

**PEMBINAAN USAHA RUJAK ULEK UMI DEWI DI SIMPANG JODOH,
KABUPATEN DELI SERDANG*****Umi Dewi's Rujak Ulek Business Development at Simpang Jodoh,
Deli Serdang Regency*****Fauzia Agustini¹, Dita Amanah^{2*}, Dedy Ansari Harahap³**¹Universitas Negeri Medan²Universitas Pendidikan Indonesia³Universitas Islam Bandung

*E-mail: ditaamanah@upi.edu

(Diterima 02-02-2022; Disetujui 25-02-2022)

ABSTRAK

Studi ini dilakukan pada UMKM di Medan yang menjual rujak ulek dengan nama Rujak Ulek Umi Dewi. Berdasarkan hasil observasi ditemukan beberapa permasalahan yaitu lokasi usaha, gerobak usaha, dan penataan produk. Kegiatan ini bertujuan untuk membina Rujak Ulek Umi Dewi dalam menyelesaikan kesulitan utamanya seperti yang diuraikan sebelumnya. Sasaran utama kegiatan ini adalah berinovasi meliputi lokasi usaha, gerobak usaha, dan penataan produk. Metode yang dilakukan pada kegiatan ini adalah melangsungkan pengamatan, tanya jawab, dan menggali fakta-fakta dari berbagai referensi seperti buku, artikel pada jurnal, surat kabar, majalah yang relevan dan juga pencarian informasi secara online. Capaian luaran kegiatan ini adalah buah pikiran melalui diversifikasi rujak untuk memperbaharui dan keberlanjutan Rujak Ulek Umi Dewi, yaitu pada lokasi usaha agar lebih menjaga kebersihan, inovasi mengenai gerobak usaha dan penataan produk yang rapih agar pembeli tertarik.

Kata kunci: Rujak Ulek, UMKM, Medan

ABSTRACT

This study was conducted on micro, small and medium enterprises in Medan that sell rujak ulek under the name Rujak Ulek Umi Dewi. Based on the results of observations found several problems, namely the location of the business, business carts and product arrangement. This activity aims to foster Rujak Ulek Umi Dewi in solving its main difficulties as described previously. The main target of this activity is to innovate covering business locations, business carts and product arrangement. The method used in this activity is observation, question and answer and dig up facts from various references such as books, journal articles, newspapers, magazines that are relevant as well as searching for information online. The outcome of this activity is the fruit of thought through diversification of rujak to renew and sustain Rujak Ulek Umi Dewi, namely at the business location to maintain cleanliness, innovation regarding business carts and neat product arrangement so that buyers are interested.

*Keywords: Rujak Ulek; Micro, Small and Medium Enterprises; Medan***PENDAHULUAN**

Aktivitas pedagang rujak sudah di mulai 1950-an. Atau tiga tahun setelah Agresi Militer Belanda 1. Pada saat ini Rujak Ulek Simpang Jodoh sudah berdiri 69 tahun lamanya. “Saat itu lokasi ini gelap karena tidak ada penerangan. Jadi tempat ini menjadi pertemuan janda dan duda yang tinggal di daerah perkebunan”. Waktu itu tidak ada penerangan perkebunan, jadi para pedagang rujak menggunakan lampu sentir sebagai penerangan. Lampu sentir adalah lampu yang dibuat dengan botol berisi minyak tanah yang ditaruh sumbu. Pada tahun 1980-an kegiatan pedagang rujak bukan dilakukan oleh

