

## **Pengaruh Persaingan, Harga, Dan Kualitas Pelayanan pada UMKM Luthfi Mart & Computer**

**Ezha Amanda<sup>1</sup>, Rahima Cahyani<sup>2</sup>, Fajar Ramadhan Putra<sup>3</sup>, Indah Putri<sup>4</sup>, Vivi Nila Sari<sup>5</sup>**

*<sup>1,2,3,4,5</sup> Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Putra Indonesia YPTK  
Padang, Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Ezha Amanda

**E-mail:** [ezha27amanda@gmail.com](mailto:ezha27amanda@gmail.com)

### **Abstrak**

UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur. Selain itu UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia. UMKM juga memanfaatkan berbagai sumber daya alam yang berpotensi disuatu daerah yang belum diolah secara komersial. UMKM dapat membantu mengolah sumber daya alam yang ada di setiap daerah. Hal ini berkontribusi besar terhadap pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia. Namun nyatanya UMKM di Indonesia termasuk UMKM Luthfi mart & computer masih mengalami berbagai kendala dalam kegiatan pengembangannya, salah satunya adalah permasalahan legalitas usaha dan pengembangan cara pengalokasian kepemimpinan pada Luthfi mart & computer. Dalam hal ini, UMKM perlu melakukan adaptasi agar permasalahan yang dialami dapat teratasi. UMKM Luthfi mart & computer yang berlokasi di Jl. Raya Lubuk Begalung nan XX, Kec. Lubuk Begalung, Kota Padang, Sumatera Barat. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan survei dan wawancara, pemetaan dan identifikasi permasalahan, perumusan solusi, dan pelaksanaan kegiatan pendampingan. Dampak dari kegiatan ini adalah perluasan pemasaran produk dan pengembangan usaha Pelaku UMKM Luthfi mart & computer

**Kata kunci** – Pengembangan, Inovasi, Kinerja, Harga

### **Abstract**

UMKM are a form of small community business whose establishment is based on someone's initiative. Most people think that UMKM only benefit certain parties. In fact, UMKM play a very important role in reducing the level of unemployment in Indonesia. UMKM can absorb many Indonesian workers who are still unemployed. Apart from that, UMKM have contributed greatly to regional income and Indonesian state income. UMKM also utilize various potential natural resources in an area that have not yet been commercially processed. UMKM can help process the natural resources that exist in each region. This contributes greatly to regional income and Indonesian state income. However, in fact, UMKM in Indonesia, including Luthfi Mart & Computer UMKM, are still experiencing various obstacles in their development activities, one of which is the problem of business legality and developing ways to allocate leadership to Luthfi Mart & Computer. In this case, UMKM need to adapt so that the problems they experience can be resolved. UMKM Luthfi mart & computer located on Jl. Raya Lubuk Begalung nan XX, Kec. Lubuk Begalung, Kota Padang, Sumatera Barat. This community service activity begins with surveys and interviews, mapping and identifying problems, formulating solutions, and implementing mentoring activities. The impact of this activity is the expansion of product marketing and business development of Luthfi mart & computer UMKM players

**Keywords** – Development, Innovation, Performance, Price

## **PENDAHULUAN**

UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menguntungkan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja Indonesia yang masih menganggur. Selain itu UMKM telah berkontribusi besar pada pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia. UMKM juga memanfaatkan berbagai sumberdaya alam yang berpotensi disuatu daerah yang belum dikelola secara komersial. UMKM juga memanfaatkan berbagai sumber daya alam yang ada disetiap daerah. Hal ini berkontribusi besar terhadap pendapatan daerah maupun pendapatan negara Indonesia. Namun nyatanya UMKM di Indonesia termasuk Luthfi mart & computer masih mengalami berbagai kendala dalam kegiatan pengembangannya, salah satunya adalah permasalahan legalitas usaha dan pengembangan cara pengalokasian kepemimpinan pada Luthfi mart & computer. Dalam hal ini, UMKM perlu melakukan adaptasi agar permasalahan yang dialami dapat teratasi. UMKM Luthfi mart & computer yang berlokasi di Jl. Raya Lubuk Begalung nan XX, Kec. Lubuk Begalung, Kota Padang, Sumatera Barat. Hasil dari kegiatan ini adalah perluasan pemasaran produk dan pengembangan bisnis para pelaku UMKM Luthfi mart & computer Padang.

