

BAGAIMANA MENJADI UMKM YANG PRODUKTIF PADA WARGA UMKM 02 DAN RW 03 KELURAHAN MEDOKAN SEMAMPIR KECAMATAN SUKOLILO SURABAYA

P. Julius F. Nagel¹

Tuty Lindawati²

Ninuk Muljani³

Niken Dwi Marsela⁴

Marshela Sheren Monica⁵

Mutiara Kusuma Wardani⁶

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

nagel@ukwms.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received : 6 Oktober 2023

Revised : 25 Oktober 2023

Accepted : 20 November 2023

JEL Classification: R21

Key words:

Developing MSMEs, marketing mix

DOI: 10.33508/peka.v6i2.4764

ABSTRAK

Wabah Covid-19 telah memberikan dampak yang signifikan pada ekonomi, termasuk UMKM. Meskipun pendapatan UMKM menurun selama hampir dua bulan terakhir, pemilik usaha tetap harus mencari cara untuk tetap eksis. Untuk mempertahankan kelangsungan usaha, mereka perlu mengimplementasikan strategi bisnis yang tepat. Salah satunya adalah 1. Melakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi langkah-langkah kunci dalam menjaga kesuksesan UMKM di tengah pandemi ini. 2. Inovasi Promosi. 3. Gabung Komunitas. 4. Perencanaan Anggaran. 5. Cek Persediaan Barang. Permasalahan yang ada pada warga RW 02 dan RW 03 Kelurahan Medokan Semampir Kecamatan Sukolilo Surabaya adalah warga belum pernah memainkan strategi bisnisnya. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tujuan utama kegiatan pengabdian masyarakat ini agar warga RW 02 dan RW 03 Kelurahan Medokan Semampir Kecamatan Sukolilo Surabaya dapat memahami strategi bisnis agar UMKM tetap produksi di tengah pandemi. Sehingga tim ABDIMAS mengembangkan pengetahuan dan keterampilan mereka, melalui diskusi interaktif mengenai strategi bisnis, dan juga dapat meningkatkan wawasan dan kemampuan dalam mengembangkan usaha kecil yang dijalankan dan bauran pemasaran khususnya menentukan harga jual produk UMKM. Harga adalah komponen yang sangat penting dari definisi bauran pemasaran. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dikemas dengan menggunakan metode ceramah, diskusi, pelatihan, dan pembinaan secara berkelanjutan, dengan berbagai macam kegiatan dalam hal ini warga RW 02 dan RW 03 Kelurahan Medokan Semampir Kecamatan Sukolilo Surabaya diberi kesempatan untuk dapat merencanakan dan menentukan persaingan bisnis, teori, contoh, dan jenisnya.

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has in fact affected the economic sector, including small and medium enterprises (MSMEs). Despite the

decline in MSME income for the last two months, business actors still have to survive. To extend the 'age' of a business, business actors must play their business strategy. Here are some key ways or characteristics of success for MSMEs in surviving the Covid-19 pandemic. Do a SWOT Analysis. 2. Promotional Innovation. 3. Join Community. 4. Budget Planning. 5. Check Goods Inventory. The problem with the residents of RW 02 and RW 03, Medokan Semampir Village, Sukolilo District, Surabaya is that the residents have never played their business strategy. Based on these problems, the main objective of this community service activity is so that residents of RW 02 and RW 03 Medokan Semampir Village, Sukolilo District, Surabaya can understand business strategies so that MSMEs continue to produce in the midst of a pandemic. So that the ABDIMAS team develops their knowledge and skills, through interactive discussions about business strategy, and can also increase their insight and ability to develop small businesses that are run and the marketing mix, especially in determining the selling prices of MSME products. Price is a very important component of the marketing mix definition. The implementation of this Community Service activity is packaged using lecture, discussion, training and coaching methods on an ongoing basis, with various kinds of activities in this case the residents of RW 02 and RW 03 Medokan Semampir Village, Sukolilo District, Surabaya are given the opportunity to be able to plan and determine business competition, theory, examples, and types.

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat signifikan dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. UMKM merupakan jenis usaha yang dilakukan oleh individu atau badan usaha, bukan bagian dari entitas perusahaan besar atau cabang yang terkait dengan perusahaan menengah atau besar, dengan beberapa kriteria khusus. Menurut laporan dari Kompas, Bappenas menegaskan bahwa UMKM memegang peranan penting dalam ekonomi Indonesia dengan mencakup berbagai hal: seperti memperluas kesempatan kerja dan menyerap tenaga kerja, berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), serta menyediakan jaringan keamanan ekonomi terutama bagi masyarakat dengan pendapatan rendah untuk menjalankan aktivitas ekonomi yang produktif.

Karena UKM memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian, para pengusaha UKM perlu menunjukkan kualitas yang unggul dalam produk dan sumber daya manusia yang mereka miliki. Meskipun bisnis UKM mungkin masih dalam tahap awal dan berskala kecil, penting untuk tidak mengabaikan kualitas dan peran dari sumber daya manusia. Kontribusi yang baik dari sumber daya manusia akan memiliki dampak yang signifikan terhadap keberhasilan merek, kemampuan bersaing, serta kelangsungan UKM di masa yang akan datang.

