

PELATIHAN DAN BIMBINGAN KORESPONDENSI BISNIS DI BIDANG HOME INDUSTRY KULINER PAWON BUCI MALANG

Ellyn Eka Wahyu¹⁾, Yekie Senja Oktora²⁾, Siti Nurbaya³⁾, Joni Dwi Pribadi⁴⁾, Achmad Suyono⁵⁾.

¹Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

email: ekaellyn@gmail.com

²Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

email: oyekie@gmail.com

Abstract

Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) in 2021, was carried out to provide training and guidance to mothers in the area around Pawon Buci Malang on Business Correspondence to help promote and market products from Pawon Buci Malang. The method used by the PkM Implementation Team is to provide an explanation of the meaning of letters, understanding of business correspondence, the importance of correspondence (especially during the Covid 19 Pandemic), requirements for a good letter, function of letters, language of letters, nature of business letters, form of letters, sections -Department of Letters, Sales Methods - Direct Sales, Kinds of Letters (Introduction Letters, Offer Letters, Order Acceptance Letters, Order Confirmation Letters, Order Rejection Letters). This PkM activity received high enthusiasm from the participants. The enthusiasm was evidenced by the completeness of the 5 participants who listened carefully and actively from the beginning to the end of the activity. The PkM Implementation Team concluded that all participants were able to put the results of the training into practice by being able to write the necessary documents to promote and market Pawon Buci products.

Keywords:

Training and Guidance, Business Correspondence, Home Industry Culinary

1. PENDAHULUAN

Sepanjang tahun 2020 industri makanan dan minuman (kuliner) berkembang pesat. Terlebih, Pandemi Covid - 19 yang terjadi sepanjang tahun 2020 membuat kebiasaan makan menjadi berubah. Banyak masyarakat yang akhirnya memilih layanan tanpa turun (*drive thru*) yang dianggap lebih cepat, aman, praktis dan juga sebagai bentuk dari *social distancing*. Banyak pengusaha kuliner yang gulung tikar, namun banyak juga pengusaha yang akhirnya memutar otak mengatur strategi agar bisnis tetap berjalan baik. Mulai dari mengubah menu masakan hingga mengubah model layanan yang disajikan kepada masyarakat. *Home Industry* merupakan rumah usaha produk barang atau juga perusahaan kecil. Dikatakan sebagai perusahaan kecil karena

jenis kegiatan ekonomi ini dipusatkan di rumah dengan jumlah karyawan tidak lebih dari 10 orang. Pada saat pandemi seperti sekarang, pelaku usaha *home industry* dituntut untuk lebih agresif agar dapat mempertahankan kesejahteraan karyawannya yang umumnya tinggal di sekitar wilayah rumah produksi.

Home Industry memiliki kelemahan di antaranya adalah cenderung menutup informasi dari luar dan hanya mengandalkan intuisi dan ambisi dari pemilik serta lemah dalam promosi.

Pawon Buci merupakan salah satu usaha mikro yang bergerak dibidang kuliner di kota Malang yang berdiri mulai tahun 2018, beralamat di Jalan Gilimanuk Gang. 1 No. 3 Kelurahan Samaan Kecamatan Klojen, Malang. Media

Pawon Buci selama ini dalam memasarkan produknya adalah melalui promosi 'dari mulut ke mulut' / *word of mouth*, *group WhatsApp* dan *Facebook* rekan-rekan yang dikenal oleh *owner* saja ; sehingga hasil yang didapatkan belum mencapai pada tahap yang dikatakan stabil. Dengan melihat kondisi seperti ini, sedangkan Pawon Buci memiliki potensi besar untuk lebih berkembang pangsa pasarnya karena dari penyajian produk (estetika kemasan dan produk, kebersihan makanan, harga) sangat 'apik' / representatif dan terjangkau sehingga untuk membantu *home industry* ini lebih berkembang dan dikenal oleh pangsa pasar yang lebih luas maka penawaran produk *home industry* tersebut harus diperluas juga menjangkau pada instansi pemerintah, instansi BUMN, perhotelan dan jasa *Tour & Travel*. Untuk menjangkau pangsa pasar instansi pemerintah, instansi BUMN, perhotelan dan jasa *Tour & Travel*, salah satu caranya adalah harus melalui media yang lebih resmi yaitu melalui korespondensi dan korespondensi yang baik dan benar belum dimiliki oleh Pawon Buci sehingga hal inilah yang menjadi dasar bagi pengusul untuk melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) pada tanggal 19 Juni 2021 ; pada *home industry* ini.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 Surat

