

PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO
MELALUI PERBAIKAN
MANAJEMEN USAHA PADA
ANGKRINGAN “MBOK NOM”
SURABAYA
by Mei Indrawati

Submission date: 02-Sep-2022 03:23PM (UTC+0700)

Submission ID: 1891218235

File name: PKM_CSR-2021_-_MEI_INDRAWATI.pdf (1.13M)

Word count: 2226

Character count: 13644

PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO MELALUI PERBAIKAN MANAJEMEN USAHA PADA ANGKRINGAN “MBOK NOM” SURABAYA

Woro Utari¹, Mei Indrawati², Nur Halima³

¹Universitas Wijaya Putra

²Universitas Wijaya Putra

³Universitas Wijaya Putra

woroutari@uwp.ac.id¹, meiindrawati@uwp.ac.id²,
nurhalima@uwp.ac.id³

Abstrak

PPM ini dilakukan pada Angkringan Mbok Nom dengan jenis usahanya berjualan nasi bakar, sate usus, telur puyuh, ceker, dadar jagung dan minuman sinom mbok Nom. Permasalahan yang dihadapi Mitra adalah cara menaikkan omset penjualan, cara memasarkan lebih luas lagi, cara mengatur keuangan, barang dagangannya tidak hanya diminati kalangan menengah tetapi kalangan atas. Sebagai solusi dalam pemecahan masalah dengan memberikan pelatihan tentang cara berwirausah, Mengikuti sertakan dalam pelatihan membuat konten pemasaran melalui Medsos, memberikan pelatihan cara *packing* yang menarik, mengadakan pendampingan dan pemantauan pemasaran selama 3 bulan, menambah alat bakar, Mengkenalkan CHRIS sebagai alat pembayaran yang mudah, dengan mengundang sales CHRIS. Hasil kegiatan PPM ini adalah tersedianya *website* pemasaran mitra, sudah bisa membuat neraca keuangan untuk mengukur untung, rugi penjualan, sudah ada peningkatan dalam *packing* sehingga pemesanan nasi bakar semakin ramai seperti Bank, PGN, hajatan, arisan. Ada tambahan produk baru yaitu sambel bawang Mbok Nom dan varian nasi bakar bertambah. Pemesanan melalui GOJEK dan GRAB semakin ramai sehingga omset semakin meningkat. Sudah ada penambahan 2 alat bakar, dari PPM 1 alat bakar dan yang 1 alat bakar swadaya. Mendatangkan Bpk. Edy Purwadi sales CHRIS untuk bersosialisasi cara pembayaran yang mudah menggunakan CHRIS.

Kata Kunci : Angkringan Mbok Nom, pemasaran dan produk

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) UMKM merupakan salah satu penopang ekonomi nasional yang mempunyai kesempatan, dukungan, perlindungan dan pengembangan sebagai bentuk keberpihakan pada kelompok usaha ekonomi rakyat tanpa mengabaikan peran usaha besar (Sugiri, 2020). Tidak sedikit UMKM yang mengalami kesulitan

karena ada pandemi Covid-19, dimana ada pembatasan pada segala macam kegiatan. (Hardilawati, 2020). Adanya pandemi Covid-19 kebanyakan UMKM mengalami penurunan pendapatan yang signifikan bahkan tidak sedikit juga yang menutup usahanya karena pemberlakuan pembatasan sosial yang menyebabkan turunnya kepercayaan masyarakat pada produk kuliner yang dijual di luar (Wahyudi, dkk. 2021)