Persaingan usaha atau bisnis adalah usaha-usaha dari dua pihak/lebih perusahaan yang masing-masing bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga/syarat yang paling menguntungkan. Andini dan Aditiya (2002). Persaingan mencakup upaya individu atau entitas hukum untuk menonjolkan keunggulan

mereka dalam perdagangan, produksi, dan pertahanan. Galuh Puspaningrum (2013) menjelaskan bahwa hukum persaingan usaha merupakan alat hukum yang mengatur bagaimana persaingan tersebut harus dijalankan.

Persaingan sehat, atau yang dikenal sebagai *healthy competition*, merujuk pada persaingan antara perusahaan atau pelaku bisnis tanpa melibatkan aktivitas ilegal. Persaingan yang sehat memiliki karakteristik sebagai berikut: Menjamin adanya persaingan dalam pasar yang berdampak positif terhadap pencapaian efisiensi ekonomi di berbagai sektor bisnis dan perdagangan. Memastikan kesejahteraan konsumen dan menjaga kepentingan mereka. Membuka kesempatan pasar sebesar mungkin dan mencegah terjadinya dominasi ekonomi oleh kelompok tertentu. Di sisi lain, persaingan tidak sehat, yang dikenal sebagai *cut throat competition*, merujuk pada kompetisi antar perusahaan yang tidak fair dan/atau tidak adil. Model persaingan ini menunjukkan upaya merebut pasar dengan cara apapun demi meraih keunggulan atas pesaingnya.

Warga RW 02 dan RW 03 Kelurahan Medokan Semampir Kecamatan Sukolilo Surabaya sebagian warganya UMKM dan mereka sudah mempunyai ijin usaha. Berdasarkan pembicaraan dengan kepala RW 02 dan RW 03 pada saat momen - momen tertentu produk mereka di booking masing - masing 100 - 200 paket. Dan karena sudah mempunyai ijin mereka menentukan harganya diatas rata - rata. Sebagai contoh tanggal 24 Agustus 2022 yang lalu pada saat peresmian Gereja St. Yosafat, Romo Eka selaku Pastor Paroki menggerakkan UMKM yang ada di RW 02 dan RW 03 untuk membuat produknya 100 - 200 paket. Ada sekitar 30 UMKM dan semuanya sudah dibayar lunas oleh Pastor Paroki.

Sayangnya, dalam penentuan harga para UMKM mengambil keuntungan yang cukup besar. Sekitar 15 ribu per paket yang menurut analisis kami sewajarnya bisa hanya 10 - 12 ribu saja. Sehingga bila produknya enak dan harganya murah, konsumen bisa melakukan pembelian ulang.

Untuk mengembangkan sumber daya manusia yang memiliki kualitas dan mampu memberikan kontribusi optimal, diperlukan langkah manajemen sumber daya manusia yang terencana sebagai berikut:

Langkah pertama adalah menetapkan tim pendiri (*founding team*). Sejak fase awal pendirian usaha, penting untuk mempertimbangkan individu-individu yang memiliki potensi serta kemampuan untuk membangun perusahaan yang baru didirikan, mereka dapat dianggap sebagai tim pendiri. Tim pendiri adalah sekelompok individu yang memulai suatu bisnis dengan keahlian yang beragam sehingga mereka dapat saling melengkapi. Identifikasi dua individu terbaik yang saling mengenal dengan baik, pilih mitra yang memiliki tujuan yang sejalan, komitmen yang kuat, semangat yang tinggi, dan kepercayaan yang tumbuh satu sama lain.

Melakukan perekrutan karyawan secara hati-hati merupakan langkah kedua setelah membentuk tim pendiri dalam membangun tim kerja. Ketika perusahaan mulai membutuhkan beragam bidang keahlian untuk mengoperasikan dan mengembangkan usaha, penting untuk memulai proses rekrutmen karyawan baru. Proses seleksi harus disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan, termasuk jumlah dan jenis posisi yang dibutuhkan. Seleksi tidak hanya berfokus pada penilaian kompetensi saja, tetapi juga pada sikap dan kepribadian calon karyawan. Prioritaskan individu yang tidak hanya memiliki

keterampilan yang sesuai, tetapi juga karakter yang positif, karena kombinasi kedua faktor ini akan menciptakan karyawan yang dapat memberikan kontribusi besar bagi perkembangan UMKM.

Memberikan pelatihan kepada sumber daya manusia merupakan aspek penting dalam membangun sebuah bisnis. Meskipun modal yang besar memiliki peran yang signifikan, keberadaan karyawan juga merupakan elemen krusial sebagai penggerak utama bagi UMKM. Melalui penyediaan pelatihan, karyawan dapat ditingkatkan kompetensinya, menciptakan tim SDM yang terlatih dan memiliki pengetahuan yang lebih baik. Dengan cara ini, mereka akan mampu menghasilkan produk dan inovasi yang mendukung pertumbuhan bisnis UMKM.

Membuat Standar Operasional untuk Bisnis Kecil adalah langkah untuk menanamkan prinsip dan keyakinan bahwa bisnis akan terus tumbuh dan berkembang di masa depan. Hal ini melibatkan pembuatan peraturan, prosedur, dan kebijakan yang berlaku bagi semua karyawan di UMKM. Standar Operasional ini tidak hanya bertujuan untuk mengatur kegiatan operasional, melainkan juga menjadi panduan yang menjaga konsistensi dan disiplin karyawan dalam berbagai aspek seperti produksi, sumber daya manusia, dan pemasaran.