Surat adalah alat komunikasi yang menggunakan sehelai kertas atau lebih, yang disampaikan kepada orang lain baik atas nama pribadi maupun organisasi.

2.2 Korespondensi Bisnis

Korespondensi Bisnis adalah kegiatan berkomunikasi dengan jalan balas membalas surat dalam dunia bisnis.

2.3 Syarat Surat Yang Baik

Syarat Surat Yang Baik, adalah :

- Menggunakan kertas surat yang tepat (ukuran, jenis).
- Menggunakan bentuk surat yang standar.
- Menggunakan Bahasa Indonesia yang baku.
- Menggunakan gaya bahasa yang lugas (*concise*).
- Menggunakan bahasa yang jelas (*clear*).

- Menggunakan bahasa yang sopan dan hormat (*cortious*).
- Menyajikan fakta yang benar dan lengkap (*correct and complete*).
- Sedapat mungkin bebas dari singkatan.
- Tidak menggunakan kata-kata yang sulit.

2.4 Fungsi Surat

Fungsi Surat adalah :

- Alat komunikasi,
- Bukti tertulis yang otentik.
- Alat pengingat sewaktu-waktu (arsip).
- Duta organisasi.
- Pedoman atau dasar bertindak.

2.5 Bahasa Surat

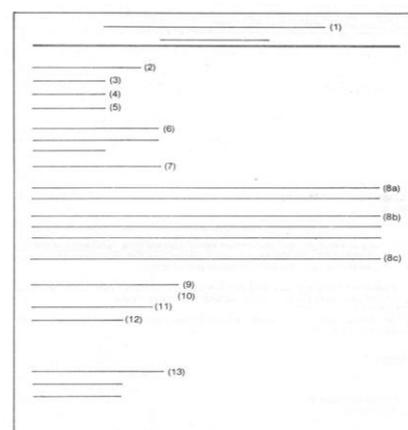
- Pemakaian bahasa dan tata bahasa yang benar terutama yang berhubungan dengan bahasa surat.
- Menyusun serta menguraikan pokok permasalahan secara teratur dengan mempergunakan kalimat-kalimat yang mudah dimengerti.
- Hindari singkatan yang tidak lazim.
- Menguasai penggunaan tanda baca pada bagian-bagian surat dan kalimat surat pada umumnya.

2.5 Sifat Surat Bisnis

Sifat Surat Bisnis adalah :

- Lengkap, artinya surat itu memuat keterangan lengkap tentang persoalan yang dikemukakan.
- Singkat dan tegas, artinya maksud dan isi surat dikemukakan.
- Hormat dan sopan.
- Jelas.

2.6 Bentuk Surat – Paragraf *Full Block Style* / Lurus Penuh



Gambar 1. Format Bentuk Paragraf *Full Block Style*

Sumber : Data Diolah, 2021

2.7 Bagian – Bagian Surat

Bagian-Bagian Surat terdiri dari :

- a. Kepala Surat
- b. Tanggal Surat.
- c. Nomor Surat.
- d. Lampiran.
- e. Hal atau Perihal.
- f. Alamat yang dituju.
- g. Salam Pembuka
- h. Tubuh Surat, terdiri dari :
 - Pembuka Surat.
 - Isi Surat.
 - Dan Penutup Surat.
- i. Salam Penutup.
- j. Nama Perusahaan.
- k. Tanda Tangan dan Nama Terang Penanggung Jawab Surat.
- l. Tembusan = Tindasan = *Carbon Copy* (CC)