Luthfi mart & computer ini merupakan salah satu jenis industri dalam bentuk minimarket. UMKM ini merupakan jenis UMKM yang menjual berbagai jenis kebutuhan rumah tangga dalam bentuk barang yang sudah jadi atau tidak diproduksi sendiri, berbagai jenis makanan, minuman, perlengkapan dapur dan sebagainya tersedia disini. Luthfi mart & computer ini bukap setiap hari mulai dari pukul 08.00 hingga 23.30. luthfi mart & computer ini sudah berdiri dari tahun 2015 yang di dirikan oleh bapak Hermansyah. Luthfi mart & computer ini mendapatkan sedikit kendala dalam hal persaingan konsumen, yaitu terdapat minimarket baru yang berdiri berjarak sekitar 12m dari Luthfi mart & computer. Minimarket ini cukup terkenal di daerah Padang, yang mengakibatkan banyak pelanggan yang akan berkemungkinan beralalih untuk berbelanja pada minimarket baru ini.

Kualitas pelayanan dan kelengkapan produk yang dimiliki oleh minimarket Luthfi mart & computer ini harus selalu dijaga dan diawasi, supaya pelanggan dapat merasa nyaman dan puas dalam berbelanja. Sehingga pelanggan akan tetap datang untuk berbelanja pada minimarket Luthfi mart & computer ini, kepuasan pelanggan hendaknya harus selalu kita perhatikan dalam menerapkan atau mengelola suatu bisnis. UMKM Luthfi mart & computer ini sudah menerapkan prinsip menjaga kualitas kepuasan pelanggan dalam berbelanja sehingga pelanggan merasa nyaman, sehingga akan tercipta keinginan untuk datang berbelanja kembali. UMKM ini juga memudahkan masyarakat yang berada pada sekitar wilayah Lubuk Begalung untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari karena tempat yang strategis dan berada ditengah-tengah wilayah ramai penduduk. UMKM ini juga dapat menciptakan lapangan pekerjaan untuk masyarakat karena rumahnya banyak tenaga kerja yang dibutuhkan pada minimarket Luthfi mart & computer ini. Salah satunya yaitu untuk kasir dibutuhkan 6 orang tenaga kerja karena mereka dibagi menjadi dua shift siang dan malam.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat destruktif, dengan pendekatan studi kasus untuk memahami dan mengetahui gambaran menyeluruh dari konflik antar karyawan di minimarket Luthfi mart & computer serta memperjelas pengaruh- pengaruh signifikan yang dapat mempengaruhi kegiatan operasional UMKM. Populasi penelitian adalah seluruh karyawan yang bekerja pada minimarket Luthfi mart & computer, dengan sampel yang diambil menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui wawancara yang berisi pertanyaan terbuka terkait faktor penyebab permasalahan, dampak permasalahan yang terjadi, dan strategi manajemen dalam menghadapi permasalahan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Lokasi penelitian ini adalah minimarket Luthfi mart & computer, Jl, Raya Lubuk Begalung, nan, XX, Kec. Lubuk Begalung, Kota Padang, Sumatera Barat. Kegiatan penelitian berjalan dengan lancar, dengan tujuan mengevaluasi kegiatan operasional UMKM minimarket Luthfi mart & computer ini. Minimarket Luthfi mart & computer ini dalam kegiatan operasionalnya sudah sangat baik, baik dalam segi pelayanan, harga produk, dan lokasi yang strategi.

Jenis kegiatan ini merupakan salah satu kegiatan bentuk pengabdian kepada masyarakat, yang dilakukan untuk mendapatkan informasi bagaimana mengidentifikasi permasalahan dan memecahkan suatu metode dalam menentukan kegiatan operasional UMKM Luthfi mart & computer ini. Dalam kegiatan ini minimarket Luthfi mart & computer ini menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan inklusif, dimana setiapkaryawan dapat berkontribusi secara maksimal tanpa terpengaruh oleh faktor-faktor non-yang relevan. Minimarket Luthfi mart & computer menghadapi beberapa permasalahan diantaranya:

