

COMMUNITY SERVICE FOR ECONOMIC INDEPENDENCE OF JOINT BUSINESS GROUPS BASED ON SURABAYA CITY'S DIGITAL ECONOMY

Dwi Elok Indriastuty¹, Surya Priyambudi², Trisa Indrawati³

¹ Faculty of Law, Wijaya Putra University

¹ Faculty of Language and Literature, Wijaya Putra University

¹ Faculty of Economics and Business, Wijaya Putra University

e-Mail: dwielok@uwp.ac.id

Abstract

The partners are Micro, Small, and Medium-sized Enterprises (MSMEs) located in Babat Jerawat Village, Pakal District, Surabaya City. In light of the aforementioned background, the following issues have been identified: 1) Partners lack an understanding of food safety; 2) Product packaging is still not appropriate; 3) The use of production equipment is still lacking and traditional; 4) Processed cake products are only limited; 5) Partners do not maintain financial records in a proper and periodic manner; 6) In marketing, they do not utilize social media and eCommerce; and 7) There is a lack of attractive photo design for marketing. The program's objectives are as follows: 1) To increase the amount of product capacity, quality, and hygiene; 2) To increase product turnover; 3) To improve financial and business management; 4) To increase innovation to produce a new product; and 5) To expand product marketing areas. The implementation method commences with the following steps: 1) Team socialization with MSME partners; 2) Training in the fields of production, business management, and marketing is then implemented; 3) Appropriate technology is applied to MSME partners; 4) Assistance and evaluation are provided to MSME partners; and 5) Program sustainability is then addressed. The results of the activities are as follows: 1) Partners have demonstrated an increased understanding of food safety, sanitation, and personal hygiene; 2) Partners have obtained NIB and Halal certificates; 3) Partner production capacity has increased by 40%; 4) Partners have developed skills in the production of innovative processed cake products; 5) Partner turnover has increased by 25%; 6) Enhancement of partner competencies in the domain of routine financial documentation; 7) Availability of financial, social media, and eCommerce applications; 8) Elevation of partner abilities pertaining to the dissemination of information through social media, eCommerce, product photos, and product video content.

Keywords: *The digital economy; Joint business groups; Economic independence; Micro, Small, and Medium-sized Enterprises (MSMEs).*

PKM KEMANDIRIAN EKONOMI KELOMPOK USAHA BERSAMA BERBASIS DIGITAL EKONOMI KOTA SURABAYA

Dwi Elok Indriastuty¹, Surya Priyambudi², Trisa Indrawati³

¹ Fakultas Hukum, Universitas Wijaya Putra

² Fakultas Bahasa & Sastra, Universitas Wijaya Putra

³ Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Wijaya Putra

e-Mail: dwielok@uwp.ac.id

Abstrak

Mitra merupakan UMKM Kelurahan Babat Jerawat Kecamatan Pakal Kota Surabaya. Berdasarkan latar belakang masalah, yaitu: 1) Mitra belum memahami keamanan pangan; 2) Dalam pengemasan produk masih belum tepat dan sesuai; 3) Penggunaan peralatan produksi masih kurang dan tradisional; 4) Produk olahan kue hanya terbatas; 5) Mitra tidak melakukan pencatatan keuangan dengan baik dan berkala; 6) Dalam melakukan pemasaran tidak menggunakan sosial media dan eCommerce; dan 7) Kurang menariknya desain foto untuk pemasaran. Tujuan program ini: 1) Meningkatkan jumlah kapasitas, kualitas, dan higienitas produk; 2) Meningkatkan omzet produk; 3) Meningkatkan manajemen pengelolaan keuangan dan usaha; 4) Meningkatkan inovasi untuk menghasilkan suatu produk baru; dan 5) Memperluas area pemasaran produk. Metode pelaksanaan mulai dari 1) Sosialisasi tim kepada mitra UMKM; 2) Pelaksanaan pelatihan pada bidang produksi, manajemen usaha, dan pemasaran; 3) Penerapan teknologi tepat guna kepada mitra UMKM; 4) Pendampingan dan evaluasi kepada mitra UMKM; dan 5) Keberlanjutan program. Hasil kegiatan yang diperoleh, yaitu: 1) Peningkatan pengetahuan dasar mitra tentang keamanan pangan, sanitasi, dan hygiene personal; 2) Mitra memiliki sertifikat NIB dan Halal; 3) Peningkatan kapasitas produksi mitra sebesar 40%; 4) Peningkatan keterampilan mitra tentang membuat inovasi olahan produk kue; 5) Peningkatan omset mitra sebesar 25%; 6) Peningkatan keterampilan mitra tentang pencatatan keuangan secara berkala; 7) Tersedianya aplikasi keuangan, sosial media, dan eCommerce; 8) Peningkatan keterampilan mitra tentang promosi melalui sosial media, eCommerce, foto produk, dan video produk.

Kata kunci: Digital Ekonomi; Kelompok Usaha Bersama; Kemandirian Ekonomi; UMKM

PENDAHULUAN

Kota Surabaya berada di pantai utara Pulau Jawa bagian timur yang berhadapan dengan selat Madura serta laut Jawa. Surabaya memiliki luas sekitar 335,28 km² serta memiliki 2.887.223 jiwa penduduk pada Tahun 2022 (Badan Pusat Statistik Kota Surabaya, 2024). Surabaya merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Timur, terdapat 31 Kecamatan dan 154 Kelurahan yang ada di Kota Surabaya. Pada Tahun 2023 pemerintah Kota Surabaya telah mendirikan program kampung madani bertujuan untuk pengentasan masalah dan mewujudkan masyarakat beradab dan mandiri sebagai penuntasan permasalahan kehidupan. Dengan kata lain masyarakat madani perlu menyeimbangkan hak dan kewajibannya untuk mencapai keadilan sosial (Ubaedillah, 2018). Wujud dari masyarakat madani ialah kemandirian masyarakat dalam melakukan perdagangan dan menurunkan angka kemiskinan. Menurut survey sosial ekonomi nasional Tahun 2023 terdapat 4,68 persen masih kategori keluarga miskin karena kebutuhan hidup selama sebulan berada di bawah garis kemiskinan yang senilai Rp.718.370 per kapita (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, 2023).