2.8. Macam-Macam Surat Bisnis

Macam-macam Surat Bisnis, antara lain :

- a. Surat Perkenalan.
- b. Surat Penawaran (Penawaran Atas Inisiatif Sendiri).
- c. Surat Pesanan.
- d. Surat Penerimaan Pesanan.
- e. Surat Konfirmasi Pesanan
- f. Surat Penolakan Pesanan.

2.9. Peranan Korespondensi Dalam Bisnis

Dalam dunia bisnis pastinya memerlukan korespondensi untuk melakukan kerjasama dengan perusahaan lain, hal tersebut senada dengan pernyataan yang dikemukakan Sipas, 2020, Korespondensi memiliki peranan dalam dunia bisnis, sebagai :

- a. menciptakan surat yang baik dan benar
- b. Menciptakan kerjasama yang baik
- c. Menyebarkan kegiatan

2.10. Hubungan Korespondensi Dengan Perluasan Jangkauan Pemasaran

Menurut Asnawi (2017:10), saat ini seiring dengan munculnya berbagai macam perusahaan maka hubungan antara perusahaan dengan perusahaan lainnya sangatlah penting dan memperluas jaringan perusahaan sehingga memperoleh profit yang besar. Maka dari dibutuhkan korespondensi atau surat menyurat sebagai media untuk menjalin kerjasama antara pihak yang satu dengan pihak yang lainnya.

3. METODE

Alih pengetahuan diberikan kepada 5 (lima) orang peserta pelatihan dengan metode penyampaian materi yang sesuai, dengan

disertai contoh-contoh dalam bentuk sketsa bentuk paragraf, bagian-bagian surat, poin-poin utama yang harus ada pada tiap jenis surat sesuai dengan perihal surat dan disertai diskusi tanya jawab kepada Tim Pelaksana PkM.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini memiliki tujuan dan sasaran yang diharapkan dapat memberi manfaat bagi khalayak yang menjadi sasaran. Tujuan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah memberikan solusi alternatif bagi para ibu-ibu agar mampu memanfaatkan media offline (Korespondensi Bisnis) sebagai sarana promosi dan menjual produknya. Proses pelaksanaan kegiatan ini dilakukan dengan rincian sebagai berikut :

a. Kegiatan ini diawali dengan mengumpulkan ibu-ibu warga sekitar Pawon Buci Malang, di Jln. Gilimanuk Gang 1 No. 3 Malang sekaligus sebagai rumah tinggal dan *home industry* Pawon Buci.

b. Kemudian setelah peserta pelatihan terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah kami memberikan paparan mengenai jangkauan pemasaran produk *home industry*, khususnya dibidang kuliner, terutama disaat ini yang sedang berada pada situasi Pandemi *Covid 19*, harus tetap bisa eksis/terkenal menjangkau seluruh pangsa pasar terutama instansi pemerintah, instansi BUMN, perhotelan dan jasa *Tour and Travel* – bila situasi dan kondisi telah memungkinkan, melalui media *offline* (Korespondensi Bisnis).

Berikut dibawah ini pada Gambar 2 dan Gambar 3 adalah foto kehadiran para peserta PkM 2021 :



Gambar 2. Kehadiran Peserta PkM 2021 (sebelum pemaparan PkM)

Sumber : Data Diolah, 2021



Gambar 3. Kehadiran Peserta PkM 2021 (setelah pemaparan PkM)

