

## Pendampingan UMKM Dalam Memaksimalkan Tata Kelola Usaha dan Manajemen Pemasaran

Anggreany Hustia<sup>1</sup>, Faisal Bimantara<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>FEB Universitas Muhammadiyah Palembang, Palembang, Indonesia  
e-mail: reanyhustia1012@gmail.com; faisalbimantaraakece@gmail.com

### ABSTRAK

Pendampingan UMKM dalam memaksimalkan tata kelola dan manajemen pemasaran ini merupakan kegiatan pengabdian yang dilakukan dalam program magang UMKM Merdeka Batch I Sumatera Selatan kolaborasi antara LLDIKTI Wilayah II, dosen dan mahasiswa. Dalam kegiatan ini kami mendampingi salah satu UMKM yang bergerak di bidang kuliner yang bertempat di Palembang yaitu "DAPOER FELISHA". Berdasarkan riset yang dilakukan, kondisi eksisting UMKM terbilang masih baru dirintis sehingga membutuhkan dukungan yang lebih dari berbagai pihak. Kondisi Eksisting UMKM diidentifikasi melalui basis KPI (Key Performance Indicator) yaitu indikator tata kelola usaha dan Indikator manajemen pemasaran. Tata kelola usaha UMKM ini dilihat dari beberapa sisi salah satunya SOP dalam persiapan produk yang dipasarkan dan legalitas yang dapat mendukung kemajuan usaha UMKM ini. Manajemen pemasaran berkaitan erat dengan proses pemasaran produk UMKM tersebut. Berdasarkan Ilustrasi tersebut hal ini dilakukan karena untuk mendukung Pelaku Usaha dalam mengembangkan bisnisnya dengan baik di masa yang akan datang. Hasil dari pengabdian ini diharapkan UMKM tumbuh menjadi lebih baik, semakin berkembang, dan dapat bersaing dengan pasar yang lebih luas.

**Kata Kunci:** UMKM; Tata Kelola Usaha, Manajemen Pemasaran

### ABSTRACT

*out in the Merdeka Batch I South Sumatra UMKM internship program in collaboration between LLDIKTI Region II, lecturers and students. In this activity, we accompanied one of the MSMEs engaged in the culinary field located in Palembang, namely "DAPOER FELISHA". Based on research conducted, the existing condition of MSMEs is relatively new, so it requires more support from various parties. The existing condition of MSMEs is identified on the basis of KPI (Key Performance Indicator), namely business governance indicators and marketing management indicators. MSME business governance is seen from several sides, one of which is the SOP in preparing products to be marketed and legality that can support the progress of this MSME business. Marketing management is closely related to the marketing process for MSME products. Based on the illustration, this is done in order to support Business Actors in developing their business properly in the future. The results of this service are expected that MSMEs will grow better, develop more, and be able to compete with a wider market..*

**Keywords:** Independent UMKM; Business Governance; Marketing Management

### PENDAHULUAN

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah. UMKM merupakan sektor bisnis yang memiliki peranan penting dalam perekonomian suatu negara

\* Hustia, A. & Bimantara, F. (2024)

karena jumlah usaha tersebut relatif banyak dan memiliki kontribusi terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi. Jenis usaha UMKM sangat beragam, mulai dari perdagangan, jasa, industri kecil, dan lain sebagainya. UMKM memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memajukan perekonomian daerah. Menurut (Bahri et al., 2022) Pelaku UMKM haruslah mengetahui dengan jelas apa pengertian dari entrepreneurship/kewirausahaan sebagai wujud awal dari profesi yang dijalani sebagai entrepreneurship/ kewirausahaan.

