

Pendampingan UMKM Untuk Meningkatkan Omset Bisnis di Kecamatan Sambikerep, Kota Surabaya

Sri Nathasya Br Sitepu^{1*}, Krismi Budi Sienatra², Monika Teguh³,
Tommy Christian Efrata⁴

¹⁻⁴ Universitas Ciputra

* nathasya.sitepu@ciputra.ac.id

Abstrak

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Kecamatan Sambikerep, Kota Surabaya mengalami penurunan pendapatan pasca timbulnya pandemi covid 19 tahun 2020–2021. UMKM membutuhkan pendampingan untuk meningkatkan omset bisnis. Metode pendampingan UMKM diantaranya: 1) analisis situasi dan permasalahan mitra, 2) pelaksanaan pendampingan, 3) evaluasi kegiatan. Pendampingan diberikan kepada 20 orang pemilik UMKM kecamatan Sambikerep, Kota Surabaya. Hasil dari program pendampingan: 1) analisis situasi berhasil merumuskan program pendampingan, 2) transfer pengetahuan memberikan skill dan pengetahuan, praktek penggunaan sosial media memampukan UMKM menggunakan media sosial untuk bisnis dan eksekusi pameran bisnis memberikan kesempatan UMKM mengikuti pameran, 3) kegiatan evaluasi pendampingan berhasil konfirmasi kesuksesan pendampingan. Kesimpulan dari pendampingan diantaranya: 1) UMKM memperoleh peningkatan pendapatan sebesar 20 persen setelah mengikuti pendampingan, 2) Pelaku/pemilik UMKM mendapatkan tambahan pengetahuan *entrepreneurship*, marketing dan pengelolaan bisnis.

Kata Kunci: *bisnis, entrepreneurship, UMKM*

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah unit usaha yang jumlahnya paling besar di Indonesia jika dibandingkan jumlah unit usaha lainnya. Data kementerian koperasi dan usaha kecil dan menengah pada tahun 2023 usaha mikro 63,96 juta, usaha kecil 193.959, usaha menengah 44.728 dan usaha besar 5.550-unit usaha. Usaha mikro memiliki jumlah terbesar dengan karakteristik kekayaan usaha maksimal Rp.50.000.000 dengan unit usaha yang mudah untuk diduplikasi sehingga resiko kegagalan usaha besar. Pelaku usaha mikro tidak membutuhkan keahlian dan teknologi sebagai syarat utama menjalankan usaha. Karakteristik usaha kecil pada setiap tahunnya memperoleh dana Rp.300.000.000–Rp 2,5. 000.000.000. Usaha kecil sudah membuka lapangan kerja diluar anggota keluarga. Sementara usaha menengah perolehan penjualan setiap tahun senilai Rp Rp 2,5. 000.000.00 – Rp. 50.000.000.000. Pemilik usaha menengah sudah dilengkapi legalitas, memiliki lebih dari 3 orang tenaga kerja, menggunakan teknologi dan mampu menggunakan teknologi dalam operasional bisnis (Nathasya et al., 2023).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) tersedia di Kecamatan Sambikerep, Kota Surabaya. Karakteristik UMKM Kecamatan Sambikerep dijalankan oleh ibu rumah tangga, transaksi dari penjualan senilai Rp.50.000.000–Rp 2,5. 000.000.000. Usaha mikro dan kecil menjadi usaha yang banyak ditemukan pada Kecamatan Sambikerep. Usaha mikro dan kecil bergerak dibidang makanan dan minuman serta usaha bidang jasa. Usaha dibidang makanan dijual dengan sistem open order dan sistem konsinyasi. Usaha dijalankan oleh anggota keluarga dan bagi usaha kecil memiliki tenaga kerja sebanyak 1–3 orang. Promosi usaha menggunakan media sosial (facebook dan aplikasi whatsapp). Pelaku usaha menjalankan UMKM belum memahami konsep *entrepreneurship*. Penjualan produk dan jasa menurun saat terjadi covid 19 tahun 2021–2023. Hal ini menurunkan motivasi pelaku UMKM menjalankan bisnis.

Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM terdiri dari: 1) Penjualan yang cenderung stagnan dan cenderung menurun, 2) biaya produksi mengalami peningkatan sehingga mengurangi keuntungan usaha, 3) keterbatasan kesempatan mengikuti bazar secara *offline* untuk menjual produk dan jasa, 4) pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) membutuhkan pengetahuan *entrepreneurship*, 5) pelaku usaha mikro, kecil dan menengah membutuhkan pengetahuan pengelolaan internal dan external pada unit usaha, 6) Pelaku UMKM membutuhkan motivasi menjalankan bisnis. Permasalahan yang dialami oleh pelaku UMKM Kecamatan Sambikerep membutuhkan solusi. Pelaku UMKM mendapatkan solusi ketika mengikuti program pendampingan UMKM untuk meningkatkan omset bisnis di Kecamatan Sambikerep, Kota Surabaya. Program pendampingan ini merupakan kerjasama Universitas Ciputra dengan kelompok pelaku usaha UMKM Kecamatan Sambikerep.

Solusi dari permasalahan pelaku usaha UMKM diberikan dalam bentuk pendampingan UMKM untuk mengatasi semua permasalahan yang dihadapi. Pendampingan melibatkan dosen dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan *entrepreneurship*, strategi marketing/promosi dan pengetahuan pengelolaan internal dan external. Dosen juga akan sharing dan mentoring pengalaman dalam menjalankan usaha. *Entrepreneurship* meningkatkan keterampilan dan kreatifitas menggunakan potensi sehingga, memperoleh keuntungan (Sidharta et al., 2023). Universitas Ciputra memberikan kesempatan kepada pelaku UMKM untuk mengikuti pameran untuk menjual produk secara *offline*. Universitas juga menjalin kemitraan dengan pelaku UMKM dalam pengadaan makanan dan minuman. Mahasiswa juga dilibatkan dalam program pendampingan sebagai mitra diskusi pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas promosi dan pemanfaatan teknologi bagi usaha.

Kehandalan teknologi yang diberikan pada kegiatan pendampingan bagi pelaku UMKM. Pelaku UMKM mendapat skill dan teknologi untuk memaksimalkan operasional unit usaha. Pendampingan akan memperkenalkan teknologi dalam pencatatan keuangan, marketing dan perencanaan unit usaha jangka panjang. Aplikasi whats app milik pelaku UMKM yang sifatnya pribadi berubah menjadi whats app bisnis. Penggunaan teknologi media sosial seperti face book menjadi sarana iklan produk usaha. Pelaku UMKM diberikan informasi untuk penggunaan aplikasi/teknologi untuk meningkatkan kemampuan usaha untuk mendapatkan keuntungan.

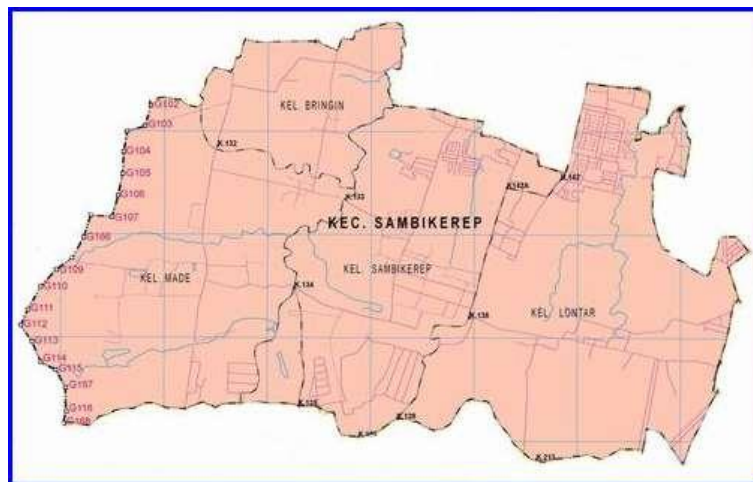
Tujuan pendampingan pelaku UMKM dalam peningkatan omset bisnis Kecamatan Sambikerep, Kota Surabaya sebagai berikut:

1. Meningkatkan penjualan dari pelaku UMKM
2. Pemilihan bahan baku dan efisiensi kegiatan operasional unit usaha
3. Memberikan kesempatan stand bazar secara *offline* menjual produk dan jasa dari pelaku UMKM.
4. Memberikan pengetahuan *entrepreneurship* kepada pelaku UMKM Kecamatan Sambikerep, Kota Surabaya.
5. Memberikan tambahan pengetahuan dalam pengelolaan internal dan external pada unit usaha UMKM.

Tujuan kegiatan pendampingan UMKM akan mengatasi masalah yang dialami pelaku UMKM. Proses pendampingan ini diberikan kepada pelaku UMKM secara terstruktur berdasarkan kapasitas pelaku UMKM dan kondisi usaha UMKM.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan pendampingan UMKM berlangsung selama 12 bulan (tahun 2023). Adapun lokasi pelaksanaan pendampingan UMKM di wilayah Kecamatan Sambikerep dengan luas wilayah 23,7 km² dengan jumlah penduduk sebesar 78.334 jiwa/km². Lokasi pendampingan berdekatan dengan Universitas Ciputra Surabaya, wilayah bisnis kuliner yaitu gwalk, perumahan ciputra Surabaya dan poros jalan lontar. Posisi ini menjadikan Kecamatan Sambikerep memiliki potensi bisnis yang tinggi.



Gambar 1. Peta Kecamatan Sambikerep

Khalayak sasaran atau mitra dari pendampingan adalah UMKM yang berada di Kecamatan Sambikerep, Kota Surabaya. Pendampingan diberikan kepada 20 orang pemilik UMKM. Penentuan mitra UMKM berdasarkan usia UMKM (minimal) dengan jenis usaha berupa jasa dan makanan serta minuman. UMKM yang terpilih sudah terdaftar pada Kantor Kecamatan Sambikerep. UMKM memiliki produk atau jasa yang sudah menghasilkan pendapatan bagi rumah tangga. Pelaku UMKM yang terpilih bersedia mengikuti program pendampingan secara interaktif dan berkolaborasi dengan dosen, mahasiswa dan aparat pemerintah.

Metode kegiatan pendampingan melalui tiga tahapan kegiatan pendampingan diantaranya: 1) analisis situasi dan permasalahan mitra, 2) pelaksanaan pendampingan, 3)

evaluasi kegiatan (Sagaf et al., 2023). Analisis situasi untuk mengidentifikasi kondisi UMKM dan kendala internal atau eksternal usaha. Pelaksanaan analisis situasi dilakukan selama satu bulan untuk mengamati kondisi UMKM. Setelah mengetahui kondisi UMKM dilanjutkan dengan menyusun program pendampingan. Pendampingan yang diberikan kepada UMKM selama 10 bulan. Program pendampingan berupa transfer pengetahuan dan praktek peningkatan penjualan. Pertama memberikan pengetahuan (*entrepreneurship* dan marketing). Pendampingan diberikan secara *offline*, di mana kantor kelurahan dijadikan lokasi pelatihan. Tahap kedua praktek menggunakan sosial media marketing dan eksekusi bisnis (pameran). Pelaksanaan bazar dilakukan di Gwalk yang merupakan pusat kuliner dan perumahan Citraland Kota Surabaya.