janda dan duda, melainkan gadis dan lajang. Kegiatan dagang terus menerus turun temurun dilakukan masyarakat pada masa itu. Salah satu usaha rujak yang masih terkenal yaitu Rujak Simpang Jodoh yang memiliki rasa khas dibandingkan rujak lainnya, Dalam penelitian Harahap & Amanah (Harahap et al., 2019), menemukan bahwa pengunjung yang datang untuk menikmati makanan dan minuman sangat memperhatikan faktor rasa, sedangkan faktor harga tidak terlalu penting bagi pengunjung dalam keputusan pembelian. Kekhasan ada pada bumbu yang terasa kelat di lidah. Sensasi itu sendiri ditimbulkan dari buah pisang batu yang ditumbuk secara bersamaan dengan bumbu-bumbu yang digunakan. Resep yang digunakan para pedagang rujak dulunya didominasi masyarakat Melayu. Masyarakat masih menikmati cita rasa yang dimiliki Rujak Ulek Simpang Jodoh sampai saat ini yang diambil dari resep masyarakat Melayu zaman dulu.

Rujak Ulek Umi Dewi merupakan salah satu usaha rujak ulek di Simpang Jodoh, Medan Tembung. Usaha ini adalah usaha turun temurun keluarga. Jenis buah yang disajikan adalah pepaya, jambu, bengkoang, belimbing, kedondong, nanas, mangga, jambu air dan timun. Perkembangan usaha Rujak Ulek Umi Dewi sangat stabil, dikarenakan buah dibeli langsung dari pusat penjualan buah. Buah-buah dibersihkan dan dicuci oleh penjual agar pelanggan tertarik dengan rujak yang akan dijual. Pendapatan pada usaha Rujak Ulek Umi Dewi ini mencapai Rp150.000,00/hari.

Dampak merebaknya penyakit virus corona 2019 (Covid-19), berkurangnya aktivitas masyarakat keluar menyebabkan pelaku usaha mengalami dampak baik positif maupun negatif akibat peristiwa tersebut. Pelaku UMKM seperti pedagang tradisional dengan modal terbatas harus bisa memanfaatkan keadaan saat ini, masih banyak konsumen yang merasa resah dan takut akan ketersediaan produk yang mereka butuhkan, seperti bahan baku makanan untuk kebutuhan sehari-hari (Harahap, 2020; Harahap, 2020b; Harahap, 2020).

Setiap usaha pasti menemukan permasalahan yang dapat menjadi penghambat berkembangnya usaha tersebut (Agustini, Amanah, & Harahap, 2021; Agustini, Amanah, Harahap, et al., 2021). Sama halnya dengan Rujak Ulek Umi Dewi di Simpang Jodoh ini yang juga memiliki beberapa permasalahan. Permasalahan-permasalahan secara khusus diidentifikasi sebagai berikut:

1. Lokasi

Rujak Ulek Umi Dewi berada pada tempat yang terlalu kecil dan rapat dengan pelaku usaha lainnya. Selain itu, usaha ini berada tepat di atas selokan sehingga menimbulkan bau yang tidak sedap dan kurang baik bagi kesehatan penjual. Pelayanan kepada pelanggan

menjadi kurang maksimal disebabkan kondisi ini, apalagi ketika ramai pelanggan. Lokasi yang dianggap tidak strategis inilah yang membuat pelanggan merasa kurang nyaman.

2. Peralatan

Usaha ini menggunakan peraralatan yang sangat tradisional yaitu gerobak yang terbuat dari kayu, meskipun kita tahu bahwa rujak ulek adalah salah satu makanan tradisional tapi jika disajikan dengan sebaik mungkin, maka dapat membuat konsumen tertarik dan seterusnya akan menjadikan usaha ini berkembang dan tidak menutup kemungkinan bahwa usaha ini akan dapat menjadi makanan yang juga bisa dirasakan oleh para konsumen dari luar negeri. Jadi setiap usaha yang ada seharusnya dapat berjalan sesuai dengan perkembangan zaman agar kuliner dari setiap daerah dapat dikenalkan kepada konsumen luar negeri, sehingga wisata kuliner Indonesia maju dan dapat disetarakan dengan makanan dari negara lain.