Teten Masduki - Menteri Koperasi dan UKM (MenKopUKM) menilai bahwa tahun 2023 "Tahun ini menjadi momentum bagi produk UMKM atau brand lokal untuk menguasai pasar domestik. Karena *supply chain* dunia terganggu, jadi momentumnya untuk memanfaatkan potensi dalam negeri" (Respati, 2023). Namun, UMKM juga memiliki tantangan dalam hal persaingan dari usaha yang lebih besar, permodalan yang terbatas, serta akses informasi dan teknologi yang masih terbatas. Oleh karena itu, pemerintah banyak memberikan dukungan dan program untuk meningkatkan kinerja serta keberlangsungan UMKM, seperti memberikan bantuan modal, pelatihan dan mentoring, serta pemberian akses pasar yang lebih luas melalui *e-commerce*. Keterlibatan semua pihak sangatlah penting. salah satu pihak yang dapat membantu dan memberikan peran melalui pelatihan dan monitoring adalah Lembaga APINDO (Asosiasi Pengusaha Indonesia). Dalam kegiatan pengabdian ini tidak hanya mahasiswa dan dosen, namun juga Lembaga APINDO (Asosiasi Pengusaha Indonesia) digandeng oleh LLDIKTI Wilayah II guna memberikan dukungan dalam perkembangan UMKM di Wilayah Provinsi Sumatera Selatan.

Lembaga APINDO (Asosiasi Pengusaha Indonesia) adalah organisasi pengusaha terbesar di Indonesia yang didirikan pada tahun 1968. APINDO bertujuan untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan daya saing pengusaha Indonesia melalui dukungan, pemberian informasi, pembinaan, dan advokasi di tingkat nasional dan internasional. APINDO memiliki unit bisnis yang mencakup berbagai sektor, seperti energi, pertambangan, perbankan, perdagangan, manufaktur, dan lain-lain. Selain itu, APINDO juga memiliki program-program pelatihan, seminar, dan konferensi untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pengusaha. Lembaga APINDO menjadi salah satu sarana untuk mengimplementasikan harapan-harapan yang dimiliki UMKM maupun subjek sekitarnya, APINDO memiliki program yang bernama Magang UMKM Merdeka. Program ini sangat membantu pelajar/calon tenaga kerja, maupun umkm yang bersangkutan karena program ini dirancang untuk memberikan pengalaman kerja praktikal. Seperti yang telah diketahui sebelumnya bahwa UMKM merupakan penunjang utama perekonomian Indonesia, namun implementasi beberapa UMKM tidak terkelola dengan baik sehingga membutuhkan wadah untuk terciptanya UMKM unggul melalui program ini.

Program yang digalakkan oleh LLDIKTI Wilayah II ini khususnya dilakukan di Provinsi Sumatera Selatan, terdapat beberapa UMKM yang mendaftar dan pada kesempatan ini kami di tugaskan mendampingi UMKM yang bergerak di bidang Kuliner yaitu "DAPOER FELISHA". DAPOER FELISHA adalah bisnis yang di jalankan oleh ibu Nurmala Sari dengan menggunkan Sambal di berbagai produknya, bisnis ini sudah didirikan sejak tahun 2019 namun sempat tidak sepenuhnya berjalan dan mulai aktif produksi kembali pada Tanggal 02 Januari 2023 untuk lokasi UMKM berlokasi di Jl. Ki Gede Ing Suro No 173, RT 06/RW 02 Kelurahan 30 Ilir, Kec IB II Palembang Sumatera Selatan. DAPOER FELISHA sendiri diambil dari nama anak perempuan terakhirnya yaitu Felisha, sedangkan Dapoer adalah Ejaan lama yang memili arti tempat untuk memasak. Dapoer Felisha menjadi bisnis resmi dengan memiliki NIB (Nomor Induk Berusaha) pada Februari 2023.

Dalam program pengabdian ini, seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa adanya

kami disini adalah untuk berupaya menjadikan UMKM lebih unggul daripada sebelumnya, tahapan awal yang kami lakukan adalah Riset. Berdasarkan hasil riset yang telah dilakukan diketahui beberapa kondisi eksisting yaitu Ibu Nurmala Sari adalah owner sekaligus tenaga kerja di dapoer felisha, kemudian Indikator Tata Kelola Usaha memiliki kondisi eksisting, dimana legalitas usaha yang dimiliki belum lengkap; Belum rutusnya pembuatan laporan keuangan. Dan Indikator lainnya terkait dengan manajemen pemasaran yang memiliki kondisi eksisting, aktif mengikuti kegiatan bazar ; belum menjangkau target yang lebih luas. indikator teknik pemasaran digital memiliki kondisi eksisting, sosial media sudah ada namun belum sepenuhnya aktif.