Sumber : Data Diolah, 2021

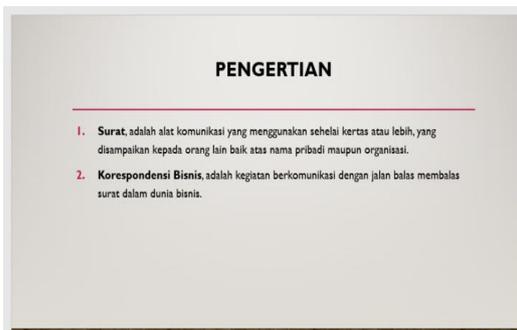
c. Setelah ibu-ibu sudah memahami paparan, maka selanjutnya ibu-ibu diberikan *short course* cara membuat surat-surat untuk mempromosikan dan memasarkan produk kepada institusi pemerintah, institusi BUMN, perhotelan dan *Tour and Travel*.

Berikut dibawah ini pada Gambar 3 sampai dengan Gambar 20 adalah materi yang diberikan kepada ibu-ibu peserta PkM 2021 :



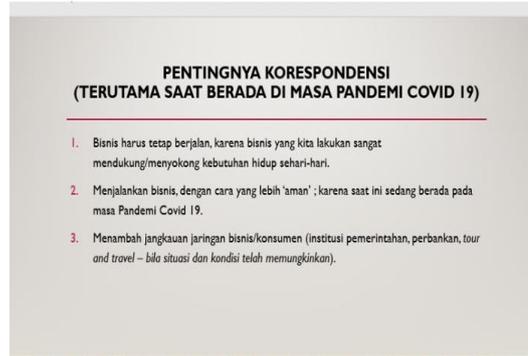
Gambar 4. Judul dan Nama Tim PkM 2021

Sumber : Data Diolah, 2021



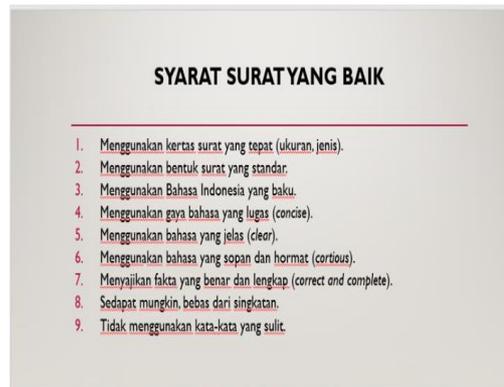
Gambar 5. Pengertian Surat dan Korespondensi Bisnis