3. Tata letak/susunan

Badan usaha rujak ulek bumbu ini memiliki tata letak/penyusunan buah-buahan dan peralatan yang sangat tidak rapi sehingga kurang enak untuk dilihat dan menjadi tidak menarik bagi pelanggan. Jika tata letak yang dibuat seunik dan semenarik mungkin, maka diharapkan konsumen akan semakin ramai membeli. Tata letak atau susunan produk di suatu toko merupakan salah satu faktor yang dianggap penting bagi pelanggan untuk datang berkunjung ke toko tersebut atau bahkan melakukan pembelian.

BAHAN DAN METODE

Lokasi Rujak Ulek Umi Dewi berada pada daerah Simpang Jodoh, Medan Tembung, yaitu suatu daerah di Kabupaten Deli Serdang. Langkah awal kegiatan ini adalah melakukan observasi kegiatan Rujak Ulek Umi Dewi. Aktivitas ini meliputi pengamatan mengenai proses awal sampai akhir pembuatan Rujak Ulek yang bertujuan untuk memahami fakta di lapangan sehingga diperoleh informasi untuk penelitian selanjutnya. Selanjutnya dilakukan wawancara, Pemahaman lebih baik mengenai kegiatan usaha ini dilakukan dengan melakukan wawancara yang merupakan aktivitas utama dalam penelitian observasi yaitu berupa tanya jawab secara lisan kepada pelaku usaha yang diharapkan dapat memperoleh informasi yang diperlukan peneliti. Wawancara berkenaan dengan sejarah usaha, proses produksi serta pendapatan pelaku usaha rujak dalam sehari. Penelitian ini juga menggunakan metode lain dalam mencari informasi yang relevan seperti pemanfaatan informasi dari buku, artikel jurnal, surat kabar, majalah, tabloid dan sebagainya sebagai data dukungan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberagaman selera konsumen terhadap suatu produk dapat menjadi suatu peluang bisnis yang menjanjikan. Rujak Ulek Umi Dewi dapat memanfaatkan peluang tersebut dengan melakukan inovasi seperti:

Lokasi Usaha

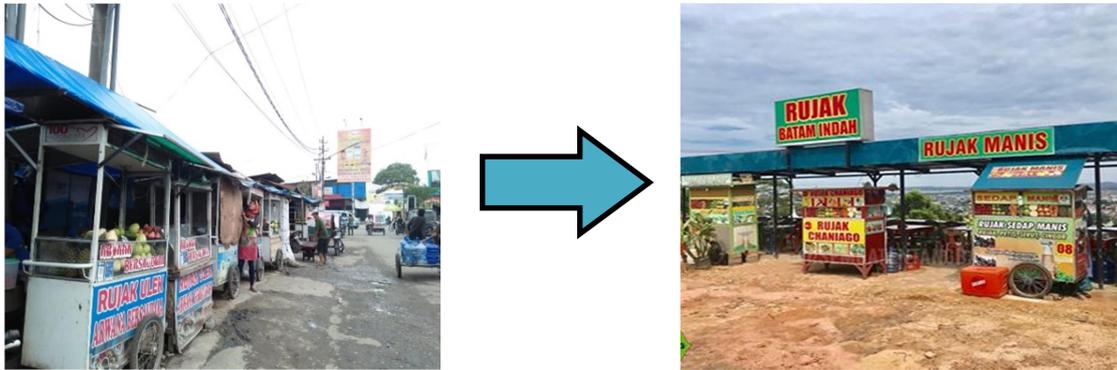
Permasalahan yang muncul pada usaha ini adalah tempat usaha yang terlalu sempit dan terlalu rapat dengan usaha lainnya, dan juga tempat yang mereka jadikan lapak untuk melakukan perdagangan berada di atas selokan yang ditutup oleh papan. Walaupun ditutup oleh papan tetap menimbulkan bau yang tidak sedap. Lokasi merupakan salah satu faktor yang berpengaruh bagi para pengusaha baik usaha kecil ataupun usaha yang besar (Fitriyani et al., 2018), (Fu'ad, 2015). Letak usaha sebaiknya berada pada tempat yang mudah dilihat, dilalui orang banyak, pendapatan masyarakat sekitar yang tinggi (Indarti, 2004), (Hanggita, 2018). Pemilihan lokasi strategis suatu usaha merupakan salah satu strategi pemasaran yang dapat dilakukan pelaku usaha. Lokasi usaha yang strategis dapat meningkatkan penjualan, oleh karena itu pemilik usaha sebaiknya melakukan perbandingan lokasi sebelum memulai usahanya untuk menentukan lokasi yang paling strategis untuk usahanya (Dubé et al., 2016).