Pendampingan yang kami lakukan adalah memberikan solusi atas permasalahan yang terjadi sesuai dengan indikator-indikator yang telah ditentukan. Pengabdian sejenis telah di lakukan oleh beberapa tim pengabdian terdahulu yang terlihat dari berbagai artikel yang telah diterbitkan, beberapa diantaranya oleh : (Kumala et al., 2019) melalui pendampingan pembuatan Nomor Induk Berusaha (NIB) dalam rangka pengembangan UMKM Desa Ngampungan; (Wijaya et al., 2023) melalui digitalisasi akuntansi bagi pelaku UMKM Di Lubuk Minturun; (Rachmawati et al., 2022) melalui pelatihan pembuatan laporan keuangan sederhana Pada UMKM Handcraft Niki Kayoe Desa Turirejo Kec. Lawang; ((Rachmawati et al., 2022) melalui pemberdayaan dan pemasaran wisata kuliner melalui bazar takjil & UMKM Di Sentra Wisata Kuliner Pondok Maritim Kelurahan Balas Klumprik Kecamatan Wiyung Kota Surabaya.

Hasil dari kegiatan yang kami lakukan ini terlihat perubahan yang signifikan melalui indikator-indikator sebelumnya. Kondisi sebelumnya dimana indikator Tata Kelola Usaha belum memiliki surat legalitas yang lengkap, kini kami mendaftarkan UMKM kepada beberapa badan lembaga seperti HALAL, HAKI, dan PIRT sehingga konsumen yang ingin melakukan transaksi produk lebih merasa terjamin lalu adanya Laporan Keuangan menggunakan KASPRI untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran agar terciptanya keuangan umkm yang sehat. Kemudian Indikator Manajemen Pemasaran, kami memilih untuk mengikuti kegiatan Bazar berlokasi di MITRA 10 Palembang, kegiatan ini kami lakukan untuk membantu pelaku usaha dan juga memasarkan produk ke masyarakat sekitar sehingga masyarakat merasa tertarik membeli produk dan juga menjangkau target yang lebih luas.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian yang kami lakukan ini bertemakan “Pendampingan UMKM dalam Memaksimalkan Tata Kelola Usaha dan Manajemen” dalam pelaksanaannya kami mendampingi UMKM Dapoer Felisha berlokasi di Jl. Ki Gede Ing Suro No 173, RT 06/RW 02 Kelurahan 30 Ilir, Kec IB 2 Palembang Sumatera Selatan.

Pendampingan rutin dilakukan selama 4 bulan terhitung dari bulan Maret-Juli 2023, yang dalam pendampingannya tim pengabdian ini turun langsung Bersama-sama UMKM dalam membantu mengembangkan dan memajukan UMKM “Dapoer Felisha”.

Pendampingan ini menjelaskan bahwa pentingnya tata kelola usaha dan manajemen pemasaran dalam mewujudkan UMKM yang unggul, untuk merealisasikan hal tersebut dibutuhkan beberapa proses kegiatan sebelum terlaksananya pengabdian ini terlihat pada Gambar 1.



*Gambar 1. Tahap Pelaksanaan Pengabdian*

**Tahap 1.** Serangkaian langkah-langkah yang harus dilakukan dalam melakukan sebuah penelitian. Tahap riset meliputi: menyusun ide penelitian, menentukan masalah penelitian, melakukan tinjauan literatur, merumuskan hipotesis, mendesain metodologi penelitian, mengumpulkan dan menganalisis data, dan merumuskan kesimpulan dan rekomendasi. Tahap riset sangat penting untuk memastikan keberhasilan sebuah penelitian dan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

**Tahap 2.** Penyusunan program kerja adalah proses perencanaan dan pengorganisasian kegiatan yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu dalam suatu organisasi atau lembaga.