Dalam upaya untuk meningkatkan sosiopreneur yang merupakan solusi di bidang perekonomian yang dapat memberikan peluang usaha sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan perekonomian masyarakat madani (Wijonarko, 2023). Sosiopreneur bersifat berkelanjutan sehingga dapat memberikan solusi efektif dan taktis terhadap permasalahan perekonomian masyarakat. Apalagi dalam program masyarakat madani yang dapat menjadi upaya positif dalam kemandirian perekonomian masyarakat. Untuk meningkatkan budaya sosiopreneur perlu dilakukan sosialisasi ilmu akademik dan membangkitkan semangat sosiopreneur pada masyarakat. Salah satu model yang dapat dijadikan katalis pembangunan berkelanjutan adalah model kolaborasi pentahelix, model ini melibatkan lima pihak utama, yaitu: pemerintah; akademisi; badan usaha; masyarakat; dan media. Untuk memaksimalkan pengembangan sumber daya manusia UMKM tersebut diperlukan adanya kolaborasi dengan melibatkan partisipasi berbagai pihak dalam meningkatkan kualitas dan kemajuan UMKM.

Kolaborasi yang dilakukan tersebut bisa diimplementasikan dengan implementasi model kolaborasi pentahelix. Model kolaborasi pentahelix tersebut merupakan salah satu dari berbagai upaya dalam pemulihan ekonomi nasional yang tidak terlepas dari beberapa peran sektor lain seperti akademisi (academy), pelaku bisnis (business), masyarakat (community), pemerintah (government), dan media. Pentahelix merupakan prinsip kerjasama kemitraan yang dibangun oleh berbagai pemangku kepentingan (stakeholder) dengan latar belakang yang berbeda. Sinergitas kemitraan tersebut dibentuk agar tujuan dapat tercapai secara efisien, efektif, dan berkelanjutan dengan membawa nilai-nilai kebersamaan berdasarkan orientasi kepentingan masyarakat, negara, dan dunia (Najmudin et al., 2023). Perlunya melibatkan kolaborasi dengan perguruan tinggi untuk memperkuat dan mengembangkan teknologi (Priambudi, 2022), terlihat model pentahelix pada gambar 1 berikut ini.



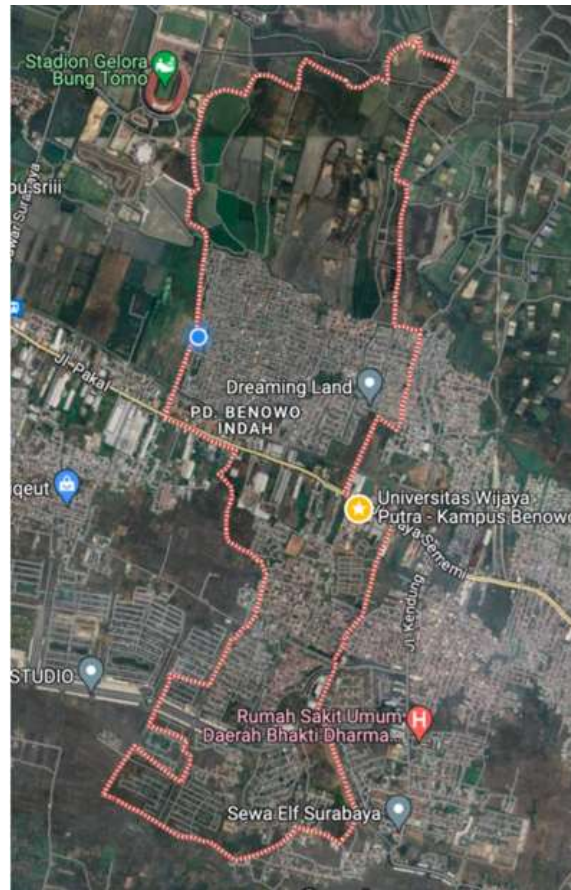
Gambar 1. Model Pentahelix (Barus, 2020)

Kampung madani merupakan implementasi dari tujuan Sustainable Development Goals (SDGs) yang bergerak dalam empat pilar utama, yaitu sosial; ekonomi; lingkungan; tata kelola; dan hukum. Mitra pada program Pemberdayaan Berbasis Masyarakat ini adalah UMKM Kelurahan Babat Jerawat Kecamatan Pakal Kota Surabaya yang terdapat 14 RW dan 92 RT. Dalam mewujudkan kemandirian perekonomian masyarakat madani dalam mengelola dan mengembangkan perdagangan khususnya olahan kue. Kegiatan pemberdayaan UMKM bertujuan untuk mengembangkan potensi

sumber daya yang dimiliki masyarakat dalam memelihara keberlanjutan masyarakat sosial, maka harus dapat tampil mandiri dalam mengelola perekonomiannya, lingkungan sekitar, tata kelola masyarakat, dan hukum pada lingkungan sekitar (Priyambudi et al., 2023). Pengentasan kemiskinan dapat dimulai dari lingkup skala mikro yakni adanya pembentukan kampung produktif dengan menggunakan pendekatan sosiopreneur yang bertujuan memberdayakan masyarakat guna mendukung upaya pengentasan kemiskinan warga di pedesaan atau perkampungan melalui pendekatan sosiopreneur. Dapat terlihat pada gambar 2 rapat koordinasi tim PKM dengan Pemerintah Kota Surabaya serta gambar 3 peta lokasi Kelurahan Babat Jerawat.



