

Penerapan public relation pada pelayanan UMKM: Studi kasus warung makan sederhana

Anis Tri Rahmawati

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

e-mail: 210503110121@student.uin-malang.ac.id

Kata Kunci:

hubungan masyarakat; warung makan; UMKM; kepuasan pelanggan

Keywords:

public relation; food stall; MSMEs; customer satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini membahas mengenai betapa pentingnya usaha mikro kecil menengah (UMKM) didalam pertumbuhan ekonomi indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mencermati tahapan persiapan serta pelayanan dalam pengelolaan sebuah warung makan sederhana. Artikel ini menegaskan bahwa public relation yang baik didalam umkm juga berperan sangat penting untuk meningkatkan layanan publik. Hasil penelitian ini menunjukkan betapa esensialnya pengamatan, penyesuaian dan kerjasama dengan pemilik warung dalam menjaga operasional yang efisien dan kepuasan pelanggan didalam bisnis UMKM.

ABSTRACT

This research discusses the importance of micro, small and medium enterprises (MSMEs) in indonesia's economic growth. This research aims to examine the preparation and service stages in managing a simple food stall. This article emphasizes that good public relations within msmses also plays a very important role in improving public services. The results of this research show how essential observation, adjustment and collaboration with shop owners are in maintaining efficient operations and customer satisfaction in the msme business.

Pendahuluan

Kewirausahaan memegang peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), diharapkan dapat merangsang kreativitas dan kemampuan masyarakat untuk menggagas dan mewujudkan ide-ide mereka dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia. UMKM, bersama dengan koperasi, adalah pilar ekonomi Indonesia yang signifikan (Diana et.al., 2020). Sebaiknya dicatat bahwa UMKM juga terbukti menjadi salah satu sektor industri yang relatif kebal terhadap dampak krisis global (Minai et.al., 2021; Sarif et.al., 2023). Pada tahun 2020, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai 61,97%, setara dengan Rp8.500 triliun. Selain itu, UMKM juga menciptakan banyak lapangan kerja, menyerap sekitar 97% tenaga kerja di dunia usaha pada tahun yang sama (Sucipto & Lestari, 2022). Dengan merujuk pada informasi tersebut maka bisa disimpulkan bahwa dengan adanya UMKM dapat dijadikan sebagai potensi dalam meminimalisir pengangguran dan juga kemiskinan .



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](#) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembangunan nasional adalah upaya yang berlangsung terus-menerus untuk meningkatkan kualitas individu maupun komunitas Indonesia dengan memanfaatkan perkembangan teknologi dan pengetahuan. Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, terutama dalam konteks pembangunan ekonomi, terfokus pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran kunci dan strategis dalam struktur ekonomi nasional. Hal ini dapat dijelaskan oleh dominasinya UMKM dalam perekonomian Indonesia, dengan kehadiran yang kuat di berbagai sektor ekonomi, kemampuannya untuk menyerap tenaga kerja secara signifikan, dan kontribusinya yang dominan terhadap Pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) (Sofyan, 2017).

Didalam aktivitas UMKM terdapat aspek kunci yang sangat penting, aspek tersebut berada pada pelayanan. Seperti yang telah dibahas, UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian lokal maupun nasional dengan menyediakan layanan dan produknya. Pelayanan masyarakat di UMKM mencakup berbagai aspek, yaitu mulai dari kepuasan pelanggan hingga kontribusi sosial dan ekonomi pada masyarakat setempat.

Dalam artikel ini memuat sebuah hasil dari serangkaian observasi selama tiga hari yang telah dilakukan pada sebuah warung makan sederhana. Observasi ini bertujuan untuk mengamati dan memerlukan layanan publik yang diberikan oleh warung tersebut serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam menyediakan layanan publik. Selain itu, hasil observasi ini juga akan memberikan solusi yang diterapkan untuk mengatasi kendala-kendala tersebut.

Pembahasan

Public Relation merupakan proses berkomunikasi antara lembaga dengan masyarakatnya untuk menjalin komunikasi yang diharapkan oleh kedua belah pihak. Public Relation memiliki peran penting bagi lembaga maupun bagi publik eksternal. Public Relation berperan untuk memberikan informasi secara tepat, akurat, dan terkini kepada publik. Public Relation memiliki tujuan memberikan pelayanan publik yang baik kepada masyarakat, sehingga masyarakat akan merasa puas dalam memenuhi kebutuhannya. Public Relation mempunyai peran penting dalam segala bidang sesuai dengan fungsinya, yakni membentuk hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya, baik itu publik internal maupun publik eksternal.

Menurut (Frank Jefkins, 1992), Public Relations adalah relevan bagi segala jenis organisasi, baik yang berorientasi pada keuntungan maupun yang berorientasi pada tujuan sosial. Kehadirannya merupakan suatu kenyataan yang tak dapat dihindari, tanpa memandang apakah kita menyukainya atau tidak. Anda tidak memiliki kendali penuh atas apakah humas akan ada atau tidak; dengan kata lain, elemen humas selalu ada di luar kendali Anda. Dengan demikian, yang sering disebut sebagai Public Relations atau humas sebenarnya mencakup berbagai bentuk komunikasi yang terjalin antara organisasi bersangkutan dengan siapa pun yang berinteraksi dengannya.

Dalam layanan publik yang peneliti amati dan perankan dalam pengelolaan warung makan sederhana Bu Poh melibatkan sejumlah tahapan dan juga tantangan. Hari Pertama, pada saat persiapan sebelum membuka warung makan. Tahapan yang

dilakukan adalah seperti persiapan dalam menyiapkan menu, mengatur stok kerupuk, dan juga menata lauk pauk di etalase makanan. Kendala yang dihadapi dalam tahapan ini adalah peneliti masih kesulitan dalam menentukan apa saja yang harus dipersiapkan sebelum membuka warung. Sedangkan solusi yaitu dengan cara mendengarkan arahan dari pemilik warung agar persiapan warung tersebut bisa tepat.