**Tahap 3.** Terlaksananya pengabdian, dalam pelaksanaannya tim menggunakan metode pendampingan dan pembinaan sesuai dengan program kerja yang telah ditentukan.

**Tahap 4.** Tahap akhir dimana permasalahan-permasalahan yang ditemukan telah menjadi bahan diskusi, kemudian di tawarkan solusi akhir lalu adanya kesimpulan dan penutup hasil kegiatan secara menyeluruh.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Sisi yang ditingkatkan dalam kemajuan UMKM ini adalah sisi tata Kelola usaha dan manajemen pemasaran. Tata Kelola usaha atau Governance diartikan sebagai mekanisme, praktik, dan tata cara pemerintah dan warga dalam mengatur sumber daya serta memecahkan masalah-masalah publik (Sumarto, 2009). Maka dalam pengabdian ini kami berusaha membantu membentuk cara kerja UMKM agar memiliki SOP dalam pelaksanaan kegiatannya yang konsisten guna keberlangsungan usaha UMKM tersebut, baik dari sisi produksi, manajemen ataupun pencatatan keuangan. Sisi lainnya adalah manajemen pemasaran, pemerintah Indonesia melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah mendukung UMKM yang menggunakan sistem perdagangan digital atau e-commerce untuk melakukan pemasaran (Umarudin et al., 2022)

Pengabdian ini telah dilakukan pada bulan April-Juli 2023, dalam pelaksanaannya diharapkan UMKM dapat memiliki output di antaranya :

- a) Pelaku UMKM memiliki legalitas yang lengkap.
- b) Pelaku UMKM memahami dasar-dasar laporan keuangan dan memiliki pembukuan melalui aplikasi KASPRI.
- c) Pelaku UMKM menjangkau target yang lebih luas melalui program bazar dan pemasaran secara online.

### Tahap 1. RISET

Riset adalah proses mengumpulkan, menganalisis, dan menerjemahkan data atau informasi dengan secara sistematis guna menambah pemahaman terhadap suatu kejadian atau fenomena tertentu yang menarik perhatian untuk diteliti lebih lanjut. Pada indikator tata Kelola usaha ini merupakan hal yang sangat penting bagi sebuah UMKM terutama dalam hal legalitas usaha dan pembukuan laporan keuangan. Menurut (Anggraeni, 2021) begitu pentingnya 'ijin usaha' tersebut dalam konteks berusaha, khususnya bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), sehingga mereka dapat terlindungi, adanya kepastian dalam berusaha dan menikmati kenyamanan serta keamanan yang patut mereka peroleh, agar dapat berkontribusi cara lebih nyata di dalam peningkatan nilai tambah produksi, penyediaan barang dan jasa kebutuhan masyarakat, penyerapan tenaga kerja dan diseminasi penumbuhan kewirausahaan.

Setelah dilakukan riset berbasis indikator tata kelola perusahaan dan indikator manajemen pemasaran di temukan bahwa untuk indikator tata kelola perusahaan terkendala pada legalitas usaha dan pembukuan laporan keuangan, sedangkan untuk manajemen pemasaran terkendala pada market yang belum luas.



Gambar 2. Riset Data

### Tahap 2. Penyusunan Progam Kerja

Penyusunan program kerja harus dilakukan secara terencana dan sistematis. Setelah melakukan riset data tahap selanjutnya adalah menyusun program kerja sesuai dengan indikator-indikator yang telah ditetapkan. Indikator pertama yaitu indikator tata kelola usaha memiliki proker berupa

- a) Melengkapi Legalitas usaha (Menyiapkan berkas yang dibutuhkan, mencari lembaga tujuan, dan mengajukan permohonan)
- b) Membuat Laporan Keuangan (Memahami dasar-dasar laporan keuangan, Membuat contoh Laporan menggunakan aplikasi KASPRI, Memiliki Laporan Keuangan)

Indikator kedua yaitu Indikator Manajemen Pemasaran memiliki proker berupa:

- a) Menjangkau target pasar yang lebih luas (Mengikuti kegiatan Bazar dan Mempromosikan Produk ke Masyarakat).