Gambar 2. Koordinasi Tim PKM Bersama Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Surabaya



Gambar 3. Peta Area Kelurahan Babat Jerawat (Google Map, 2024)

Perkembangan di era globalisasi sangat bergantung pada sektor ekonomi sebagai ukuran keberhasilan yang dilakukan oleh pemerintah. Peran masyarakat dalam pembangunan nasional, khususnya dalam pembangunan ekonomi, adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Slamet et al., 2021). Posisi UMKM dalam perekonomian nasional memiliki peran penting dan strategis. Kondisi ini sangat dimungkinkan karena keberadaan UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia. UMKM setelah krisis ekonomi terus meningkat dari tahun ke tahun. Ini juga membuktikan bahwa UMKM mampu bertahan di tengah krisis ekonomi. UMKM juga terbukti menyerap tenaga kerja yang lebih besar dalam perekonomian nasional (Probowati & Priyambudi, 2022). Dengan banyaknya pekerja yang terserap, sektor UMKM mampu meningkatkan pendapatan masyarakat. Dengan demikian UMKM dianggap memiliki peran strategis dalam mengurangi pengangguran dan kemiskinan. Untuk kontribusi dan peran UMKM, penting bagi pemerintah untuk terus mendukung UMKM melalui penguatan sehingga peran mereka sebagai pilar dalam membangun ekonomi bangsa dapat berjalan optimal (Agustin et al., 2023).

KUB merupakan singkatan dari Kelompok Usaha Bersama yaitu satu diantara strategi dalam memperbaiki prasejahtera warga negara yang mempunyai keahlian serta keinginan pada bagian usaha. Terbentuknya rancangan ini dilandasi pada pasal 4 Peraturan Menteri Sosial No.2 Tahun 2019. Dengan adanya tata kelola KUB, perorangan maupun kumpulan pengusaha yang tidak mendapat jalan masuk pasar dan aset dengan terencana mampu terfasilitasi. Misinya supaya dapat menerapkan tindakan keragaman sosial dan upaya perekonomian untuk kebersamaan sebagai fasilitas dalam mengembangkan keragaman sosial terlebih untuk wanita sebagai mutu lebih bagi pendapatan keluarganya. Adapun cara atau metode yang terintegritas juga keseluruhan dari prosedur pada rancangan Memantapkan Program Menghapus Kemiskinan (MPKM) yang mana tidak bertujuan

untuk menghapus semua proses baku. Terbentuknya KUB berawal dari adanya prosedur bimbingan sosial, pelatihan keterampilan dalam berusaha, bantuan stimulasi serta pendampingan (Nurussofiah et al., 2023). UMKM berkembang menjadi elemen penunjang dalam meningkatkan beberapa usaha, baik dalam kategori usaha mikro, kecil, maupun tengah termasuk yang ada di Kota Surabaya. Persaingan antar usaha bertambah meningkat karena banyaknya usaha yang serupa, maka dengan ini perusahaan membutuhkan dan menerapkan suatu strategi. Hal ini dibutuhkan agar usaha dapat berkembang dan bisa menjadi pertimbangan ketika menjalankan sebuah usaha. Adapun saat menganalisis kelayakan yang dilakukan yaitu pada faktor keuangan agar dapat mengetahui bahwa usaha ini mendapatkan keuntungan secara efisien atau tidak, sebab pada umumnya kegiatan yang dilaksanakan oleh suatu usaha hanya untuk memperoleh laba. Kajian ini dilaksanakan agar dapat mengembangkan usaha yang sesuai dengan keadaan masa lampau sebagai tumpuan. Proses mengembangkan sebuah usaha harus dilaksanakan oleh pemilik usaha dengan alasan agar dapat mempertahankan kelangsungan hidup pada usaha tersebut serta pengembangan usaha tersebut bisa meningkatkan nilai jual yang sesuai.

Masalah utama yang dihadapi oleh pelaku usaha kuliner adalah nilai tambah produknya yang relative kecil. Hal ini disebabkan oleh modal yang kecil sehingga kesempatan berekspansi menjadi terbatas, sumber daya manusia yang relatif rendah sehingga tingkat kreatifitas dan inovasi produksi juga rendah, pemasaran yang dimiliki terbatas, sistem manajemen organisasi belum berjalan dengan baik. Dengan demikian proses pengembangan kawasan wisata kuliner menjadi keharusan untuk dilakukan oleh pemerintah daerah di era otonomi daerah ini jika tidak ingin tertinggal dan tersingkir dari perkembangan ekonomi di era pasar bebas mendatang (Yuli Ermawati et al., 2023). UMKM merupakan pilar terpenting dalam Perkembangan Perekonomian di Indonesia, ini dapat dilihat dari besarnya jumlah dan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja dan investasi, besarnya jumlah UMKM menunjukkan ada kesadaran masyarakat dalam berwirausaha tetapi disatu sisi menunjukkan sulitnya UMKM naik kelas. Banyak persoalan yang umum dialami UMKM adalah rendahnya dalam inovasi produk utamanya dalam packaging, brand, dan pemasaran serta laporan keuangan. Untuk perlu stimulus dan sentuhan pendampingan utamanya dalam menghadapi era industri 4.0 dan persaingan global. Untuk itu dibutuhkan strategi kolaborasi dan inkubasi bisnis agar pelaku UMKM dapat naik kelas, yang selama ini produk UMKM selalu dianggap sebelah mata. Dengan demikian kelemahan yang selama ini dimiliki UMKM dapat tertutup dan dapat bersaing secara global.