Sumber : Data Diolah, 2021



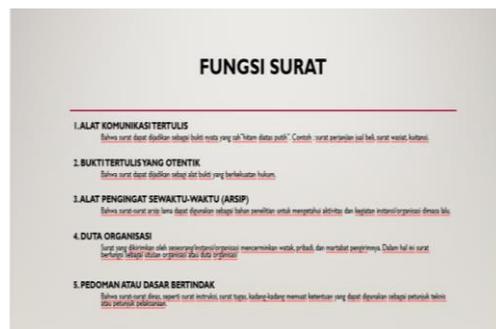
Gambar 6. Pentingnya Korespondensi

Sumber : Data Diolah, 2021



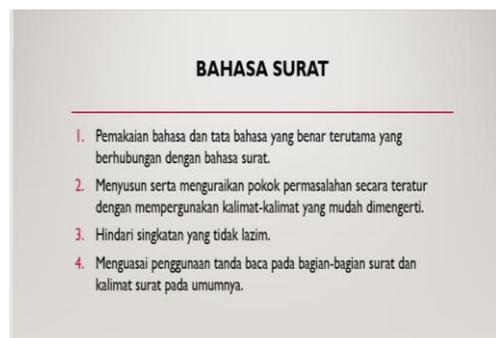
Gambar 7. Syarat Surat Yang Baik

Sumber : Data Diolah, 2021



Gambar 8. Fungsi Surat

Sumber : Data Diolah, 2021

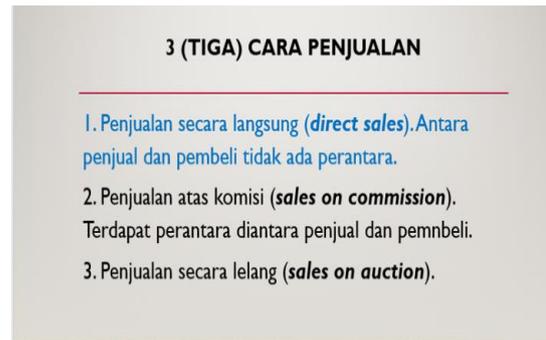


Gambar 9. Bahasa Surat

Sumber : Data Diolah, 2021



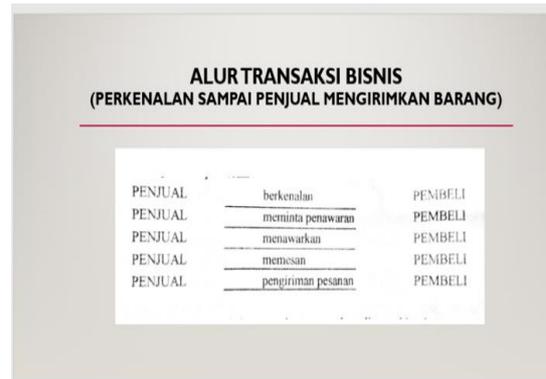
Gambar 10. Sifat Surat Bisnis
Sumber : Data Diolah, 2021



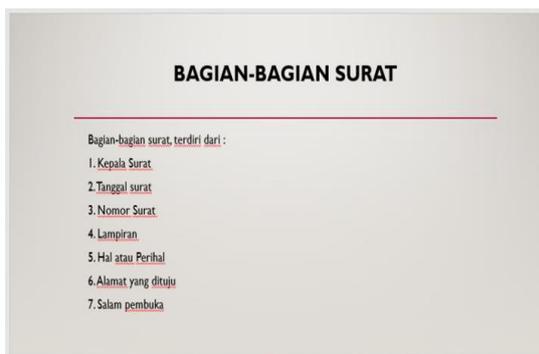
Gambar 14. Cara Penjualan
Sumber : Data Diolah, 2021



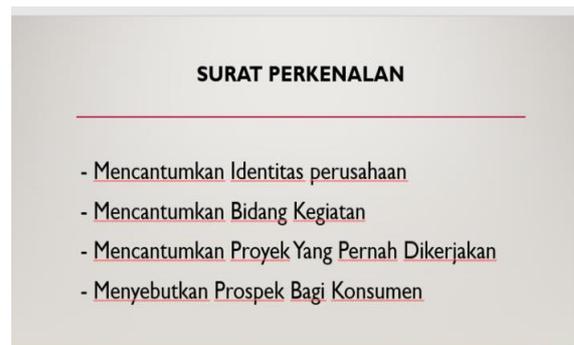
Gambar 11. Bentuk Surat – Paragraf Full Block Style
Sumber : Data Diolah, 2021



Gambar 15. Alur Transaksi Bisnis
Sumber : Data Diolah, 2021



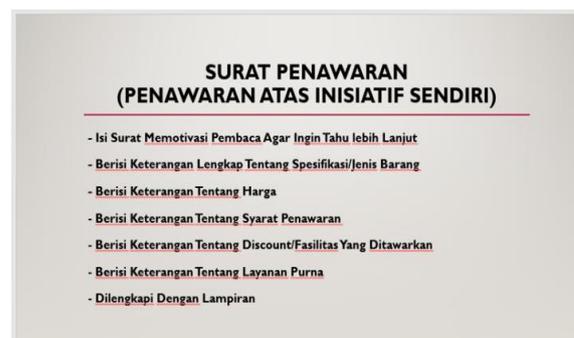
Gambar 12. Bagian – Bagian Surat
Sumber : Data Diolah, 2021