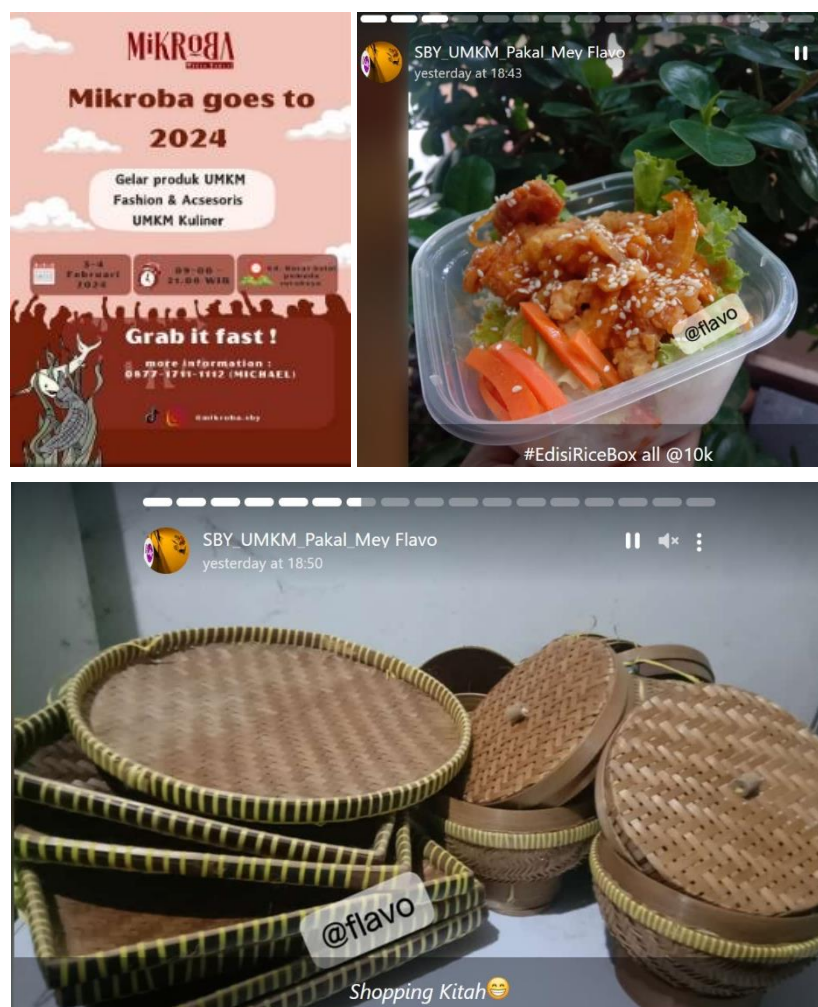
Gambar 2. Metode Pendampingan UMKM Kecamatan Sambikerep.

Evaluasi terhadap program pendampingan UMKM melibatkan aparat pemerintah (pendamping UMKM Kecamatan Sambikerep) dan pelaku UMKM. Evaluasi program pendampingan dilakukan selama 1 bulan. Tahapan evaluasi untuk mengukur efektifitas pendampingan serta dampaknya terhadap UMKM. Indikator keuangan berdasarkan peningkatan pendapatan pelaku UMKM. Pengukuran keberhasilan pendampingan dari aspek pengetahuan berdasarkan peningkatan pengetahuan serta *skill* setelah mengikuti program pendampingan. Evaluasi pendampingan dilakukan secara *offline* (tatap muka) di kantor Kantor Kecamatan Sambikerep.

Hasil dan Pembahasan

Analisis situasi mitra menunjukkan kebutuhan pelaku UMKM dalam bentuk program pendampingan untuk meningkatkan pertumbuhan unit usaha. Program pendampingan yang dibutuhkan UMKM dalam bentuk: transfer pengetahuan, praktek penggunaan media sosial dan eksekusi pameran bisnis. UMKM membutuhkan pendampingan secara *offline* dan secara intensif. UMKM membutuhkan pendampingan langsung untuk meningkatkan kinerja unit usaha dan kualitas pengetahuan pelaku UMKM.