- a. Persaingan yang ketat dan pasar yang kompetitif
- b. Pengaruh pelayanan yang diberikan kepada pelanggan
- c. Kepuasan kerja berpengaruh secara versial terhadap kinerja karyawan pada minimarket Luthfi Mart & Computer
- d. Pengaruh persaingan, harga, dan pelayanan yang dihadapi minimarket Luthfi Mart & Computer

Berikut perumusan solusi dari masalah yang dihadapi oleh UMKM Luthfi Mart & Computer:

- a. Persaingan usaha sejenis

Persaingan sebagai salah satu bentuk karakteristik utama dalam sistem ekonomi pasar, cenderung lebih disukai dari pada kondisi non persaingan atau ketiadaan persaingan. Persaingan usaha atau persaingan dari sudut ekonomi. Dibedakan menjadi persaingan murni dan persaingan sempurna. Persaingan bisa bersifat murni dan sempurna, atau bisa juga bersifat murni tetapi tidak sempurna. Suatu persaingan disebut sebagai persaingan murni jika dipasar terdapat banyak perusahaan yang menjual produk yang identik sama. Produk dari banyak perusahaan tidak dapat dibedakan dari merek dagang ataupun label. Tiap-tiap penjual merupakan bagian yang sangat kecil jika dibandingkan dengan luas pasar, sehingga ia tidak dapat mempengaruhi harga. Jadi penjual dalam persaingan murni harus mengikuti harga dipasar. Harga ini ditentukan oleh interaksi antara penawaran industri dan permintaan industri (Richard A Billas, 1995 : 174-176).

Cara untuk menghadapi persaingan yang ketat :

1. Lakukan analisis peluang usaha dan target pasar

Untuk mempertahankan usaha, kita harus membuat perencanaan yang matang sejak awal, sehingga tidak akan menimbulkan kebingungan diakhir. Sehingga analisis peluang perlu dilakukan, dan juga menentukan target pasar sebagai cara yang efektif untuk menghadapi persaingan usaha.

2. Kenali pesaing atau kompotitor

Hal awal yang perlu kita ketahui yaitu dengan memahami atau menganali siapa kompotitor atau pesaing yang akan kita dihadapi, dengan demikian kita dapat melakukan evaluasi terhadap usaha yang kita miliki untuk dapat lebih baik lagi. Dapat berupa dari segi kualitas pelayanan, produk, dan pemasaran yang lebih baik terhadap usaha yang kita kelola.

3. Pahami pelanggan

Pelanggan merupakan aset berharga bagi kita pelaku bisnis. Sehingga kita harus melakukan pemahaman terhadap kebutuhan, preferensi, dan harapan pelanggan. Atau kita juga bisa melakukan riset pasar, lakukan survei, dan pelajari umpan balik pelanggan secara teratur.

4. Inovasi

Inovasi merupakan kunci untuk membedakan diri dari pesaing. Selalu cari cara baru untuk meningkatkan produk atau layanan kita, menemukan pelanggan baru, atau mengoptimalkan proses bisnis.

b. Harga

Apabila perusahaan telah memilih sasaran pasar dan pembagian pasarnya, maka strategi pemasarannya termasuk keputusan harga menjadi mudah ditetapkan. Misal jika perusahaan ingin menawarkan produk sepatu pria bagi kalangan eksekutif dengan kualitas yang tinggi, maka perusahaan standar pengenalan tersebut dapat menawarkan produknya dengan harga tinggi. Setiap kemungkinan harga akan memilih pengaruh yang berbeda pada berbagai tujuan seperti laba, pendapatan penjualan, dan nomor pasar. Bila mana bertujuan ingin memaksimalkan laba, perusahaan dapat mengatur harga tinggi, seorang jika ingin mendapatkan nomor pasar yang cukup luas, perusahaan dapat menentukan harga yang lebih rendah.

Sebuah perusahaan dapat menginginkan satu atau lebih dari beberapa tujuan berikut melalui kebijakan penetapan harganya :

1. Mempertahankan bertahan hidup

Ketika perusahaan berdiskusi masalah kelebihan kapasitas produksi, tingkat persaingan yang semakin tinggi, atau perubahan keinginan konsumen, maka tidak akan tercipta harga yang rendah.

2. Mengejar keuntungan (laba berorientasi)

Perusahaan dapat tentukan harga yang bersaing untuk mendapatkan keuntungan yang optimal.

3. Pertumbuhan penjualan yang maksimum

Perusahaan dapat menetapkan harga yang rendah pada dasar sasarannya untuk meningkatkan jumlah penjualannya.