Meningkatkan keterlibatan tenaga kerja merupakan hal penting. Karyawan menghabiskan sebagian besar waktu mereka di tempat kerja, oleh karena itu, memberikan kenyamanan di samping kewajiban gaji merupakan hal yang penting. Perusahaan yang memberikan kesempatan kepada karyawan untuk terlibat secara aktif, mendengarkan masalah dan aspirasi mereka, cenderung memiliki tingkat retensi

yang lebih tinggi dan karyawan yang lebih loyal. Melibatkan karyawan dalam aktivitas perusahaan dalam manajemen sumber daya manusia berdampak pada peningkatan efisiensi dan produktivitas kerja.

Memberikan kompensasi yang rasional sangat penting. Upah atau gaji merupakan faktor yang tidak dapat diabaikan dalam mempengaruhi kepuasan karyawan, bahkan dapat memengaruhi kinerja mereka. Berikan gaji sesuai dengan standar untuk jabatan yang sama atau sesuai dengan Upah Minimum Regional (UMR). Jika ada keinginan untuk memberikan kompensasi yang lebih tinggi, pertimbangkan terlebih dahulu kinerja dan kontribusi yang diberikan terhadap UMKM.

Tahap terakhir dalam manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) dalam bisnis UKM adalah melakukan evaluasi kinerja. Proses ini sangat penting guna menilai pencapaian setiap karyawan dalam periode tertentu, yang dapat berbentuk diskusi langsung atau penilaian tertulis. Tujuannya adalah untuk mengevaluasi kinerja individu setiap karyawan. Memberikan penghargaan kepada mereka yang telah memenuhi atau bahkan melampaui harapan bertujuan untuk mendorong motivasi mereka agar kinerjanya semakin baik. (topkarir, 2021).

Berbagai manfaat dari persaingan dalam dunia bisnis dapat diuraikan sebagai berikut: Mendorong terciptanya inovasi dalam berpikir. Saat berhadapan dengan kompetisi, pelaku bisnis cenderung terdorong untuk berpikir lebih kreatif, menghasilkan kreasi baru sebagai respons terhadap tekanan persaingan tersebut. Mendorong peningkatan dalam pelayanan. Adanya persaingan bisnis sering kali mendorong peningkatan pelayanan, terutama ketika banyak pelaku bisnis yang bergerak dalam bidang yang serupa. Contohnya, dalam industri kuliner yang

diminati banyak orang, pesaing baru akan berupaya menawarkan pelayanan yang lebih baik. Menyediakan motivasi yang tinggi. Persaingan yang ketat memotivasi pelaku bisnis untuk mempertahankan posisinya dengan menerapkan beragam strategi yang sesuai. Memiliki pelanggan yang loyal. Memperoleh pelanggan yang setia adalah hal yang diidamkan dan perlu dipertahankan. Mencapai loyalitas pelanggan seringkali menjadi sebuah pencapaian yang membanggakan. Menyediakan pelajaran dan pengalaman. Ketika para pelaku bisnis melihat keberhasilan yang diraih oleh pesaing sebagai pelajaran dan pengalaman, mereka cenderung belajar banyak dari situasi tersebut, memberikan wawasan yang berharga.

Tips untuk bersaing dalam bisnis UMKM: Memperkuat identitas merek. Fokus pertama dalam strategi pemasaran yang dapat membawa kesuksesan bagi UMKM adalah memperkuat merek. Hal ini memiliki peranan penting dalam mencapai tujuan jangka panjang. Mengetahui pesaing bisnis. Memahami situasi pesaing bisnis tidak hanya membantu dalam mengetahui kelebihan dan kekurangan mereka, tetapi juga membantu dalam menilai posisi Anda dalam pasar. Aktif dalam promosi. Promosi memainkan peran penting dalam memperkuat citra merek dan menambah nilai bagi konsumen serta pelanggan. Memahami perilaku konsumen. Memahami kebiasaan konsumen merupakan faktor kunci yang menentukan kesuksesan dan keberlanjutan bisnis.

Dengan peran yang sangat penting dalam mendukung perekonomian, para pemilik bisnis UKM harus mampu menunjukkan kualitas yang unggul, baik dari segi produk yang ditawarkan maupun sumber daya manusia yang mereka miliki.

Karena dewasa ini mau berbisnis apapun termasuk UMKM selalu banyak pesaingnya. Sehingga memunculkan pertanyaan bagaimana bisa memenangkan persaingan bisnis UMKM. Itulah permasalahan utama yang dimunculkan oleh peserta UMKM RW 02 dan RW 03 Kelurahan Medokan Semampir Kecamatan Sukolilo.

Cara-cara mengembangkan usaha yang perlu diketahui oleh peserta UMKM. Perluas promosi usaha Anda setelah tahap pendirian. Pengusaha yang ingin mengembangkan usahanya akan melakukan perluasan. Bagi pemula, manfaatkan media sosial dan fungsinya secara optimal. Kenali pesaing Anda untuk mengambil pelajaran berharga. Promosi yang berkelanjutan harus memperhatikan pesaing. Perluas jejaring dengan meningkatkan pemasaran. Perluasan usaha bisa melalui pengembangan jaringan yang perlu didukung dengan peningkatan suplai bahan dan produksi. Ini juga mencakup peningkatan relasi bisnis. Tingkatkan sumber daya untuk percepatan pertumbuhan usaha. Peningkatan sumber daya meliputi baik produk maupun sumber daya manusia. Dalam hal produk, perhatikan penggunaan bahan dan proses produksi.