Tujuan UMKM sejalan dengan tujuan pemerintah untuk mensejahterakan masyarakat oleh karena itu UMKM merupakan sektor ekonomi yang menjadi perhatian untuk dikembangkan. Pemerintah yang kompeten dan perhatian akan mengatur secara efektif sehingga, mendapat kepercayaan sosial yang berimbas pada kepercayaan bisnis (Sitepu, 2017). Kebijakan pemerintah terkonfirmasi melalui kondisi sosial masyarakat sebagai tolak ukur pengembangan bisnis atau usaha. Peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki arti yang begitu penting bagi suatu daerah terutama sebagai salah satu penggerak pertumbuhan ekonomi daerah. Kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu cara supaya produk kreatif daerah dapat dikenal dan memberikan peluang bisnis bagi pelaku usaha di daerah. Selain itu, peran pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dipandang sangat penting guna meningkatkan pendapatan perkapita maupun meningkatkan perekonomian suatu daerah (Dwijanto Witjaksono et al., 2023). Kebijakan moneter dan fiskal mendukung keberlangsungan UMKM wilayah Kota Surabaya. Kebijakan moneter merupakan pengaturan jumlah uang beredar oleh pembuat kebijakan di bank sentral, kebijakan moneter merupakan kondisi perubahan jumlah uang beredar yang mempengaruhi tingkat output, kesempatan kerja dan harga dalam perekonomian. UMKM di Kota Surabaya khususnya di Surabaya Barat memiliki potensi untuk pengembangan industri berbasis digital. Secara umum UMKM di Surabaya Barat memiliki porsi yang lebih besar dalam jumlah total UMKM secara keseluruhan di Kota Surabaya. Pada Kelurahan Babat Jerawat terdapat 106 UMKM bergerak dibidang penjualan makanan dan minuman, namun hanya 5 UMKM yang menjual makanan berupa olahan kue. Kelompok UMKM yang bergerak dibidang penjualan olahan kue yang terletak di Kelurahan Babat Jerawat, Kecamatan Pakal, Kota Surabaya. Prioritas permasalahan mitra pada: 1)Bidang Produksi;

2)Manajemen Usaha; dan 3)Pemasaran. Terdapat mitra UMKM yang akan dibina pada tabel berikut ini:

Tabel 1. Mitra UMKM Kelurahan Babat Jerawat

Nama Usaha	Alamat	Jumlah Tenaga
Assyifa	Pondok Benowo Indah AA-25	3 Orang
Una Kitchenett	Pondok Benowo Indah A8-10	3 Orang
Dapur Ochin	Pondok Benowo Indah EW-09	4 Orang
Alesha Cake	Pondok Benowo Indah CP-42	3 Orang
Ifa Bakery	Dukuh Jerawat No 3A	2 Orang

Pada proses produksi sayangnya dalam upaya pengembangan usaha kecil menengah beberapa pemilik UMKM masih belum bisa menerapkan manajemen mutu pada proses produksinya sehingga pada bidang produksi mitra masih belum memahami keamanan pangan, seperti menggunakan sarung tangan dan celemek, produksi mitra masih menaruh olahan pada lantai, perlengkapan produksi masih terbilang belum optimal karena masih menggunakan alat-alat konvensional sehingga tingkat kematangan tidak sesuai dan volume produksi tidak maksimal, dan dalam melakukan pengemasan masih belum tepat sehingga produk akan menjadi rusak jika dibawa dalam perjalanan. Pendampingan legalitas usaha merupakan proses yang penting bagi para pengusaha dalam memastikan bahwa usaha mereka beroperasi sesuai dengan peraturan dan hukum yang berlaku. Para pemilik UMKM masih kurang memahami bagaimana pentingnya memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan mekanisme pembuatannya. Mereka juga belum terbiasa dengan proses perizinan melalui platform Web OSS (Pujiono et al., 2022). Optimalisasi pendampingan legalitas usaha merupakan upaya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses tersebut, dengan tujuan untuk mengurangi risiko hukum, memaksimalkan kepatuhan terhadap regulasi, dan mendukung pertumbuhan dan perkembangan usaha secara berkelanjutan. Makanan merupakan kebutuhan dasar yang sangat vital bagi manusia. Saat memilih makanan yang akan dikonsumsi. Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan termasuk cita rasa makanan. Terkadang faktor ini memiliki pengaruh dominan terhadap pilihan, bahkan terkadang mengabaikan pertimbangan tentang kehalalan makanan tersebut (Ratih et al., 2022). Konsumen Muslim sebaiknya memberi prioritas pada makanan yang telah dipastikan halal sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, karena aspek kehalalan makanan juga mencakup dimensi spiritual yang penting bagi individu. Islam memiliki ketentuan yang jelas tentang halal dan haram dalam konsumsi makanan, yang seharusnya diikuti oleh umatnya. Pemerintah berupaya meningkatkan mempertajam saluran distribusi dan meningkatkan kompetitivitas pelaku UMKM menyederhanakan proses perizinan usaha dan penerbitan sertifikasi halal. Tahun 2024 menjadi fokus utama Kementerian Agama dalam mengembangkan UMKM Syariah, di mana segala produk makanan dan minuman diharuskan memiliki sertifikat halal. Langkah ini mencerminkan komitmen pemerintah untuk memastikan ketersediaan produk halal secara mudah dan aman bagi masyarakat. Legalitas usaha bertujuan untuk memberikan identitas yang sah dan kepercayaan kepada pelaku usaha, sehingga dapat diterima dengan positif oleh masyarakat. Produk-produk UMKM yang dijamin kehalalannya semakin diminati oleh konsumen internasional karena memiliki kualitas yang baik, sehingga Indonesia memiliki potensi menjadi pusat produksi dan konsumsi produk halal global (Sari & Sulistyowati, 2020). Kegiatan produksi mitra terlihat pada gambar 4, 5, dan 6 berikut ini.