4. Kepemimpinan kualitas produksi

Perusahaan yang ingin menjadi pemimpin kualitas produk dipasar, dapat menetapkan harga yang tinggi.

c. Kualitas pelayanan

Penerapan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan akan berbeda-beda tergantung dari jenis produk yang dijual. Pelayanan dapat menjadi hal yang diutamakan apabila perusahaan bergerak dalam sektor usaha yang bersifat berhubungan langsung dengan pelanggan. Hal ini dikarenakan pelayanan disektor usaha tersebut akan dirasakan langsung oleh konsumen, yaitu dimulai pada saat terjadi penawaran hingga proses setelah pembelian. Pengalaman konsumen mulai dari saat proses tersebut berlangsung, akan mempengaruhi perasaan konsumen yang mana pada akhirnya akan menimbulkan kepuasan dan berakhir pada ketiaan pelanggan. Pelayanan yang diberikan dengan baik menjadi harapan. Hal ini tentu agar konsumen dapat merasakan puas dalam membeli produk yang ditawarkan. Kesetiaan pelanggan juga menjadi harapan bagi pemilik usaha ataupun pengelola usaha. Konsumen dapat dijadikan sebagai media pemasaran yang efektif bagi pemilik usaha ataupun pengelola usaha. Konsumen yang senang dengan pelayanan yang diberikan dapat saja memberikan rekomendasi kepada teman dan keluarga untuk membeli atau menggunakan produk yang telah dibeli. Hal ini kemudian membuat perusahaan memiliki peluang dalam mendapatkan konsumen lebih banyak dari sebelumnya, tidak lain karena pengaruh konsumen yang senang dan hal tersebut merupakan bukti yang nyata. Pelayanan ini pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menimbulkan kepemilikan. Dari definisi tersebut dapat diartikan bahwa pelayanan hanya bisa dirasakan yang mana perasaan senang yang timbul akibat pelayanan tersebut akan berbeda-beda bagi setiap individu konsumen, sehingga rasa senang yang timbul itu hanya milik satu individu saja.



**Gambar 1.**

Kegiatan Dokumentasi PBL

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis di atas dan hasil wawancara yang kami lakukan dapat disimpulkan bahwa, minimarket Luthfi mart & computer ini sudah melakukan perencanaan yang baik dari segi kelengkapan produk, kualitas pelayanan terhadap pelanggan, serta kualifikasi penetapan harga pada produk yang dijual. Luthfi mart & computer hanya perlu melakukan atau menemukan solusi yang akan mereka terapkan dalam menghadapi para pesaing baru yang akan bermunculan dengan jenis usaha yang sama.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa. Karena berkat, rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ini dengan judul "Identifikasi Masalah dan Solusi UMKM Luthfi mart & computer". Dengan selesainya artikel ini, bukanlah menjadi sebuah akhir, melainkan suatu awal yang baru untuk memulai petualangan hidup yang baru. Penulis menyadari betul bahwa ada orang-orang yang berjasa dibalik selesainya artikel ini. Tidak ada persembahan terbaik yang dapat penulis berikan selain rasa ucapan terimakasih kepada pihak yang telah banyak membantu penulis. Secara khusus, penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada ibu Viviani Nilia Sari, SE, MM. Selaku dosen pengampuh yang telah bersabar, meluangkan waktu, dan merelakan tenaga dan pikiran serta turut memberi perhatian dalam memberikan pendampingan selama proses penulisan artikel ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada minimarket Luthfi mart & computer atas kerjasamanya dalam penyusunan artikel ini serta dukungan dari teman-teman sejawat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agus, Sartono. (2011). Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Yogyakarta: BPFE
- Anugrah, Krishna. Sudarmayasa, Wayan. (2020). Kualitas Pelayanan Jasa Akomodasi. Gorontalo.
- Maryanto. (2017). Dunia Usaha, Persaingan Usaha, dan Fungsi KPPU. Semarang : UNISSU
- Mulyana, M., 2012. Konsumen Perilaku: Sukses Dengan Memahami Konsumen.
- Saefullah Ecep, (2022). Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah. CV. Eureka Media Aksara.
- Utomo Bambang, Sumanto Djoko. (2007). Membangun kerja sama Tim . Depok