Angkringan Mbok Nom sebagai salah satu UMKM Mitra PPM ini bertempat tinggal di Jl. Griya Babatan Mukti K / 20, RT 02, RW 07, kel. Babatan, Kec. Wiyung – Surabaya. Semula namanya hanya angkringan saja karena pemiliknya masih muda dan cantik agar menarik pembeli angkringan ini dinamakan angkringan Mbok Nom oleh Tim PPM. Mbak Dila sebutan sehari-harinyayang telah terkena PHK dari tempat pekerjaannya, sehingga berusaha membuka usaha ini agar kelangsungan hidupnya dapat bertahan, karena dengan berbagai cara untuk dapat bekerja telah gagal, lalu mencoba berjualan makanan-makanan kecil seperti gorengan, sate usus, pentol di pendopo Wisma Babatan Mukti ternyata lumayan ramai karena disitu dekat sekolah SD. Banyak anak-anak SD yang jajan jualan mbok Nom maka berjalan dengan lancar usaha jualannya, pada bulan maret 2020 jualannya langsung menjadi macet seketika karena adanya Covid 19. Orang-orang tidak berani membeli makanan di luar dan tidak ada yang keluar rumah, maka tutuplah angkringan itu beberapa bulan.

Karena menunggu masa pandemi selesai tidak jelas kapan selesainya dan uang simpanan semakin menipis maka sisa uang simpanan yang hampir habis dibuatlah modal nasi bakar yang dipasarkan di depan rumah, sedikit demi sedikit, hari tambah hari nasi bakar semakin laris sehari bisa menghabiskan 30 s/d 40 bungkus dengan harga perbungkus @Rp.12.500,-, jadi setiap hari mendapat uang Rp.375.000,- s/d Rp.500.000,- dengan modal Rp.200.000,- s/d Rp.350.000,- maka untung yang didapat setiap hari Rp.125.000,- s/d Rp. 150.000,-. Nasi bakar mbak Dila yang semula nasi bakar tuna diharapkan setelah PKM ini bertambah nasi bakar ayam, cangkaling sambel ijo dan berbagai makanan kecil seperti dadar jagung, sate usus, sate telur puyuh, sate cekec dan minuman sinom dengan *packing* yang menarik dan cara penghidangan yang bersih sehingga diharapkan omset semula Rp.375.000, s/d Rp.500.000,- bisa menjadi Rp.750.000,- s/d Rp.1.000.000,-. Pemasaran yang dilakukan juga tidak hanya menunggu orang datang berkunjung saja tetapi diharapkan pula bisa dipasarkan melalui whatsapp, IG, FB, Gojek, Grab sehingga pembeli lebih banyak.

Sebetulnya semakin hari barang dagangannya semakin habis akan tetapi untuk menaikkan bahan dagangannya tidak bisa karena modal yang kurang juga kebutuhan rumah tangga membayar listrik, air, beli pulsa tidak mencukupi, sedangkan suami Mbok Nom juga selama masa pandemi taksi onlinenya tidak jalan. Dengan melihat semangat Dila dalam menjalankan usahanya kami tim PPM ingin memotivasi dengan mengembangkan usahanya agar tidak berhenti lagi melainkan semakin berkembang, dikenali masyarakat luas dan makanannya digemari banyak orang sehingga Dila menjadi pengusaha yang sukses.

Pemberdayaan diartikan sebagai suatu upaya dalam meningkatkan daya masyarakat yang dilakukan melalui dorongan atau pemberian motivasi sehingga dapat membangkitkan dan mengembangkan segala potensi yang dimiliki (Mubyarto dalam Sunariani dkk., 2017). Pemberdayaan manusia dimaksudkan sebagai kewajiban dalam mengupayakan kualitas sumber daya manusia sehingga dapat memiliki penguasaan terhadap ilmu pengetahuan dan perkembangan teknologi yang semakin pesat (Sedarmayanti, 2017). Pemberdayaan merupakan suatu upaya dalam memberikan daya atau penguatan pada masyarakat dalam memberikan berbagai arahan dan berbagai tindakan yang dapat dilakukan dalam membangun masyarakat (Mardikanto, 2014)

Mitra ini yang berdiri th.2018 dan sempat berhenti tidak jalan karena pandemi dan mulai dibuka kembali th.2020 dengan perjalanan maju mundur dengan adanya PPM dari Tim Universitas Wijaya Putra angkringan Mbok Nom semakin maju. Adapun foto dimulainya usaha adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Foto Mulai berdiri