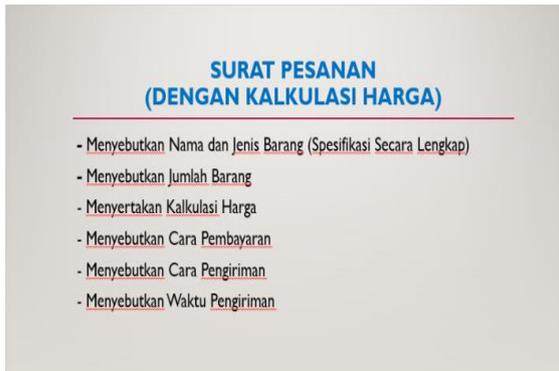
Gambar 16. Surat Perkenalan
Sumber : Data Diolah, 2021



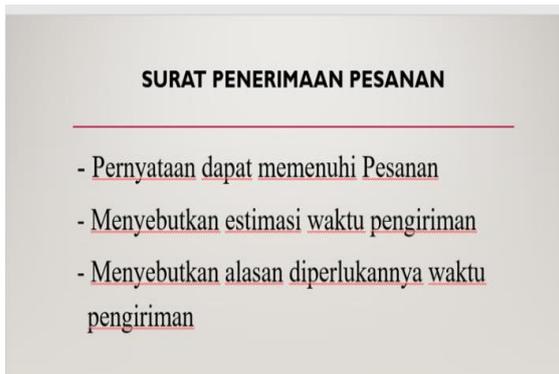
Gambar 13. Bagian – Bagian Surat
Sumber : Data Diolah, 2021



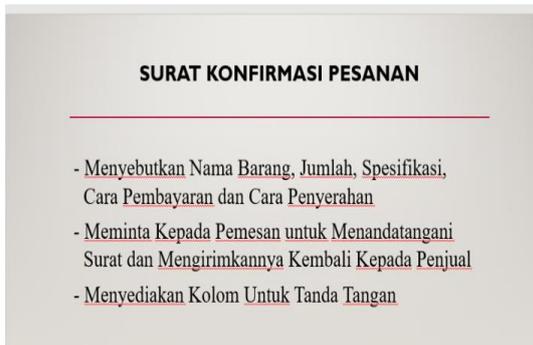
Gambar 17. Surat Penerimaan
Sumber : Data Diolah, 2021



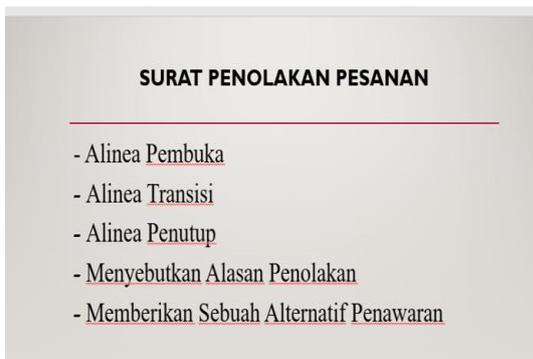
Gambar 18. Surat Pesanan
Sumber : Data Diolah, 2021



Gambar 19. Surat Penerimaan Pesanan
Sumber : Data Diolah, 2021



Gambar 20. Surat Konfirmasi Pesanan
Sumber : Data Diolah, 2021



Gambar 21. Surat Penolakan Pesanan
Sumber : Data Diolah, 2021

d. Setelah khalayak sasaran sudah memahami cara membuat surat-surat untuk mempromosikan dan memasarkan produknya, maka langkah selanjutnya adalah khalayak sasaran membuat beberapa macam surat yang sesuai untuk mempromosikan dan memasarkan produknya.