Gambar 4. Proses Produksi Tidak Memakai Sarung Tangan dan Celemek



Gambar 5. Proses Produksi Di Lantai



Gambar 6. Peralatan Produksi

Terdapat 15 orang yang mengelolah produksi hingga penjualan sehingga dalam manajemen usaha kurang optimal. Dalam pencatatan keuangan pun dilakukan masih manual dan terkadang lupa untuk mencatat pengeluaran dan pemasukan sehingga keuntungan dan kerugian belum diketahui dengan pasti. Untuk pemasaran produk masih dilakukan dengan cara dititipkan pada toko dan warung, mitra UMKM belum melakukan pemasaran dengan cara digital menggunakan sosial media dan eCommerce sehingga area pemasaran produk masih terbatas di wilayah Kelurahan Babat Jerawat, Kecamatan Pakal, Kota Surabaya saja. Kelompok mitra belum memaksimalkan media teknologi informasi sebagai sarana promosi pemasaran produksinya, sehingga hasil produksi tersebut hanya dipasarkan dalam area kecil. Selama ini untuk menyebar informasi pemasaran produksi hanya sebatas dari mulut ke mulut, sms, dan telepon. Pemasaran secara digital daring mampu dapat menjadi cara yang sangat efektif untuk mengidentifikasi target pasar atau menemukan keinginan dan kebutuhan segmen pemasaran. UMKM nantinya juga mampu menjangkau pasar global, menyajikan promosi dengan lebih menarik, mempermudah sistem pembelian dibandingkan dengan offline. UMKM

diharuskan meleak teknologi internet, oleh karena itu diperlukannya pendampingan dan pelatihan tentang menggunakan aplikasi digital daring dalam pencatatan keuangan dan pemasarannya (Priyambudi et al., 2020).

Berdasarkan hasil dari analisis kondisi dan wawancara dengan UMKM dan Kelurahan Babat Jerawat, diperoleh informasi sebagai berikut: 1)Mitra masih belum memahami tentang keamanan pangan pada saat melakukan produksi; 2)Dalam melakukan pengemasan produk masih belum tepat dan sesuai.; 3)Penggunaan peralatan produksi masih terbilang kurang dan masih tradisional; 4)Produk olahan kue yang diproduksi hanya terbatas karena kurangnya pengetahuan mitra; 6)Mitra tidak melakukan pencatatan keuangan dengan baik dan berkala.; 7)Dalam melakukan pemasaran produk tidak menggunakan sosial media dan eCommerce; 8)Kurang menariknya desain foto produk untuk pemasaran.

Tujuan dari program ini untuk mengarahkan daerah Kelurahan Babat Jerawat menjadi kampung madani sehingga terdapat kemandirian dalam meningkatkan penghasilan ekonomi, dengan cara: 1)Meningkatkan jumlah kapasitas, kualitas, dan higienitas produk; 2)Meningkatkan omzet penjualan produk; 3)Meningkatkan manajemen dalam pengelolaan keuangan dan usaha; 4)Meningkatkan inovasi untuk menghasilkan suatu produk yang baru; dan 5)Memperluas area pemasaran produk.

Persaingan pasar dan kekuatan bisnis menjadi syarat keberlanjutan UMKM (Wahyudi et al., 2020). Penerapan strategi inovasi serta pemasaran media sosial yang efektif terhadap produk dapat menyebabkan diferensiasi dengan pesaing dan menarik lebih banyak pelanggan sehingga membentuk keunggulan bersaing. Penelitian ini menentukan hubungan antara strategi inovasi, pemasaran media sosial dan keunggulan kompetitif UMKM di Surabaya. strategi inovasi memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM kerajinan tangan di Kota Surabaya. Pemasaran melalui media sosial juga memberikan kontribusi yang positif terhadap keunggulan bersaing, menunjukkan bahwa aktivitas pemasaran online dapat menjadi faktor penentu penting untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital (Mardikaningsih, 2023).

METODE

Metode pelaksanaan yang dipergunakan mulai dari persiapan tim, pelaksanaan, monitoring evaluasi, penilaian indikator keberhasilan, dan keberlanjutan program. Untuk keseluruhan metode pelaksanaan terlihat pada gambar berikut ini:



Gambar 7. Metode Pelaksanaan

Penggunaan metode pelaksanaan pada kegiatan program Pemberdayaan Berbasis Masyarakat ini akan dijelaskan secara rinci pada tabel metode pelaksanaan berikut ini.

Tabel 2. Metode Pelaksanaan

Permasalahan	Metode Pelaksanaan
Belum memahami keamanan pangan	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan dan pendampingan pengetahuan mitra keamanan pangan • Pelatihan dan pendampingan pengetahuan dasar mitra tentang sanitasi • Pelatihan dan pendampingan pengetahuan dasar mitra tentang higiene personal • Pengadaan peralatan dan perlengkapan yang higine • Menyusun buku panduan penggunaan peralatan dan perlengkapan yang hygiene • Pendampingan dan evaluasi pemahaman keamanan pangan
Pengemasan produk belum tepat dan sesuai	<ul style="list-style-type: none"> • Pendampingan pengurusan sertifikat NIB (Nomor Induk Berusaha) • Pendampingan pengurusan sertifikat Halal • Pendampingan pengurusan sertifikat merk dagang • Pelatihan dan pendampingan membuat desain pada kemasan • Perbaiki kemasan dan label stiker pada produk supaya aman saat produk dikirim • Pendampingan dan evaluasi pada kemasan terbaru
Peralatan produksi masih tradisional	<ul style="list-style-type: none"> • Pengadaan peralatan mixer produksi • Pengadaan mesin produk • Pengadaan oven peralatan penggiling peralatan • Pendampingan dan evaluasi pada produksi
Kurangnya motivasi berwirausaha	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan dan pendampingan dalam inovasi pembuatan olahan produk kue • Pendampingan dan evaluasi dalam inovasi pembuatan olahan produk kue
Tidak melakukan pencatatan keuangan dengan baik dan berkala	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan dan pendampingan pencatatan keuangan secara berkala • Pengadaan aplikasi pencatatan keuangan • Pendampingan dan evaluasi pada pencatatan keuangan yang dilakukan secara berkala menggunakan aplikasi keuangan
Tidak menggunakan sosial media	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan dan pendampingan dalam melakukan promosi