KAJIAN LITERATUR

Mengembangkan UMKM

Pengembangan merujuk pada usaha meningkatkan kemampuan individu dalam aspek konseptual, teoritis, teknis, dan moral sesuai dengan tuntutan pekerjaan melalui pendidikan dan pelatihan. Pengembangan UMKM difokuskan untuk mengubah mereka menjadi pesaing ekonomi yang lebih kuat, dengan peningkatan kewirausahaan dan produktivitas, serta beradaptasi dengan

kebutuhan pasar, memanfaatkan inovasi, dan menerapkan teknologi. Pengembangan usaha mencakup perbaikan dalam kinerja saat ini dan yang akan datang, mengubah sikap, serta meningkatkan keterampilan melalui informasi yang diberikan. (Hafsah, 2004).

Bauran Pemasaran

Istilah yang lumrah dikenal di kalangan pebisnis adalah bauran pemasaran atau marketing mix. Ini merujuk pada strategi yang menggabungkan beberapa elemen untuk menjual produk atau layanan kepada pelanggan. Fokus utama dari konsep ini adalah memastikan produk yang tepat, disajikan pada waktu dan tempat yang sesuai, serta dengan harga yang tepat. Marketing mix menggabungkan sejumlah faktor promosi yang dimaksimalkan untuk mencapai tujuan penjualan yang ditargetkan. (Nathania, 2022)

Manfaat Persaingan Usaha

Kehadiran persaingan usaha yang sehat menjadi sesuatu yang pasti diperlukan. Setidaknya, ada dua keuntungan dari adanya persaingan usaha yang sehat. Pertama, dari perspektif hukum, yakni menjalankan bisnis secara etis dan sesuai dengan regulasi yang berlaku. Kedua, dari segi ekonomi, adanya distribusi pendapatan yang merata serta penciptaan lingkungan usaha yang positif. (Hukumonline, 2019)

Kendala Saat Memulai Bisnis

Beberapa tantangan yang sering muncul saat memulai bisnis untuk pertama kali adalah: 1. Kesulitan dalam memilih jenis bisnis yang sesuai; 2. Rasa takut akan kegagalan; 3. Keterbatasan modal untuk memulai bisnis; 4. Kekurangan lokasi atau tempat untuk berbisnis; 5. Kurangnya rasa

percaya diri dan merasa kurang kompeten; 6. Belum siap untuk meninggalkan pekerjaan utama. (Pasha, 2020).

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan abdimas ini ditujukan bagi warga UMKM RW 02 dan RW 03 di Kelurahan Medokan Semampir, Kecamatan Sukolilo, Surabaya. Pendekatan kegiatan ini melibatkan diskusi interaktif dengan peserta abdimas, yakni warga UMKM RW 02 dan RW 03 di Kelurahan Medokan Semampir, Kecamatan Sukolilo, Surabaya, yang terdiri dari beberapa langkah, yakni: 1. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (Tim Abdimas) menyampaikan materi secara singkat; 2. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (Tim Abdimas) melakukan diskusi dengan warga UMKM tersebut; 3. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (Tim Abdimas) memberikan pelatihan mengenai pengambilan foto produk yang menarik dan penetapan harga jual; 4. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (Tim Abdimas) mendengarkan berbagai pengalaman dan ide dari peserta; 5. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (Tim Abdimas) memberikan jawaban terhadap pertanyaan yang diajukan oleh peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Isi yang disampaikan dalam kegiatan abdimas tersebut mencakup kunci sukses UMKM dalam menjaga kelangsungan bisnis di tengah pandemi Covid-19:

1. Melakukan Analisis SWOT
Pentingnya melakukan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) saat situasi sulit seperti ini. Dengan analisis tersebut, para pelaku UMKM dapat mengidentifikasi kekurangan dan

kelemahan usaha mereka, serta menemukan kekuatan dan peluang yang tersedia.

2. Inovasi Dalam Promosi

Inovasi bukan hanya terbatas pada produk, tetapi juga dalam hal promosi dan pemasaran. Peran besar teknologi dalam memfasilitasi pemasaran produk UMKM melalui platform digital seperti Facebook, Instagram, bahkan Youtube.

3. Bergabung Dalam Komunitas

UMKM memiliki tingkat ketahanan yang lebih tinggi dalam menghadapi krisis, terutama ketika mereka tergabung dalam komunitas wirausaha. Komunitas tersebut tidak hanya menjadi sumber pengetahuan, tetapi juga mendukung dalam hal pasokan bahan produksi dan mempromosikan usaha mereka.

4. Perencanaan Anggaran

Kunci kesuksesan UMKM selama pandemi adalah perencanaan anggaran yang matang, dengan mengelola pengeluaran agar tidak melebihi pemasukan. Menyusun anggaran dan mengurangi biaya yang tidak esensial menjadi strategi penting dalam hal ini.

5. Pemeriksaan Persediaan Barang

Memeriksa persediaan barang secara teratur dengan menggunakan kartu stok persediaan menjadi solusi bagi UMKM di masa pandemi.

Dari kelima poin tersebut, teknologi informasi, inovasi, dan kreativitas menjadi elemen kunci dalam meningkatkan perekonomian UMKM di Indonesia, terutama di masa pandemi ini. (Priscilla, 2020).