Usaha UMKM seperti Rujak Ulek di Simpang Jodoh harus memperhatikan masalah lokasi seperti area parkir dan keamanan yang membuat konsumen nyaman dan aman datang ke tempat tersebut Selain menjaga harga yang sesuai dengan manfaat, kualitas dan kebutuhan konsumen. Juga melakukan penataan gerobak yang lebih baik untuk memudahkan konsumen dalam melakukan pembelian (Harahap, 2015; Harahap et al., 2017; Harahap et al., 2018; Harahap & Amanah, 2020).

Pengelola pasar UMKM yang terdiri atas pedagang rujak dengan menggunakan gerobak yang berjejer di sepanjang jalan juga harus memperhatikan dan selalu mengevaluasi masukan tentang kondisi pasar dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pembeli untuk berbelanja di Simpang Jodoh. Hal ini perlu dilakukan agar kondisi pasar lebih baik lagi yang memberikan kepuasan bagi pedagang dan pembeli (Agustini et al., 2020; Harahap et al., 2020).

Jadi permasalahan tempat yang sempit sebaiknya diselesaikan dengan mencari tempat yang lebih luas untuk mendirikan usaha dagang ini. Jarak yang rapat dengan usaha lain dapat diatasi dengan melakukan penjarakan diantaranya agar terdapat ruang yang memberikan kenyamanan kepada penjual dan terutama pelanggan ketika datang membeli rujak. Kemudian papan tempat usaha ini dijalankan ditutup dengan semen sehingga

lantainya menjadi permanen dan membantu mengurangi bau yang berasal dari selokan. Selokan juga sebaiknya dibersihkan secara bergotong royong oleh penjual di sekitar daerah itu. Solusi ini memberi kesan bahwa usaha ini bersih dan indah dilihat.



Gambar 1. Lokasi Solusi

Gerobak Usaha

Perrmasalahan kedua yang muncul adalah tempat produk dagangan yang berada pada gerobak yang terlalu tradisional. Seperti yang kita ketahui bahwa zaman semakin berkembang dan tingkat persaingan usaha semakin tinggi. Penampilan yang mendukung suatu usaha pun menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli (Risnarningsih & Sjheny, 2016; Widjajanti, 2009). Oleh karena itu, solusinya adalah gerobak yang digunakan penjual rujak pada usaha ini juga harus diganti untuk menciptakan penampilan yang lebih menarik sehingga diharapkan menambah daya tarik konsumen untuk membeli rujak pada usaha dagang ini (Prakoso, 2019; Wicaksono & Kahfi, 2019).