dan eCommerce	melalui sosial media
Foto produk kurang menarik	<ul style="list-style-type: none">• Pelatihan dan pendampingan dalam melakukan penjualan melalui eCommerce• Pengadaan eCommerce• Pendampingan dan evaluasi pada promosi menggunakan sosial media dan eCommerce• Pelatihan dan pendampingan melakukan foto produk melalui handphone• Pelatihan pendampingan melakukan video produk melalui handphone• Pendampingan dan evaluasi pada hasil foto dan video produk

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan dari program Pengabdian kepada Masyarakat untuk mengarahkan daerah Kelurahan Babat Jerawat menjadi kampung madani sehingga terdapat kemandirian dalam meningkatkan penghasilan ekonomi, dengan cara: 1) Meningkatkan jumlah kapasitas, kualitas, dan higienitas produk; 2) Meningkatkan omzet penjualan produk; 3) Meningkatkan manajemen dalam pengelolaan keuangan dan usaha; 4) Meningkatkan inovasi untuk menghasilkan suatu produk yang baru; dan 5) Memperluas area pemasaran produk.

Menemukan varian produk yang tepat sehingga disukai oleh konsumen tentunya merupakan impian dari semua pelaku UMKM. Tidak mudah untuk meraih prestasi tersebut, dibutuhkan waktu yang lama, tenaga, dan kreativitas yang cukup untuk mampu mewujudkan impian tersebut. Ketika produk ideal telah ditemukan dan diproduksi dan selanjutnya orang lain mencoba untuk meniru jenis produk yang telah dibuat, tentunya hal tersebut akan merugikan dan bisa membahayakan masa depan produk UMKM dikemudian hari.

UMKM sebagai alternatif warga negara Indonesia untuk memperoleh pekerjaan. Dengan menciptakan usaha sendiri dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan menghasilkan keuntungan pribadi dan dapat memanfaatkan sumber daya yang ada sehingga keberlangsungan hidup usaha kecil dapat terus berkembang (Erstiawan et al., 2021). Strategi pemasaran dibutuhkan untuk mendapatkan konsumen yang royal dan dapat memasarkan produknya secara maksimal bila strategi pemasaran yang dipahami secara baik oleh UMKM. Bila pelaku usaha tidak memahami strategi pemasaran dan penyebaran produk, maka produk yang tidak terdistribusi dengan baik, dapat mempengaruhi keuntungan yang diperoleh dan juga mempengaruhi besarnya biaya yang telah dikeluarkan oleh UMKM.

Masalah lainnya muncul adalah kurang pemahamannya UMKM dalam menentukan harga pokok produksi sehingga harga jual yang disebarkan kepada konsumen tidak berdasarkan komponen biaya yang timbul dalam produksi. UMKM tidak melakukan pencatatan keuangan yang baik dalam operasional UMKM. Pencatatan pembelian dan penjualan sangat diperlukan, untuk dapat mengetahui

pengelolaan keuangan dalam melakukan aktivitas operasional usaha. Oleh karena itu tujuan jangka pendek yang diperlukan dapat mendampingi UMKM dan memonitoring serta mengevaluasi strategi pemasaran yang ada dan manajemen keuangan, sehingga dalam waktu yang singkat dapat membantu mengurai kendala yang dihadapi oleh UMKM.

Kegiatan pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat dilakukan pelatihan dan pendampingan mitra terhadap keamanan pangan, sanitasi, hygiene personal, pengurusan sertifikat NIB (Nomor Induk Berusaha), sertifikat halal, dan sertifikat merk dagang. Dalam perkembangannya UMKM mengalami kendala dalam perizinannya seperti tidak adanya Nomor Induk Berusaha (NIB), dan Sertifikasi Halal untuk UMKM dengan kategori pangan. Dalam hal ini Tim program Pengabdian kepada Masyarakat memberikan pendampingan dalam pembuatan NIB melalui sistem Online Single Submission, dan Sertifikasi Halal melalui sistem SiHalal. Program pendampingan ini disambut dengan antusias oleh para UMKM khususnya pemilik usaha yang berniat mengembangkan usaha mereka, karena adanya sertifikasi, dan NIB ini sangat membantu dalam melakukan promosi, dan memperoleh trust atau kepercayaan lebih dari para calon konsumen yang mereka punya (Ramadhani et al., 2022), terlihat pada gambar 8 berikut ini.



Gambar 8. Pelatihan dan Pendampingan Perizinan UMKM

Selanjutnya pada pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat dilakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan mitra terhadap pembuatan inovasi kue dan penyerahan peralatan produksi. Kegiatan pelatihan inovasi pembuatan 2 menu kue baru yang terbilang sedang trend saat ini dipasaran, terlihat pada gambar 9 berikut ini.