Gambar 3. Penyusunan Program Kerja

**Tahap 3. Pelaksanaan**

Indikator pertama yaitu Indikator Tata Kelola Usaha memiliki proker berupa **Melengkapi Legalitas usaha** (Menyiapkan berkas yang dibutuhkan, mencari lembaga tujuan, dan mengajukan permohonan). Pengabdian yang dilakukan ini dari sisi tata Kelola sudah adanya penambahan legalitas yaitu Legalitas HAKI dan Legalitas Halal. Hasilnya dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 5. Legalitas Halal

**Membuat Laporan Keuangan** (Memahami dasar-dasar laporan keuangan, Membuat contoh Laporan menggunakan aplikasi KASPRI, Memiliki Laporan Keuangan)

Gambar 6. Laporan Keuangan Aplikasi KASPRI

Dengan adanya Laporan keuangan, pelaku usaha mengklaim bahwa UMKM memiliki keuangan yang lebih sehat dimana pada awal bulan tercatat Modal awal sebesar Rp. 2.000.000, Kemudian pada akhir bulan tercatat memiliki total sebesar Rp. 3.339.200. Yang artinya selisih antara kedua nominal tersebut sebesar Rp. 1. 339.200 adalah Laba yang dihasilkan UMKM. Dengan adanya laporan keuangan juga memudahkan Pelaku UMKM dalam melihat saldo pemasukan dan juga pengeluaran.

Indikator kedua yaitu Indikator **Manajemen Pemasaran** Pengabdian ini juga dilaksanakan berdasarkan pada teori pemasaran seperti terkait konsep 4P bauran pemasaran. Menurut (Kotler & Keller, 2016 dalam (Hustia et al., 2021)) nis pemasaran, cara pemasaran,

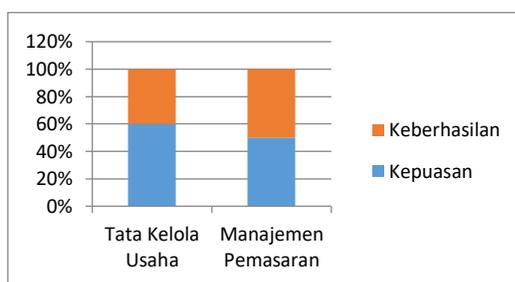
menjelaskan konsep 4P bauran pemasaran yaitu *product, price, promotion, dan Place*. Kegiatan yang dilakukan terkait dengan *promotion* dan *place*, dalam pengabdian ini memiliki proker berupa Menjangkau target pasar yang lebih luas (Mengikuti kegiatan Bazar dan Mempromosikan Produk ke Masyarakat). Selain program bazar pengabdian juga dilakukan dengan memperluas media sosial yang dimiliki oleh UMKM, dengan cara menambah follower dari UMKM tersebut serta memberikan beberapa pengetahuan terkait dengan teknologi, sebagaimana yang dikatakan oleh (Yuniar Bahri & Hartati, 2023) bahwa dalam konteks dunia pekerjaan khususnya dalam kegiatan berwirausaha pemamfaatan berbagai jenis teknologi begitu berguna dalam hal membantu kegiatan pemasaran.



Gambar 7. Mengikuti Bazar MITRA 10

#### Tahap 4 Evaluasi

Berdasarkan Hasil Survei tercatat bahwa Program kerja yang dilaksanakan hampir sepenuhnya terjalan dengan baik, namun hal ini perlu di evaluasi kembali apakah pihak UMKM sudah sepenuhnya puas akan kinerja yang dilakukan atau perlu memilih jalan alternatif lain. Dapat dilihat Melalui Grafik 1



Grafik 1. Indikator Pencapaian Pengabdian

Grafik diatas menggambarkan perbandingan antara kepuasan dan keberhasilan, untuk tata Kelola usaha perbandingnya 60:40 hal ini menunjukkan bahwa kepuasan lebih tinggi dari pada keberhasilan, adapun alasannya ada beberapa rencana legalitas usaha yang ingin diproses

namun karena terkendala waktu yang hanya 4 bulan maka kegiatan tersebut tidak dapat dilaksanakan. Sedangkan untuk manajemen pemasaran antara kepuasan dan keberhasilan dinilai oleh pihak UMKM seimbang karena sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh UMKM.