Hasil program pendampingan pertama adalah transfer pengetahuan *entrepreneurship* dan marketing. Transfer pengetahuan berhasil meningkatkan kapasitas dan motivasi pelaku UMKM (Huda et al., 2021). sehingga menunjukkan perubahan secara pribadi dan pengelolaan unit usaha (Sitepu & Teguh, 2021). Hasil dari transfer pengetahuan memberikan kemampuan kepada pelaku UMKM untuk mengelola bisnis dengan cara memanfaatkan potensi secara maksimal. Pelaku UMKM mulai menerapkan *mindset entrepreneurship* melalui inovasi, pengelolaan resiko, konsistensi dan maksimalisasi seluruh potensi yang dimiliki. Hasil transfer pengetahuan: pelaku UMKM menggunakan digital marketing dengan sosial media, analisis situasi usaha, analisis SWOT, perhitungan harga pokok penjualan dan standarisasi resep makanan dan prosedur penyediaan jasa. Selanjutnya pelaku UMKM praktek digital marketing untuk meningkatkan pendapatan (Riyanto et al., 2022).



Gambar 3. Foto Promosi Produk UMKM di Sosial Media

Hasil dari program pendampingan kedua (praktek penggunaan sosial media) diterima oleh pelaku UMKM. Praktek penggunaan sosial media meningkatkan keunggulan kompetitif (Fantini et al., 2021). UMKM berhasil mempromosi dan menjual produk barang dan jasa melalui sosial media. Pelaku UMKM berhasil memperluas pangsa pasar dan mempromosikan barang/jasa dengan biaya yang lebih efisien. Paktek penggunaan media

sosial/digital marketing memberikan informasi secara lebih *up to date*. Setiap hari pelaku UMKM mengirimkan informasi promo, ketersediaan menu baru dan bahkan informasi pameran yang dapat diikuti oleh pelaku UMKM lainnya. Pelaku UMKM berhasil meningkatkan kemampuan foto produk. Sistem pencahayaan dan angle foto menjadi pertimbangan dalam mengambil setiap foto produk. Pelaku UMKM mengerti cara penulisan *caption* untuk semua postingan disosial media. Praktek penggunaan sosial media menghemat biaya promosi. Promosi produk dalam kurun waktu 1 bulan hanya dengan menggunakan kuota 1 GB. Eksekusi digital marketing menambah penjualan dan secara otomatis meningkatkan pendapatan (Fahdia et al., 2022).

Hasil pendampingan ketiga (eksekusi pameran bisnis) juga dirasakan oleh pelaku UMKM. Pameran bisnis merupakan kegiatan pendampingan ketiga berhasil dilakukan secara *offline*. Eksekusi pameran bisnis pada 8-10 Desember 2023 di gwalk Kota Surabaya. Pameran berlangsung dari pukul 14:00–22:00 Wib disertai hiburan bagi pengunjung dan UMKM yang membuka stand. Kegiatan pameran adalah distribusi langsung dari produsen kepada konsumen dan melayani penjualan secara langsung (Cay & Irnawati, 2020). Pelaku UMKM mendapat fasilitas stan untuk berjualan makanan dan minuman pada pameran kuliner nusantara. Manfaat eksekusi pameran bisnis memberikan pengalaman berjualan secara *offline* dan melihat produk dari pesaing. Pelaku UMKM yang mengikuti pameran belajar membagi waktu dan memastikan semua produk makanan dan minuman tersedia saat pameran. Kolaborasi antara sesama pelaku UMKM di mana, stand dijaga secara bergantian.