Gambar 9. Pelatihan, Pendampingan, dan Pemberian Alat Produksi

Pada tahap berikutnya untuk pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat dilakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan mitra terhadap pencatatan aplikasi keuangan digital secara berkala. Aplikasi yang dipergunakan berbasis *mobile* sehingga dapat mudah diaplikasikan melalui *handphone* selain itu terdapat menu untuk mencetak nota pembelian sehingga mempermudah pembeli mendapatkan bukti transaksi pembeliannya (Priyambudi et al., 2023), kegiatan tersebut terlihat pada gambar 10 berikut ini.



Gambar 10. Pelatihan dan Pendampingan Aplikasi Keuangan

Setelah itu untuk pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat juga dilakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan mitra terhadap promosi melalui sosial media dan eCommerce, melakukan foto dan video produk melalui *handphone*. Manfaat dari pemasaran digital dalam dunia usaha antara lain mampu meningkatkan penjualan, menjangkau pasar yang lebih luas, menghemat biaya promosi, sarana penghubung yang baik bagi konsumen, serta mampu memberi kemudahan dalam melihat perubahan bisnis. Mengingat pentingnya pengetahuan tentang pemasaran digital dalam berwirausaha, guna menunjang keberlangsungan usaha, meningkatkan perekonomian khususnya di masa digital ekonomi saat ini (Sundari & Lestari, 2022), terlihat pada gambar 11 berikut ini.



Gambar 11. Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Produk

Partisipasi mitra UMKM Kelurahan Babat Jerawat, Kecamatan Pakal, Kota Surabaya dalam pelaksanaan program ini, antara lain: Mitra membantu menyediakan sarana dan prasarana untuk kegiatan pelatihan dan pendampingan serta monitoring evaluasi pelaksanaan program; Mitra berkomitmen mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan sesuai jadwal yang sudah ditentukan; Mitra terbuka terhadap masukan dan berdiskusi dengan tim pelaksana selama program kegiatan.; dan Mitra terlibat secara aktif dalam monitoring dan evaluasi dalam keseluruhan program kegiatan.

Evaluasi pelaksanaan program dilakukan tim pelaksana program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat setiap satu bulan sekali selama program berlangsung. Pada kegiatan evaluasi dilakukan berdasarkan ketercapaian target yang diinginkan sesuai dengan program yang sudah disepakati dan dijadwalkan bersama mitra, sehingga diharapkan dari evaluasi tersebut akan ada penyesuaian ataupun perbaikan sesuai ketercapaian target yang telah disepakati dan diinginkan bersama.

Keberlanjutan program ini maka tim pelaksana akan melakukan monitoring minimal 2 bulan sekali selama 1 tahun setelah program Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat yang dilakukan selesai, serta akan merekomendasikan mitra kepada Pemerintah Kota Surabaya supaya UMKM Kelurahan Babat Jerawat, Kecamatan Pakal, Kota Surabaya menjadi salah satu masyarakat kampung madani yang mandiri terhadap perekonomiannya dan nantinya akan dapat membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar.

Interpretasi program Pengabdian kepada Masyarakat dengan tema kemandirian ekonomi kelompok usaha bersama berbasis digital economy adalah usaha kolektif masyarakat dalam upaya untuk meningkatkan sosiopreneur yang merupakan solusi di bidang perekonomian sehingga dapat memberikan peluang usaha dan pada akhirnya dapat meningkatkan perekonomian masyarakat madani (Wijonarko, 2023). Digital economy yang bersifat berkelanjutan sehingga dapat memberikan solusi efektif dan taktis terhadap permasalahan perekonomian masyarakat.

Dengan melibatkan partisipasi aktif masyarakat, interpretasi ini berfokus pada memastikan digital economy tetap berlanjut sambil tetap mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap kemandirian ekonomi masyarakat dan keberlanjutan generasi mendatang. Keunggulan program Pengabdian kepada Masyarakat ini secara signifikan adalah kemandirian dan kesejahteraan perekonomian sosial bagi masyarakat sekitar.

Pada dasarnya digital ekonomi mampu dijadikan sebagai strategi dalam memastikan Bergeraknya sektor ekonomi produktif guna mendukung ekonomi yang inklusif, pemanfaatan digital ekonomi harus terus digelorakan, sebab pengembangan digital ekonomi menjadi jawaban dari upaya

untuk memastikan seluruh sektor ekonomi yang ada di Kelurahan Babat Jerawat Kecamatan Pakal Kota Surabaya supaya dapat bergerak.

SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Program kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini untuk kemandirian ekonomi kelompok usaha bersama berbasis digital ekonomi khususnya UMKM Kelurahan Babat Jerawat Kecamatan Pakal Kota Surabaya, beberapa capaian yang sudah terlaksana antara lain: Peningkatan pengetahuan dasar mitra tentang keamanan pangan, sanitasi, dan hygiene personal; Mitra memiliki sertifikat (Nomor Induk Berusaha), dan sertifikat Halal; Peningkatan kapasitas produksi mitra sebesar 40%; Peningkatan keterampilan mitra tentang membuat inovasi olahan produk kue; Peningkatan omset mitra sebesar 25%; Peningkatan keterampilan mitra tentang pencatatan keuangan secara berkala; Tersedianya aplikasi keuangan, sosial media, dan eCommerce; Peningkatan keterampilan mitra tentang promosi melalui sosial media, eCommerce, foto produk, dan video produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam kesempatan ini kami menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada Pendanaan DRTPM Ditjen Dikristek Kemdikbudristek berdasarkan kontrak nomor: 129/E5/PG.02.00/PM.BARU/2024 Tahun Anggaran 2024, LPPM Universitas Wijaya Putra yang telah memberikan dukungan atas terselenggaranya kegiatan program Pengabdian kepada Masyarakat. Demikian juga terhadap UMKM Kelurahan Babat Jerawat Kecamatan Pakal Kota Surabaya atas partisipasinya dalam mengikuti program dari awal sampai akhir. Semoga kedepannya kegiatan ini bisa dilaksanakan jauh lebih baik.