Melakukan evaluasi manajemen Sumber Daya Manusia merupakan langkah terakhir dalam pengelolaan SDM untuk bisnis UKM. Evaluasi kinerja menjadi tahap penting guna memahami bagaimana setiap karyawan berkinerja selama periode tertentu, baik melalui diskusi langsung maupun laporan evaluasi. Fokusnya adalah

untuk memahami kontribusi dan hasil kerja dari masing-masing anggota tim. Memberikan penghargaan kepada karyawan yang telah mencapai atau bahkan melebihi harapan bertujuan untuk mendorong peningkatan kinerja mereka ke depannya. (topkarir, 2021).

Mengelola Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan kemampuan kunci yang esensial bagi para pengusaha UMKM. Secara umum, dari pengamatan, terdapat beberapa tantangan yang sering dihadapi UMKM dalam mengelola SDM:

1. Kepatuhan Hukum

UMKM, terutama yang sudah berkembang dengan penambahan tenaga kerja, menghadapi tantangan mematuhi peraturan ketenagakerjaan (UU TK), seperti menerapkan peraturan ketenagakerjaan dan memiliki registrasi di Dinas Tenaga Kerja.

2. Kesulitan Dalam Rekrutmen

Menetapkan standar dalam proses rekrutmen sering menjadi kendala bagi UMKM.

3. Pembuatan Peraturan

UMKM merasa bahwa menerapkan peraturan akan menambah beban yang harus mereka tanggung.

4. Pengembangan Kompetensi Karyawan

Keterbatasan pemahaman pemilik UMKM dalam mengenali potensi karyawan menjadi salah satu hambatan utama.

5. Penetapan Upah Pegawai

Menentukan upah bagi karyawan seringkali menjadi kesulitan bagi UMKM.

6. Pemisahan Biaya Usaha dan Keluarga.

Pengelolaan yang terkadang bercampur antara biaya operasional usaha dan kebutuhan pribadi keluarga menjadi masalah umum bagi UMKM.

7. Evaluasi Kinerja Karyawan dan Pemberian Reward serta Punishment.

Disebabkan oleh keterbatasan dalam penilaian yang didasarkan pada sederhana pikiran dan situasi usahanya, UMKM sering mengalami kesulitan dalam menilai kinerja karyawan serta memberikan penghargaan atau hukuman.

Setelah presentasi materi oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (Tim ABDIMAS), para peserta abdimas memiliki kesempatan untuk berdiskusi atau berbagi pengalaman mereka serta menyampaikan masalah yang tengah dihadapi. Tim Abdimas kemudian berupaya untuk menanggapi dan memahami permasalahan yang dibawa oleh peserta, serta memberikan saran atau masukan kepada mereka.

Dalam sesi diskusi atau tanya jawab yang dilakukan oleh tim ABDIMAS, berlangsung dengan urutan berikut: Kami menyampaikan materi sesuai dengan yang telah dijelaskan dalam proposal kami. Mahasiswa bertanggung jawab sebagai bagian dokumentasi dan pembuatan video ketika kami menyampaikan materi. Setelah satu jam, kami masing-masing menghabiskan waktu selama 20 menit untuk menyampaikan materi, lalu kami membuka sesi tanya jawab.

Pertanyaan pertama muncul dari Ibu Ani, Bagaimana untuk memiliki motivasi yang kuat dalam berwirausaha? Jawab: Ada 3 macam motivasi orang untuk berwirausaha / bekerja 1. Kerja sebagai sarana, artinya kerja hanya dimanfaatkan untuk : Cari Pengalaman, mendapatkan status dalam masyarakat, mencari nafkah, menjadi kaya, memperoleh barang dari hasil kerja. Bila motivasi berkisar ke penjelasan diatas maka itu berarti sebagai UMKM memiliki motivasi kerja dari luar. 2. Kerja sebagai nasib: yang dimaksud kerja sebagai

nasib berarti kerja untuk terhindar dari kemiskinan yang menjadi nasib sebagian besar rakyat Indonesia. Motivasi kerja ini pun masih belum bisa kuat karena pelaku UMKM memiliki motivasi kerja dari luar. 3. Kerja sebagai aktualisasi atau pengungkapan diri sebagai manusia. Yang dimaksud kerja sebagai aktualisasi diri manusia yaitu segala bakat pelaku UMKM, kelebihan dan potensi serta keunggulan yang dimilikinya ikut dikembangkan dalam menjalankan usaha atau bisnisnya.

Pertanyaan yang kedua dari Bu Yeni: Kapan kita akan mengadakan bazar? Jawab: Pertanyaan nya singkat namun membuat kami sebagai tim ABDIMAS sempat bingung untuk menjawabnya. Setelah berfikir beberapa saat akhirnya kami jawab bahwa hal tersebut tergantung dari pemimpin lokalmu yaitu Pak RT dan Pak RW setempat.

Pertanyaan dari Bu Henni: Bagaimana bu untuk mengatur manajemen supaya UMKM bisa sukses? Jawab : Terimakasih ini suatu pertanyaan yang bagus. UMKM punya peran penting dalam perkembangan ekonomi suatu negara. UMKM berperan krusial sebagai penopang perekonomian. Nah ibu sebagai pelaku UMKM harus bisa menunjukkan kualitas baik dari segi produk maupun sumber daya manusianya. Walaupun bisnis UKM ibu masih terbilang baru dan kecil, tidak ada alasan untuk tidak mengesampingkan kualitas dan peran SDM.