Gambar 4. Kegiatan Pameran Kuliner Nusantara

Hasil eksekusi pameran bisnis memberikan tambahan pendapatan. Jumlah perolehan penjualan produk makanan UMKM dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Data penjualan makanan dan minuman di pameran bisnis

Tanggal Pameran	Nama UMKM	Total Penjualan
Jumat 8 Desember 2023	Luci Gudeg	Rp. 1.000.000
	Candil bakery	Rp. 800.000
	Tugu Gedang	Rp 350.000
	Dapur Nindy's	Rp 500.000
	Ksm Kartini	Rp 700.000
	Dapur K'risma	Rp. 440.000
	Dapur mama aad	Rp. 820.000
	A1 prima rasa (amnuzza)	Rp. 200.000

Tanggal Pameran	Nama UMKM	Total Penjualan
Sabtu 9 Desember 2023	Luci Gudeg	Rp. 1.000.000
	Candil bakery	Rp. 850.000
	Tugu Gedang	Rp 450.000
	Dapur Nindy's	Rp 600.000
	Ksm Kartini	Rp 770.000
	Dapur K'risma	Rp. 540.000
	Dapur mama aad	Rp. 920.000
	A1 prima rasa (amnuzza)	Rp. 300.000
Minggu 10 Desember 2023	Luci Gudeg	Rp. 900.000
	Candil bakery	Rp. 650.000
	Tugu Gedang	Rp 550.000
	Dapur Nindy's	Rp 500.000
	Ksm Kartini	Rp 570.000
	Dapur K'risma	Rp. 340.000
	Dapur mama aad	Rp. 620.000
	A1 prima rasa (amnuzza)	Rp. 500.000

Eksekusi pameran bisnis merupakan kegiatan pendampingan terakhir yang diberikan kepada pelaku UMKM. Setelah menjalankan program pendamping dilanjutkan dengan kegiatan evaluasi. Hasil dari evaluasi dilakukan dengan dua tahapan yaitu: penghitungan peningkatan pendapatan dan pengukuran peningkatan pengetahuan dan *skill* dari pelaku UMKM (Aisyah & Rachmadi, 2022). Evaluasi dilakukan secara *offline* di kantor Kecamatan Sambikerep dengan peserta pendampingan, aparat pemerintah dan tim Universitas Ciputra Surabaya. Peningkatan pendapatan dari UMKM yang mengikuti pendampingan sebesar 20%. Peningkatan pendapatan bertumbuh karena banyaknya penjualan secara *online* dan pameran usaha. Hasil evaluasi untuk peningkatan pengetahuan dan *skill* pelaku UMKM juga mengalami perubahan yang lebih baik.

Tabel 2. Perubahan kondisi UMKM Setelah Mengikuti Program Pendampingan

No.	Kondisi UMKM Sebelum Mengikuti Pendampingan	Kondisi UMKM Setelah Mengikuti Pendampingan
1	Produk dan jasa yang di produksi UMKM sebelum berdasarkan selera pribadi (berbeda dengan kebutuhan calon konsumen)	UMKM melakukan analisis situasi dan SWOT sehingga mengetahui peluang pasar untuk menciptakan produk/jasa sesuai kebutuhan masyarakat.
2	UMKM belum menggunakan sosial media sebagai sarana marketing	UMKM melakukan promosi melalui aplikasi whatss apps, face book dan Instagram.
3	UMKM tidak memiliki standarisasi untuk menghasilkan produk/jasa	UMKM bidang makanan/minuman menyediakan standar resep makanan dan UMKM bidang jasa menyiapkan prosedur penyediaan jasa
4	Pelaku UMKM kesulitan mendapatkan kesempatan mengikuti bazar	Universitas memberikan <i>stand</i> gratis bagi UMKM mengikuti bazar di Gwalk
5	Pelaku UMKM tidak memiliki <i>mindset entrepreneurship</i> dalam mengelola usaha.	Pelaku UMKM mengetahui <i>entrepreneurship</i> dan menerapkan dalam unit usaha
6	Pelaku UMKM tidak mengerti cara menghitung harga pokok penjualan dari produk/jasa yang dimiliki.	Pelaku UMKM berhasil menentukan harga pokok penjualan bagi seluruh produk dan jasa yang dihasilkan
7	Pelaku UMKM mengalami keterbatasan ketika melakukan analisis bisnis.	Pelaku UMKM berhasil melakukan analisis SWOT untuk unit usaha