Hari Kedua, pada saat menjaga warung dan menyiapkan bahan-bahan mentah. Tahapan yang dilakukan adalah selain menjaga warung dan menyiapkan bahan-bahan mentah untuk diolah keesokan harinya, peneliti juga melayani pelanggan yang datang. Kendala yang dihadapi adalah ketidakpahaman peneliti terhadap harga dan juga takaran menu yang dijual, selain itu juga terdapat kurangnya stok bahan baku. Solusinya yaitu dengan mendapatkan panduan dan bimbingan dari pemilik warung, serta melakukan pembelanjaan untuk menambah stok bahan baku.

Hari Ketiga, pada saat menjaga warung dan melayani pelanggan secara luas. Tahapan yang dilakukan selain menjaga warung yaitu melayani pelanggan yang datang maupun yang memesan melalui via WhatsApp. Kendala yang dihadapi yaitu pesanan via WhatsApp berupa menu yang belum disajikan seperti mie instan. Solusinya adalah dengan menyiapkan pesanan sebelum pelanggan datang untuk mengambilnya.

Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa pengelolaan warung makan melibatkan berbagai tahapan persiapan dan pelayanan yang melibatkan kerja sama dengan pemilik warung, belajar dari pengalaman, serta menjaga kualitas produk dan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Warung ini memiliki perilaku kewirausahaan tertentu dalam memberikan layanan optimal (Segaf, 2021a; Segaf, 2021b; Segaf, 2022; Nurdiana & Segaf, 2023). Ini menunjukkan bahwa dalam bisnis UMKM seperti warung makan, pelayanan publik memiliki peran yang signifikan dalam menjaga operasional yang efisien dan kepuasan pelanggan.

Kesimpulan dan Saran

Public Relation merupakan fungsi penting dalam sebuah organisasi untuk menjalin komunikasi dengan publik, menciptakan hubungan yang harmonis, menyampaikan informasi yang akurat, dan menjaga kepercayaan. Public Relation merupakan profesi yang membutuhkan pengetahuan dan keterampilan dalam komunikasi, manajemen, dan hubungan manusia. Public Relation berperan dalam meningkatkan pelayanan publik dengan menjalin komunikasi yang baik antara organisasi dengan masyarakat. Didalam UMKM, Public Relations juga memiliki peran penting dalam mendukung UMKM untuk mengelola reputasi, membangun hubungan yang kuat, mengatasi krisis, dan memperluas bisnis.

Dalam rangka meningkatkan layanan publik, observasi pada warung makan sederhana ini mengungkapkan beberapa kendala yang dihadapi dalam proses persiapan dan pelayanan. Meskipun demikian, dengan adanya solusi yang diterapkan, seperti mengikuti arahan pemilik warung dan melakukan perbaikan dalam manajemen stok bahan, maka warung ini dapat untuk terus memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggannya. Observasi ini menunjukkan betapa pentingnya pengamatan dan penyesuaian dalam menjalankan bisnis kecil yang memberikan layanan publik.

Daftar Pustaka

- Diana, I. N., Segaf, S., Ibrahim, Y., Minai, M. S., & Saqlain, R. (2020). Barriers to small enterprise growth in the developing countries: Evidences from case studies in Indonesia and Malaysia. *Academy of Strategic Management Journal*, 19 (4). ISSN 15441458, 19396104 <http://repository.uin-malang.ac.id/17921/>
- Jefkins, Frank. (1992). *Public Relations*. Edisi Keempat. Jakarta: Erlangga.
- Minai, M. S., Raza, S., & Segaf, S. (2021). Post COVID-19: Strategic digital entrepreneurship in Malaysia. In Modeling economic growth in contemporary Malaysia (pp. 71-79). Emerald Publishing Limited. <http://repository.uin-malang.ac.id/11165/>
- Nurdiana, ilfi., Segaf, Segaf. (2023). Exploring perceptions and elements of entrepreneurial behavior in pesantren: understanding fundamental concepts of entrepreneurial behavior. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 7 (3). pp. 962-972. ISSN 25495720 <http://repository.uin-malang.ac.id/16681/>
- Sarif, R., Susanto, R. M., R, N. R., & Segaf, S. (2023). Revolutionizing Resilience: MSMEs' Journey with Digital Strategies in Post-Pandemic Recovery. *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)*, 8 (3). pp. 203-218. ISSN 2477-3166 <http://repository.uin-malang.ac.id/16783/>
- Segaf, S., Salim, U., Aisjah, S., & Indrawati, N. K. (2021a). Nationalism and Entrepreneurial Behavior, a Pesantren's perspective and implementation in Indonesia. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI)*, 12(6), 7556–7564.
- Segaf, S., Salim, U., Aisjah, S., & Indrawati, N. K. (2021b). Behind entrepreneurial intention in Pesantren perspectives. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI)*, 12(6), 7502–7510. <https://www.tojqi.net/index.php/journal/article/view/3096/2087>
- Segaf, Segaf. (2022). Moslempreneurship: nurturing the entrepreneurial behaviour of Islamic boarding school students in Indonesia. *Journal of Positive School Psychology*, 6 (5). pp. 1936-1944. ISSN 2717-7564 <http://repository.uin-malang.ac.id/10902/>
- Sofyan, S. (2017). Peran umkm (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam perekonomian indonesia. *Bilancia*, 11(1), 33-64.
- Sucipto, A., Lestari, Y. O., Mardiana., & Vania, A. (2022). *Strategi Digital Marketing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Syeilah Production dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan pada Desa Matopuro Kecamatan Purwosari Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur*. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.