Pertanyaan dari Bu Ari: Bagaimana cara meluaskan jaringan? Jawab : Meluaskan jaringan biasa disebut dengan networking. Saya beri satu contoh. Kebab baba rafi (Pak Handi) dia pernah kuliah di ITS hanya sampai semester 3. Handi punya bentuk kepemimpinan tim artinya dia bisa merangkul teman - temannya yang punya keahllian lintas bidang untuk diajak bekerja

sama khususnya dalam memajukan bisnisnya.

Pertanyaan Bu Dwi: Baiknya kita sebagai UMKM bila mengambil keuntungan berapa % yaa bu dari total pengeluaran? Jawab : Bila bisnis ibu menyangkut makanan dan minuman ambil keuntungannya bisa lebih 20% dari total pengeluaran. Saya ambilkan contoh ada warung di depan kampus Widya Mandala kalijudan jual nasi dan minuman. Warung tersebut bukanya pukul 13.00 dan 2 jam berikutnya jualan nya sudah habis. Karena makan apapun di warung tersebut antara lain nasi pecel, krengsengan, nasi campur, nasi sop + minumannya (teh atau jeruk) totalnya 10 ribu. Sehingga banyak konsumen yang selain makan di warung tersebut juga pesan untuk dibawa pulang alias bungkus.

Pertanyaan dari Bu Lusi : Sebenarnya apa bu tujuan strategi penetapan harga? Jawab : Strategi penetapan harga bertujuan untuk: kemampuan bertahan, memaksimalkan keuntungan atau laba, memaksimalkan target pasar (pangsa pasarnya ekonomi menengah kebawah atau ekonomi menengah keatas), kepemimpinan kualitas produk.

Pertanyaan dari Bu Tunik: Saya masih bingung bu dalam hal strategi penetapan harga. Jawab: Saya ambilkan contoh yaa bu, ibu pengusaha hijab dan mendapatkan order dari konsumen sebanyak 50 pcs. Biaya yang dikeluarkan untuk memproduksi katakanlah mencapai 1 juta rupiah dengan rincian sebagai berikut : Biaya bahan baku 500 ribu rupiah, biaya konveksi 500 ribu rupiah. Melihat dari biaya tersebut, jika ibu ingin mendapat laba sebesar 10% dari biaya total, maka Rp. 1.000.000 + (10% X Rp. 1.000.000) = Rp. 1.100.000 (harga untuk 50 pcs hijab). Dengan demikian, untuk setiap hijab akan dijual dengan Rp. 55.000.

Pertanyaan pertama muncul dari Ibu Atik, Dewasa ini, setelah pandemi kita sebagai UMKM mau usaha apapun selalu banyak pesaingnya. Sebetulnya apa manfaat atau guna persaingan usaha dan bagaimana tips persaingan bisnis UMKM? Jawab : Di dalam dunia bisnis, persaingan memiliki manfaat tertentu. Salah satunya adalah mendorong orang untuk berinovasi. Ketika pelaku bisnis berada dalam situasi persaingan, ini secara tidak langsung mendorong mereka untuk berpikir secara lebih kreatif, yang pada gilirannya dapat menghasilkan ide-ide baru.

Pertanyaan dari Bu Darma: Apa yang menjadi kendala yang sering dialami saat mulai bisnis pertama? Jawab: Saat akan memulai bisnis baru, penting untuk memiliki pemahaman yang jelas mengenai jenis bisnis yang akan dimulai. Biasanya, memulai bisnis pertama membutuhkan usaha tambahan dan tidak selalu berjalan sesuai rencana awal. Salah satu tantangan umum yang dihadapi oleh calon pengusaha pemula adalah kebingungan dalam memilih jenis bisnis yang tepat. Memilih bisnis yang sedang tren bisa menarik, namun bisa juga hanya relevan untuk sementara waktu.

Pertanyaan dari Bu Supartiningsih: Bagaimana cara mengembangkan usaha? Dan apa saja hambatan yang dihadapi dalam mengembangkan usaha? Jawab: Berbicara mengenai pengembangan usaha, tentunya seorang pengusaha akan menghadapi beberapa hambatan. Oleh karena itu penting bagi seorang pengusaha untuk mengetahui hambatan yang akan dihadapi dan cara menghindarinya. Hambatan yang biasanya dihadapi adalah lokasi, modal, keterampilan, variasi produk, harga bahan baku dan yang lebih berbahaya adalah kepercayaan pada diri sendiri.

Setelah diskusi peserta abdimas mengenai pengalaman dan permasalahan

yang mereka hadapi, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (Tim Abdimas) menyelenggarakan pelatihan tentang penetapan harga produk dan tujuannya. Pelatihan ini dipandu oleh Tim Abdimas dan mahasiswa. Strategi pemasaran yang krusial bagi produk adalah menentukan harga. Selain menghasilkan keuntungan bagi produsen, penentuan harga juga memengaruhi konsumen dan stabilitas ekonomi. Seperti yang disebutkan dalam buku "Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media" oleh Astuti dan Matondang (2020), harga memiliki peran kunci dalam permintaan pasar. Harga tertentu dapat memengaruhi seberapa besar pangsa pasar dan posisi suatu perusahaan dalam persaingan bisnis. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), harga adalah nilai yang dibayar pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau layanan.