Kesimpulan

Kegiatan pendampingan UMKM terdiri dari tiga tahapan yaitu: 1) analisis situasi, 2) peyusunan dan pelaksanaan kegiatan pendampingan, 3) evaluasi kegiatan pendampingan. Tahapan pertama (analisis situasi) merumuskan tiga program yaitu: transfer pengetahuan, praktek menggunakan sosial media dan pengadaan pameran bisnis. Tahapan kedua (program pendampingan) mampu meningkatkan omset bisni/ pendapatan dan peningkatan pengetahuan dari pelaku UMKM Kecamatan Sambikerep, Kota Surabaya. Tahapan ketiga (evaluasi) menjelaskan jika program pendampingan sukses dan memberikan dampak kepada pelaku UMKM. Evaluasi ini dikonformasi dari aparat pemerintahan, kinerja UMKM dan pengetahuan individu (pelaku UMKM). Saran bagi kegiatan pengabdian berikutnya memberikan fasilitas kepada UMKM menjual produk pada supermarket nasional sehingga memperluas pasar.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Universitas Ciputra Surabaya dan pemerintah Kecamatan Sambikerep yang bersedia berkolaborasi dalam pendanaan dan penyediaan lokasi pendampingan. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada kelompok UMKM Kecamatan Sambikerep, Kota Surabaya yang bersedia mengikuti program pendampingan untuk meningkatkan omset bisnis.

Referensi

- Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku Umkm Guna Peningkatan Pendapatan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 442–448. <https://doi.org/10.46576/rjpkkm.v3i2.1866>
- Cay, S., & Irnawati, J. (2020). Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan (studi kasus UMKM di Tangerang Selatan). *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(2), 160–170. <https://doi.org/10.33753/mandiri.v4i2.132>
- Fahdia, M. R., Kurniawati, I., Amsury, F., Heriyanto, & Saputra, I. (2022). Pelatihan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Penjualan Bagi UMKM Tajur Halang Makmur. *Abdifomatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(1), 34–39. <https://doi.org/10.25008/abdifomatika.v2i1.147>
- Fantini, E., Sofyan, M., & Suryana, A. (2021). Optimalisasi Sosial Media Sebagai Sarana Promosi Usaha Kecil Menengah Meningkatkan Penjualan di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS)*, 1(2), 126–131. Retrieved from <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/18>
- Huda, N., Haryanti, S. C., Rini, N., & -, R. (2021). Pelatihan Entrepreneurship Motivation Dalam Membangun Mental Entrepreneurship Bagi Umkm Di Masa Pandemi Covid 19. *Devosi*, 2(2), 12–16. <https://doi.org/10.33558/devosi.v2i2.3004>
- Nathasya, S., Sitepu, B., Teguh, M., Sienatra, K. B., & Kenang, I. H. (2023). Pendampingan Wirausaha Muda Untuk Membangun Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Provinsi Bali. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 742–752. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v6i3.50220>

- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 137–142.
<https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.11534>
- Sagaf, M., Setiyowati, D., Kusumodestoni, R. H., & Hidayat, S. (2023). Pendampingan Umkm Jamur Tiram Crispy “Roompy” Dalam Upaya Peningkatan Penjualan. *RESONA : Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 54.
<https://doi.org/10.35906/resona.v7i1.1318>
- Sidharta, H., Sitepu, S. N. B., Sienatra, K. B., Wijayadne, D. V., & Sudyasjayanti, C. (2023). *Konsep Dasar Membangun Bisnis*. Penerbit Universitas Ciputra.
- Sitepu, S. N. B., & Teguh, M. (2021). Pelatihan Entrepreneurship Bagi Peternak Milenial Koperasi KPSP Setia Kawan Nongkojajar Untuk Mengembangkan Bisnis Susu Organik. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2).
<https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i2.34415>