **1. Tahap Persiapan**

Langkah awal dalam proses ini adalah memohon izin kepada pemilik Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Setelah izin diberikan oleh pemilik toko KHAFA.BERKAH, langkah berikutnya adalah menyampaikan surat Magang yang telah disiapkan oleh pihak kampus ke toko tersebut..



**Gambar 1. Penyerahan Surat Praktik Kerja Lapangan**

Setelah surat diterima, langkah berikutnya adalah melakukan wawancara dengan Bapak Marso, pemilik toko KHAFA. BERKAH, dan melakukan observasi di toko tersebut. Tahap selanjutnya adalah persiapan sarana dan prasarana yang diperlukan untuk pelaksanaan Magang.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan ini, langkah awal adalah memberikan pelatihan mengenai pelayanan yang berkualitas, sehingga pelanggan dapat merasa senang dan puas saat berbelanja di toko KHAFA. BERKAH. Sebagaimana disebutkan oleh Adhiyanto (2012), layanan yang baik dalam perusahaan memiliki potensi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.



**Gambar 2. Pemberian Materi Pelayanan Yang Baik**

Materi yang disampaikan terdiri dari konsep sederhana yang difokuskan pada pelayanan yang unggul, termasuk penerapan prinsip 4S, yaitu senyum, salam, sapaan yang sopan, serta prinsip kejujuran dan ketekunan bagi karyawan. Selain itu, pelatihan juga diberikan mengenai pemasaran melalui internet, mengingat mayoritas karyawan sudah memiliki perangkat *smartphone*. Pelatihan ini bertujuan untuk mengajarkan cara efektif memanfaatkan *smartphone* dalam memasarkan produk yang ditawarkan oleh KHAFA. BERKAH.

## HASIL PEMBAHASAN

Selama berlangsung, mitra menunjukkan antusiasme yang tinggi dalam mengikuti kegiatan, terutama saat pelatihan mengenai promosi melalui media sosial yang dapat segera diterapkan oleh karyawan. Berikut adalah hasil atau output yang berhasil dicapai dalam pelaksanaan magang ini, sebagaimana yang tercantum dalam Tabel.

**Tabel 1. Luaran Kegiatan**

No	Aspek Kegiatan	Kondisi Awal	Capaian
1.	MSDM	Karyawan belum bisa mengetahui pelayanan yang baik itu seperti apa	Peningkatan keterampilan dalam melayani pembeli seperti menerapkan system 4S yaitu ; senyum, salam, sapa yang sopan dan juga karyawan harus memiliki sifat yang jujur dan tekun
2.	Pelatihan Internet Marketing	Kegiatan pemasaran masih dari mulut ke mulut atau <i>door to door</i>	Peningkatan keterampilan dalam memasarkan produk melalui media sosial
3.	Pelatihan akuntansi dan manajemen keuangan	System keuangan masih sederhana	Mampu Menyusun dan menguasai laporan keuangan

## KESIMPULAN

Hasil dari penyajian laporan praktik kerja lapangan tersebut menyiratkan bahwa pelaksanaan magang adalah suatu keharusan bagi mahasiswa universitas pamulang Tangerang guna memperluas pengetahuan mereka tentang dunia kerja serta mempersiapkan mereka secara lebih matang untuk memasuki lingkungan kerja yang sesungguhnya di masa depan. Selain itu, magang juga memberikan dampak positif kepada mahasiswa dengan meningkatkan pengalaman

praktis di dunia kerja dan memungkinkan mereka untuk mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan.

## **REFERENSI**

- Adhiyanto, 2012. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Konsumen Pelanggan Restoran Baruna Sanur.
- Kotler & Keller, 2016. Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Bersaing Terhadap Kepuasan Pelanggan Tangki Air Penguin Pada Toko Bahan Bangunan di Gading Serpong.
- Kotler, Philip, dan Keller, Kevin Lane, 2008. "Manajemen Pemasaran". Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Paila, Jeremia Alfredo, John AF Kalangi, and Joula J. Rogahang, 2018. "Pengaruh suasana toko terhadap minat beli konsumen pada UD. Sinar Anugerah Pratama Manado." *JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB)* 6.001.
- Renianti, Eneng, 2004. PENGARUH penataan (display) terhadap minat beli konsumen pada Toko Roti dan Kue Merdeka Bandung. Diss. Universitas Komputer Indonesia.
- Sari, Novita, and Syofia Achnes, 2016. Kepuasan Wisatawan Terhadap Wisata Kuliner Di Objek Wisata Pantai Indah Selatbaru Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis. Diss. Riau University.
- Sri, Maulida, and Yunani Ahmad, 2017. "Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dari Berbagai Aspek Ekonomi." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 2.1: 181-197.