Harga adalah salah satu elemen pemasaran yang paling mudah diubah dibandingkan dengan modifikasi produk atau kesepakatan distribusi (Fatihudin dan Firmansyah, 2019). Tjiptono (2011) menjelaskan bahwa harga merupakan satu-satunya aspek dari bauran pemasaran yang secara langsung memperoleh pendapatan bagi perusahaan. Dalam perspektif konsumen, harga menjadi faktor krusial dalam keputusan pembelian produk. Selain itu, harga juga menjadi tolok ukur bagi konsumen dalam menilai kualitas dan manfaat suatu produk secara obyektif. Selain berperan dalam penilaian konsumen, penetapan harga juga memiliki dampak signifikan sebagai pengatur perekonomian, memengaruhi tingkat keuntungan, tarif sewa, dan tingkat upah di suatu negara.

Menurut buku "Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digital Sosial Media" oleh Astuti dan Matondang (2020),

tujuan umum dari penetapan harga meliputi hal-hal berikut: 1. Maksimalisasi profitabilitas; 2. Pencapaian target penjualan serta pengembalian investasi; 3. Membangun strategi persaingan dengan pesaing sejenis; 4. Membentuk citra perusahaan di kalangan masyarakat; 7. Memperluas pangsa pasar; 6. Menunjang konsistensi dalam kegiatan penjualan perusahaan.

Menurut buku "Prakarya dan Kewirausahaan" yang diterbitkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, terdapat tiga pendekatan teoritis dalam metode penetapan harga produk, yaitu: Pendekatan Permintaan dan Penawaran. Pendekatan ini berfokus pada elemen produk yang memengaruhi minat konsumen, mempertimbangkan aspek permintaan pasar; 2. Pendekatan Berbasis Biaya. Metode ini menentukan harga dengan memperhitungkan biaya produksi serta tingkat keuntungan yang diharapkan oleh produsen; 3. Pendekatan Pasar. Pendekatan ini mendasarkan penetapan harga produk pada variabel pasar yang khusus.

Untuk meningkatkan keefektifan dan efisiensi penjualan produk, penting untuk memahami strategi-strategi dalam penetapan harga. Harga produk merupakan jumlah yang dibayarkan pelanggan atas setiap produk atau layanan yang diberikan. Hal ini merupakan elemen krusial dalam bauran pemasaran.

Saat menetapkan harga produk, perlu mempertimbangkan nilai yang dilihat oleh konsumen atas produk tersebut. Ada tiga strategi penetapan harga utama: penetapan harga pasar, harga skimming pasar, dan harga netral. Pertanyaan kunci yang harus dipertimbangkan dalam menetapkan harga produk termasuk biaya produksi, nilai yang dirasakan oleh konsumen, dampak potensial dari

penurunan harga, serta perbandingan harga dengan pesaing produk.

Penetapan harga merupakan salah satu strategi pemasaran yang paling krusial, membawa implikasi tidak hanya bagi keuntungan produsen, tetapi juga bagi konsumen dan stabilitas ekonomi secara keseluruhan. Dalam konteks ini, penting untuk memahami strategi-strategi yang dapat mengoptimalkan proses penetapan harga guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas penjualan produk.

Dampak Ekonomi Dan Sosial

Pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi Warga UMKM RW 02 dan RW 03 Kelurahan Medokan Semampir Kecamatan Sukolilo Surabaya dalam mendapatkan pengetahuan dan keterampilan terkait topik-topik berikut: cara menjaga produktivitas UMKM di tengah pandemi, strategi untuk mengembangkan usaha kecil, langkah awal dalam manajemen SDM untuk kesuksesan UMKM, manajemen SDM pada UMKM, bauran pemasaran, serta strategi penetapan harga yang meliputi pengertian, metode, cara, dan tujuan penetapan harga.

Kontribusi Mitra Terhadap Pelaksanaan. Tim abdimas melakukan evaluasi melalui kuesioner kepada Warga UMKM RW 02 dan RW 03 di Kelurahan Medokan Semampir, Kecamatan Sukolilo, Surabaya. Hasil dari kuesioner ini memberikan gambaran mengenai pemahaman Warga UMKM di wilayah tersebut terhadap beberapa aspek, seperti bagaimana menjaga produktivitas UMKM di tengah pandemi, strategi untuk mengembangkan usaha kecil, langkah awal dalam manajemen SDM untuk kesuksesan UMKM, manajemen SDM pada UMKM, bauran pemasaran, dan strategi penetapan harga. Berdasarkan kuesioner tersebut,

dapat disimpulkan bahwa Warga UMKM RW 02 dan RW 03 di Kelurahan Medokan Semampir, Kecamatan Sukolilo, Surabaya memiliki pemahaman mengenai topik-topik tersebut. Diharapkan dengan pemahaman ini, mereka dapat membuat foto produk yang menarik dan menetapkan harga jual yang sesuai.

KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat oleh tim dari Widya Mandala sudah berakhir, ada 2 simpulan:

1. Warga RW 02 dan RW 03 kelurahan Medokan Semampir menerima dengan penuh antusias. Hal ini terbukti ketika diberi session tanya jawab mereka gencar mengajukan permasalahan konkrit yang dihadapinya di masyarakat. Maklum mereka adalah pelaku UMKM yang sudah punya nama dan pelanggan tetap. Informasi yang kami berikan tentang cara atau ciri sukses UMKM bertahan ditengah pandemi Covid - 19 didengarkan dengan penuh perhatian.
2. Demikian pula bagaimana UMKM harus memainkan bisnisnya di tengah persaingan usaha yang semakin ketat. Sehingga kehadiran tim ABDIMAS dari Widya Mandala tidak sia-sia, melainkan dapat meningkatkan wawasan dan kemampuan mereka dalam mengembangkan usaha kecil yang dijalankan dan bauran pemasaran. Khususnya dalam menentukan harga jual produk UMKM. Dikarenakan harga adalah komponen yang sangat penting dalam memasarkan produk. Dalam menjalankan bisnis UMKM kuncinya adalah ciptakan produk mamin

(makanan dan minuman) yang enak dan harga murah atau terjangkau. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini diselenggarakan melalui pelatihan dan pembinaan secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA.