Gambar 2. Gerobak Solusi

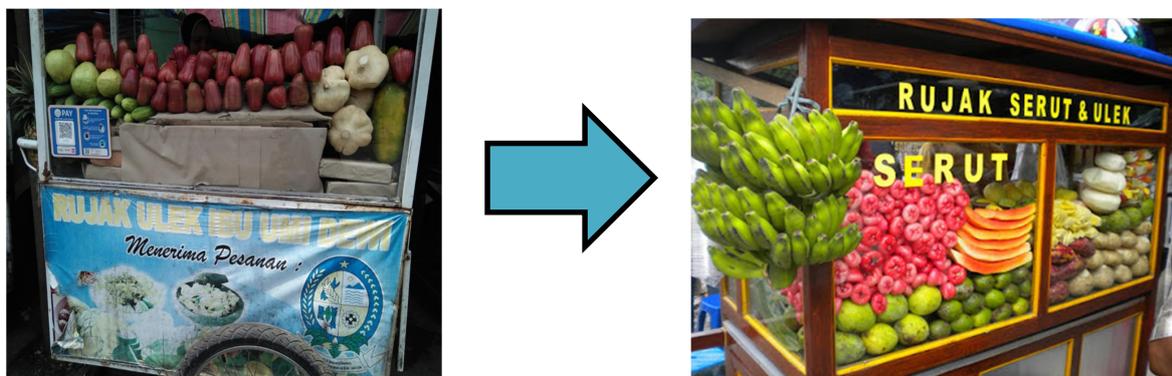
Penyusunan Produk

Letak buah dan barang-barang untuk usaha rujak uleg disusun tidak rapi sehingga kurang baik dilihat. Tata letak produk yang baik akan mengefisiensikan operasi usaha

dalam jangka panjang (Octavia & Jaya, 2016; R.H.Hollier, 1963). Jadi, tata letak merupakan hal penting di dalam suatu usaha (Lewis, 2019).

Tampilan produk (buah-buahan) yang kurang rapi dari usaha rujak ini sebaiknya dirapikan dan disesuaikan dengan keinginan konsumen. Buah-buahan harus disusun rapi, sebaik dan semenarik mungkin agar memudahkan dan menyenangkan konsumen ketika mencari dan memilih buah yang diinginkan.

Peneliti juga memberi saran kepada penjual agar menyediakan meja untuk berbagai keperluan, seperti mempersiapkan dan membuat bumbu rujak, selain sebagai tempat penyusunan piring bagi konsumen yang ingin makan di tempat.



Gambar 3. Rekomendasi Penyusunan buah

KESIMPULAN

Dengan melakukan pembinaan dan pembimbingan, maka pemilik usaha menerima usulan yang dilakukan untuk memperbaiki tiga unsur usaha Rujak Ulek tersebut meliputi lokasi usaha, gerobak usaha dan penataan produk, sehingga dan dilakukan perubahan pada ketiga unsur tersebut.

Inovasi tersebut dapat memperbaiki keadaan lokasi, gerobak dan penataan produk yang selama ini masih banyak kekurangannya, sehingga dengan masukan, bimbingan dan perbaikan tersebut diharapkan konsumen berminat membeli rujak ulek tersebut. Dengan demikian usaha Rujak Ulek Umi Dewi dapat berkembang dan lebih maju dan akhirnya dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan pemilik usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, F., Amanah, D., & Harahap, D. A. (2020). Consumer Decision to Buy Vegetables at Traditional Markets in Medan , Indonesia. *American International Journal of Business Management (AIJBM)*, 3(6), 109–123.
- Agustini, F., Amanah, D., & Harahap, D. A. (2021). Pembinaan Toko Bunga Rinaldy