DAFTAR REFERENSI

- Agustin, A., Putra, G. P. E., Pramesti, D. T., & Madiistriyatno, H. (2023). Strategi UMKM Dalam Menghadapi Digitalisasi. *Oikos-Nomos: JURNAL KAJIAN EKONOMI DAN BISNIS*, 16.
- Dwijanto Witjaksono, A., Tri Wijayati Wardoyo, D., Rozaq, K., Nugrohoseno, D., Budiono, B., & Kusumaningum, T. M. (2023). Peningkatan Kemampuan Manajerial UMKM Sari Kedelai di Sumberrejo Kabupaten Pasuruan. *Abimanyu: Journal of Community Engagement*, 4(1). <https://doi.org/10.26740/abi.v4n1.p33-38>
- Erstiawan, M. S., Candraningrat, & Wibowo, J. (2021). Efektivitas Strategi Pemasaran Dan Manajemen Keuangan Pada UMKM Roti. *DIKEMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(1).
- Mardikaningsih, R. (2023). STRATEGI INOVASI DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL UNTUK MENINGKATKAN KEUNGGULAN KOMPETITIF UMKM DI KOTA SURABAYA. *Jurnal Baruna Horizon*, 6(2). <https://doi.org/10.52310/jbhorizon.v6i2.101>
- Nurussofiah, F. F., Islamiah, & Arifin, M. (2023). Pengembangan Usaha Melalui Kelompok Usaha Bersama (KUB) Produsen Tape Di Desa Kramatagung Probolinggo. *ENGAGEMENT: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.58355/engagement.v2i1.13>

- Priyambudi, S., Harist Murdani, M., & Kurniasari, D. A. (2023). PEMBERDAYAAN SANTRI GUNA MENINGKATKAN KOMPETENSI DIGITAL DALAM MENGELOLAH UNIT USAHA PONDOK PESANTREN BERBASIS ECO DIGITAL DI KOTA SURABAYA. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 6, 1–7. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v6i0.2057>
- Priyambudi, S., Setyowati, Y., & Nugroho, A. (2020). THE DEVELOPMENT OF ONLINE FINANCIAL AND MARKETING APPLICATION TO IMPROVE THE COMMUNITY ECONOMY IN SURABAYA. *Jurnal Sinergitas PKM & CSR*, 4(3). <https://doi.org/10.19166/jspc.v4i3.2831>
- Probowati, Y., & Priyambudi, S. (2022). PEMBERDAYAAN IBU-IBU RUMAH TANGGA DALAM PENGELOLAAN SAMPAH BERBASIS EKONOMI KEMASYARAKATAN DI PONDOK BENOWO INDAH SURABAYA. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 5, 1–10. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v5i0.1550>
- Pujiono, P., Sulistianingsih, D., & Sugiarto, L. (2022). REFORMASI BIROKRASI PERIZINAN BERUSAHA MELALUI ONLINE SINGLE SUBMISSION (OSS). *Arena Hukum*, 15(3). <https://doi.org/10.21776/ub.arenahukum.2022.01503.10>
- Ramadhani, A., Dewi, H., Qawiyyu, R., Chusen, A., & Diana, L. (2022). Pendampingan sertifikasi halal dan NIB bagi UMKM di kelurahan Tanjungsari, Sukorejo, kota Blitar. *Karya Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3).
- Ratih, D., Ruhana, A., Astuti, N., & Bahar, A. (2022). Alasan pemilihan makanan dan kebiasaan mengkonsumsi makanan sehat pada mahasiswa UNESA Ketintang. *Jurnal Tata Boga*, 11(1).
- Sari, M. K., & Sulistyowati, E. (2020). Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Berkaitan Kepemilikan Sertifikat Halal Pada Produk Olahan Pangan. *Novum : Jurnal Hukum*, 7(1).
- Sitepu, S. N. B. (2017). Analisis Peran Pemerintah Terhadap Keberhasilan UMKM Kota Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(1). <https://doi.org/10.31843/jmbi.v5i1.143>
- Slamet, J., Priyambudi, S., Firdiyansah, M. I., Darojatil Hikmah, I., & Al Zain, S. F. (2021). PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DESA RANDUPADANGAN KABUPATEN GRESIK MELALUI PENGOLAHAN SUSU SAPI (CHU-CHU) [COMMUNITY ECONOMIC EMPOWERMENT OF RANDUPADANGAN VILLAGE, GRESIK DISTRICT THROUGH COW MILK PROCESSING (CHU-CHU)]. *Jurnal Sinergitas PKM & CSR*, 5(1). <https://doi.org/10.19166/jspc.v5i1.2910>
- Sundari, S., & Lestari, H. D. (2022). PEMASARAN DIGITAL DALAM KEWIRAUSAHAAN. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1). <https://doi.org/10.56681/wikuacitya.v1i1.23>
- Wahyudi, H., Priyambudi, S., Firmansyah, A., Slamet, J., & Prastika, Y. (2020). Gerakan Pembangunan Desa Semesta Nasional Melalui Pemberdayaan Gapoktan Padangan Dalam Pengelolaan Limbah. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 3. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v3i0.871>

- Wijonarko, G. (2023). Strengthening sociopreneurship culture through the Pentahelix collaboration model. *International Journal on Social Science, Economics and Art*, 13(2).
- Yuli Ermawati, Moh.Sodikin, & Endah Supeni. (2023). Strategi Pemberdayaan Umkm Berbasis Sentra Wisata Kuliner Di Surabaya. *Seminar Nasional Teknologi Dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, 2(2). <https://doi.org/10.51903/semnastekmu.v2i1.192>