## **KESIMPULAN**

Pelaksanaan Pengabdian ini alhamdulillah berjalan dengan baik dan lancar. Melalui Pengabdian ini Pelaku UMKM mendapatkan peningkatan dala beberapa aspek yaitu :

- a) Pelaku UMKM memiliki legalitas yang lengkap.
- b) Pelaku UMKM memahami dasar-dasar laporan keuangan dan memiliki pembukuan melalui aplikasi KASPRI.
- c) Pelaku UMKM menjangkau target yang lebih luas melalui program bazar dan menambah followers media sosial yang dimiliki UMKM “Dapoer Felisha”.

Hal ini didukung juga dari hasil survei tercatat bahwa Program kerja yang dilaksanakan hampir sepenuhnya berjalan dengan baik dengan persentase sebesar 90%. Ketidaksi capaian target sebesar 10% ini merupakan permasalahan dari keterbatasan waktu dalam pelaksanaan pengabdian ini.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami Ucapkan Terimakasih Kepada Pelaku UMKM DAPOER FELISHA beserta Keluarga yang telah bersedia meluangkan waktu dan tempat sehingga pengabdian ini dapat terselesaikan dengan baik, Tidak lupa juga saya ucapkan Terimakasih kepada seluruh Tim yang telah berkontribusi dalam terlaksananya pengabdian ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraeni, R. (2021). Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Eksaminasi : Jurnal Hukum*, 1(1), 77–83.
- Bahri, S. Y., Masbullah, M., Yuniarti, R., & Wijaya, S. A. (2022). Peningkatan Edukasi Kewirausahaan Bagi Pelaku UKM di Desa Rarang Kecamatan Terara Kabupaten Lombok Timur. *JUKESHUM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.51771/jukeshum.v2i1.199>
- Hustia, A., Afrilliana, N., Adawiyah, D., & ... (2021). Pentingnya Kreativitas, Inovasi Dan Pemasaran Hasil Panen Nanas Di Desa Tanjung Lalang Ogan Ilir Sumatera Selatan. *Jurnal ...*, 4(3).
- Kumala, F. N., Hudha, M. N., & Aji, S. D. (2019). Pelatihan Pemasaran Produk Olahan Telo Ungu Di Desa Wonosari Kecamatan Wonosari Gunung Kawi Kabupaten Malang. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.24198/kumawula.v2i1.23533>
- Rachmawati, A., Ardiansyah, D. C., Noviani, S. A., Azizah, N., Khoirotunnisa, F., & Wikartika, I. (2022). Pemberdayaan Dan Pemasaran Wisata Kuliner Melalui Bazar Takjil

- & Umkm Di Sentra Wisata Kuliner Pondok Maritim Kelurahan Balas Klumprik Kecamatan Wiyung Kota Surabaya. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 92–96.
- Respati, A. R. (2023, January). Menteri Teten: Tahun 2023 Jadi Momentum UMKM Kuasai Pasar Domestik . *Kompas.Com*.
- Sumarto, H. S. (2009). *Inovasi, Partisipasi, dan Good Governance*. Yayasan Obor Indonesia.
- Umarudin, M., Jalaludin, J., & Arditta, T. W. (2022). Pendampingan dan Pengembangan Manajemen Pemasaran Produk UMKM Tanaman Hias Melalui Teknologi Digital di Masa Pandemi Covid-19. *Adindamas Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* , 2(2), 153–166.
- Wijaya, R. S., Rahmaita, R., Murniati, M., Nini, N., & Mariyanti, E. (2023). Digitalisasi Akuntansi Bagi Pelaku UMKM Di Lubuk Minturun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharma Andalas*, 2(1).
- Yuniar Bahri, S., & Hartati, W. (2023). Membangun Kiprah Wanita Wirausaha dalam Mewujudkan Ekonomi Mandiri Era Digital Di kabupaten Lombok Timur. *Jukeshum: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.51771/jukeshum.v3i1.422>