Berikut dibawah ini pada Gambar 21 dan Gambar 22 adalah 2 (dua) hasil surat yang telah dibuat oleh ibu – ibu peserta PkM 2021 :



Gambar 22. Surat Perkenalan
Sumber : Data Diolah, 2021



Gambar 23. Surat Penawaran
Sumber : Data Diolah, 2021

5. SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) yang bertajuk Pelatihan Dan Bimbingan Korespondensi Bisnis di Bidang Home Industry Kuliner Pawon Buci Malang telah dilaksanakan dengan baik. Kegiatan ini mendapatkan antusiasme yang tinggi dari peserta. Antusiasme dibuktikan dengan kelengkapan peserta sejumlah 5 orang yang menyimak pembahasan dengan seksama dan aktif dari awal hingga akhir kegiatan. Kami sebagai

Tim Pelaksana PkM menyimpulkan bahwa seluruh peserta mampu mempraktekkan hasil dari pelatihan tersebut dengan mampu membuat surat-surat yang diperlukan untuk mempromosikan dan memasarkan produk Pawon Buci.

Setelah melakukan kegiatan pengabdian ini, kami selaku Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang memberikan saran kepada ibu-ibu peserta yang akan memasarkan produk aneka masakan agar memperhatikan beberapa hal berikut :

a. Sebaiknya ibu-ibu lebih 'luwes' dalam menyusun kalimat pada isi surat dengan tetap memperhatikan ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan pada materi Korespondensi Bisnis agar pihak pembaca surat/pihak yang dituju lebih tertarik dengan produk yang kita perkenalkan dan atau kita promosikan tanpa meninggalkan kesopanan/ resmi karena surat ditujukan pada lembaga/institusi yang formal.

b. Selanjutnya, selain membuat surat dengan tata bahasa yang lebih 'luwes' , diharapkan pula untuk melengkapi surat dengan lampiran Daftar Menu bergambar yang 'eye catching' agar pembaca surat/pihak yang dituju lebih yakin dengan produk yang diperkenalkan dan dipromosikan meski baru melihat gambar produk.

c. Untuk kedepannya, dalam meningkatkan promosi dan mendapatkan kepercayaan konsumen, pada tahap penerimaan pesanan, juga perlu ditambahkan 'tester food' sesuai menu yang dipesan.

d. Perlu komitmen dari seluruh ibu-ibu peserta pelatihan dan bimbingan untuk selalu menerapkan materi yang telah dipelajari untuk lebih memperluas pangsa pasarnya melalui media *offline* (Korespondensi Bisnis), terutama di masa Pandemi *Covid* 19 ini.

6. DAFTAR REFERENSI

Finosa, Lamuddin. 1991. Aneka Surat Sekretaris Dan Surat Bisnis Indonesia. Usaha Mulia Jakarta.

Riniwati, Harsuko. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia (Aktivitas Utama Dan Pengembangan SDM). UB Press.

Pentingnya Korespondensi, <http://epthealwayz.blogspot.com/2013/05/pentingnya-korespodensi-bisnis.html>,%20diakses%20pada%20Januari%202021diakses%20pada%20Januari%202020, diakses Januari 2021

Pentingnya Korespondensi Bisnis, https://id.wikipedia.org/wiki/Sumber_daya_manusia, diakses Januari 2021bd&q=pentingnya+korespondensi+bisnis adalah, diakses Januari 2021

Pentingnya Korespondensi Bisnis, <https://www.google.com/search?client=firefoxbd&q=pentingnya+korespondensi+bisnisadalah>, diakses Januari 2021

Pelatihan, <https://www.google.com/search?client=firefo>

Pelatihan, x-b-d&q=Pelatihan+adalah+, diakses Januari 2021

Pelatihan, <https://id.wikipedia.org/wiki/Pelatihan>, diakses 2021

Sipas. 2020. Pentingnya Korespondensi, <https://www.sipas.id/blog/pentingnya-korespondensi-surat/>

Asnawi, Anita. 2017. Pentingnya Korespondensi Yang Baik Untuk Menunjang Kegiatan Bisnis Di PT Galic Bina Mada Surabaya, 2017, , <http://repository.unitomo.ac.id/514/1/Penelitian%20Korespondensi.pdf>