- Flower's di Galang Kabupaten Deli Serdang, Medan. *Jurnal Abdi Masyarakat (JAM)*, 6(2), 112–119.
- Agustini, F., Amanah, D., Harahap, D. A., Kewirausahaan, P. S., Medan, U. N., Studi, P., Bisnis, P., Indonesia, U. P., Manajemen, P. S., & Bandung, U. I. (2021). Strategi Pengembangan Produk Kerupuk Opak Minang Yolanda. *Jurdimas Royal*, 4(3), 293–300.
- Dubé, J., Brunelle, C., & Legros, D. (2016). Location Theories and Business Location Decision: A Micro-Spatial Investigation of a Nonmetropolitan Area in Canada. *The Review of Regional Studies*, 46, 143–170.
- Fitriyani, S., Murni, T., & Warsono, S. (2018). Pemilihan Lokasi Usaha Dan Pengaruhnya Terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro Dan Kecil. *Management Insight*, 13(1), 47–58.
- Fu'ad, E. N. (2015). Pengaruh Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Berskala Mikro/Kecil Di Komplek Shopping Centre Jepara. *Media Ekonomi Dan Manajemen*, 30(1), 56–67.
- Hanggita, A. T. (2018). Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa Pada Umkm Di Kecamatan Paciran. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(2), 167–176.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak USU (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(3), 227–242.
- Harahap, D. A. (2020a, April 6). Virus Corona dan Panic Buying yang Impulsif. *Opini - Radar Bandung*, April, 9. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.24571.64809>
- Harahap, D. A. (2020b, April 14). Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) Menangani Pandemi Covid-19 dan Tren Pembelian Online. *Opini- Radar Bandung*, April, 9. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.22535.34723>
- Harahap, D. A. (2020c, May 12). Virus corona dan beralihnya pedagang tradisional ke online. *Opini Harian Pelita*, May, 1. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.15210.13760>
- Harahap, D. A., & Amanah, D. (2020). DETERMINANTS OF CONSUMER PURCHASE DECISION IN SMES. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(03), 3981–3989. www.ijstr.org
- Harahap, D. A., Amanah, D., & Agustini, F. (2018). Effect of product completeness and price on consumer purchasing decision in smes market medan. *Jurnal Manajemen*, 22(1), 47–61. <https://doi.org/10.24912/jm.v22i1.312>
- Harahap, D. A., Hurriyati, R., Disman, Gaffar, V., & Amanah, D. (2019). Culinary Tourism in Indonesia-Empirical Study at Amaliun Food Court, Medan. *SAR Journal*, 2(1), 15–23. <https://doi.org/10.18421/SAR21-03>
- Harahap, D. A., Hurriyati, R., Gaffar, V., & Amanah, D. (2017). The Effect of Location and Products Completeness to Consumer Buying Decision of Small and Medium Enterprise Market. *Proceedings of the 2nd Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship 2017*, 1(8), 30–33. <https://doi.org/10.5220/0007114200300033>
- Harahap, D. A., Saskia, S., Putra, A., Teviana, T., & Amanah, D. (2020). What is The Reason For Consumer Buying at Indonesia SMEs Market? *Palarch's Journal Of Archaeology Of Egypt/Egyptology* 17(4), 17(4), 507–524. <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/382%0D%0A>
- Indarti, N. (2004). Business Location And Success: The Case Of Internet Café Business In Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 6(2), 171–192.
- Lewis, M. A. (2019). *Operations Management: A Research Overview*. Taylor & Francis.

- Octavia, H. S. S. T., & Jaya, S. S. (2016). Perbandingan Product Layout Dan Process Layout Dalam Perbaikan Tata Letak Pt. Almicos Pratama Dengan Metode Simulasi. *Jurnal Titra*, 4(1), 33–38.
- Prakoso, B. A. (2019). *Business Plan Food Truck Di Kota Bandung*.
- R.H.Hollier. (1963). The Layout Of Multi-Product Lines. *International Journal of Production Research*, 2, 47–57.
- Risnaningsih, & Sjheny, T. (2016). Usaha Mikro Pedagang Kaki Lima Makanan & Minuman Dalam Meningkatkan Perekonomian Keluarga. *Jurnal Dedikasi*, Mei, 50–54.
- Wicaksono, I. B. A., & Kahfi, R. T. (2019). Analisis Dan Usulan Strategi Bauran Ritel Food Truck di Kota Bandung. *Jurnal Akuntansi Maranatha*, 11(1), 22–43.
- Widjajanti, R. (2009). Karakteristik Aktivitas Pedagang Kaki Lima Pada Kawasan Komersial Di Pusat Kota Studi Kasus: Simpang Lima, Semarang. *Jurnal Teknik*, 30(3), 162–171.