- topkarir. (2021, Maret 24). Langkah Awal Manajemen SDM untuk Kesuksesan UKM. Dipetik Agustus 19, 2022, dari <https://www.topkarir.com/>:
<https://www.topkarir.com/article/detail/langkah-awal-manajemen-sdm-untuk-kesuksesan-ukm>.
- Priscilla, M. (2020, Mei 20). UMKM Tetap Produktif di Tengah Pandemi. Dipetik Agustus 19, 2022, dari <https://www.merdeka.com/>:
<https://www.merdeka.com/peristiwa/7-cara-agar-umkm-tetap-produktif-di-tengah-pandemi.html>
- Rosyad, A. Bagaimana Strategi untuk Mengembangkan Usaha Kecil yang dijalankan?. Dipetik Agustus 19, 2022, dari <https://opop.jabarprov.go.id/>:
<https://opop.jabarprov.go.id/bagaimana-strategi-untuk-mengembangkan-usaha-kecil-yang-dijalankan/>
- Dewi, N. (2017, Juli 19). Manajemen SDM pada UMKM. Dipetik Agustus 19, 2022, dari [ninadewiblog](http://ninadewiblog.wordpress.com/):
<https://ninadewiblog.wordpress.com/2017/07/19/manajemen-sdm-pada-umkm/>
- Astuti, M. dan Matondang, N. (2020). Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media. Yogyakarta: PenerbitDeepublish.
- Farhansyah, J. (2021, Agustus 21). Strategi Penetapan Harga: Pengertian, Cara, Metode, dan Tujuan. Dipetik Agustus 20, 2022, dari <https://blog.mokapos.com/>:
<https://blog.mokapos.com/strategi-penetapan-harga>
- CPS Soft. (2018, September 21). Mengenal Bauran Pemasaran Atau Marketing Mix. Dipetik Agustus 22, 2022, dari cpssoft.com:
<https://cpssoft.com/blog/manajemen/mengenal-bauran-pemasaran/>
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2012). Principles of Marketing Global, 14th edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Fatihudin, D. dan Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan). Yogyakarta: PenerbitDeepublish.
- Tjiptono, F. (2011). Pemasaran Jasa. Malang: Penerbit Bayu Media.
- Jurnal Entrepreneur. (n.d.). 9 Cara Mengembangkan Usaha yang Perlu Anda Ketahui. Retrieved from Jurnal Entrepreneur:
<https://www.jurnal.id/id/blog/9-cara-mengembangkan-usaha/>
- Kompasiana. (2020, Juni 11). Hindari Hambatan Ini Bila Ingin Mengembangkan Usaha! Retrieved from Kompasiana:
https://www.kompasiana.com/erlandy80466/5ee1a8d8d541df0b321ca8a2/hindari-hambatan-ini-bila-ingin-mengembangkan-usaha?page=4&page_images=1
- Moedasir, A. (2022, Juni 4). Persaingan Bisnis: Teori, Contoh, dan Jenisnya. Retrieved from Majoo:
<https://majoo.id/solusi/detail/persaingan-bisnis>
- Pasha, A. R. (2020, September 8). Tak Perlu Kaget, Ini 6 Kendala yang Sering Terjadi Saat Mulai Bisnis Pertama. Retrieved from cermati.com:
<https://www.cermati.com/artikel/ta>

k-perlu-kaget-ini-6-kendala-yang-sering-terjadi-saat-mulai-bisnis-pertama

Qiscus. (2021, Desember 13). 4 Strategi Pengembangan Usaha yang Harus Diketahui Pebisnis. Retrieved from Qiscus:

<https://www.qiscus.com/id/blog/strategi-pengembangan-usaha/>

Hukumonline. (2019, Februari 15). Yuk Pahami Hukum Persaingan Usaha demi Kelancaran Berusaha. Retrieved from Hukumonline:

<https://www.hukumonline.com/berita/a/yuk-pahami-hukum-persaingan-usaha-demi-kelancaran-berusaha-1t5c66824705c99/>

Nathania, R. (2022, Februari 18). Menyelami Konsep 7P dalam Marketing Mix (Bauran Pemasaran). Retrieved from Glints:

<https://glints.com/id/lowongan/7p-marketing-mix-bauran-pemasaran/#:~:text=Marketing%20mix%20atau%20bauran%20pemasaran,juga%20dengan%20harga%20yang%20tepat>

Pasha, A. R. (2020, September 8). Tak Perlu Kaget, Ini 6 Kendala yang Sering Terjadi Saat Mulai Bisnis Pertama. Retrieved from Cermati.com: <https://www.cermati.com/artikel/tak-perlu-kaget-ini-6-kendala-yang-sering-terjadi-saat-mulai-bisnis-pertama>

Lampiran
Tim Abdimas



Sambutan Ketua RW 02



Peserta Abdimas



Latihan Membuat Foto Produk