Gambar 2. Pemasaran yang Masih Sederhana



Gambar 3. Logo/Brand

Dari uraian analisis situasi mitra yang ada maka PPM ini merumuskan masalah, yakni:

- 1) Bagaimana cara menaikkan omset penjualan?,
- 2) Bagaimana cara memasarkan lebih luas lagi?,
- 3) Bagaimana cara mengatur keuangannya?,
- 4) Bagaimana barang dagangannya lebih diminati banyak orang tidak hanya kalangan menengah tetapi kalangan atas?

Untuk menjawab rumusan masalah diatas maka akan diuraikan metode dengan langkah-langkahnya dan akan dibahas serta diuraikan hasil kegiatannya

METODE

Berdasarkan target dan luaran yang ada, pelaksanaan kegiatan PPM ini dalam menjawab permasalahan yang ada perlu pelaksanaan solusi dengan menentukan metode dan beberapa langkah-langkah kegiatan.

Dalam penerapan Program Pemberdayaan Masyarakat ini ditujukan kepada mitra Angkringan Mbok Nom (Mbak Dilla) guna meningkatkan packing produk, manajemen keuangan , pemasaran lebih luas dan menambah alat panggang/kompor.

Metode yang akan digunakan dengan memberikan pelatihan serta pendampingan secara intensif kepada mbak Dilla supaya dengan adanya pelatihan serta pendampingan secara intensif dapat memberikan motivasi dalam kegiatan peningkatan keterampilan dalam hal berdagang.

Langkah-langkahnya adalah: 1) Di tempat angkringan Sabtu, 24 Juli 2021 : Pelatihan tentang manajemen pemasaran dan keuangan : a) Ketua PPM memberikan pelatihan manajemen pemasaran dan keuangan. b) Cara menaikkan omset anggota 2 mendatangkan pedagang jajanan yang sudah berhasil dalam mengembangkan usahanya untuk sharing. 2) Di Kampus Universitas Wijaya Putra Sabtu, 31 Juli 2021: Pelatihan membuat konten pemasaran melalui whatsapp, IG, FB, gofood dan Grab. Mempraktekkan mengoperasikan whatsapp, IG, FB, Gojek, Grab pada HP yang dimiliki. 3) Di tempat angkringan Sabtu, 21 Agustus 2021: Sosialisasi CHRIS sebagai alat pembayaran yang mudah dengan memanggil sales CHRIS untuk menjelaskan cara menggunakannya. 4) Di tempat angkringan mulai bln Juni sd Agustus : Mengadakan pendampingan selama 3 bulan dengan memberikan saran tempat angkringan yang bersih, terang, mematuhi protokol kesehatan agar pembeli percaya dengan memakai masker, cuci tangan, memberikan pelayanan yang baik, ramah, cara packing produk yang lebih menarik. 5) Pertengahan Agustus 2021: Membelikan alat panggangan/kompor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil yang dicapai

Hasil Kegiatan PPM yang ditujukan kepada angkringan Mbok Nom : 1) Adanya peningkatan hasil penjualan dengan besarnya permintaan konsumen dari kantor-kantor, Grabfood, Gofood, Shopee food dengan rata-rata per hari 250 sd 400 bungkus dengan harga normal per bungkus sebesar Rp. 12.000.- untuk pembeli langsung dan untuk pembeli Grabfood, Gofood dan Shopee Food sampai dengan Rp.32.000.- sesuai varian yang dipesan. 2) Berjalan dengan lancar pemasaran dan promosi-promosi melalui IG, FB, status WA, instastory, Shopee Food. 3) Mitra sudah mulai melaksanakan pencatatan aliran kas penerimaan dan Penjualan. 4) Adanya Peningkatan *packing* yang menarik, penyediaan yang lebih bersih/steril serta menambah varian baru Nasi Kulit mbok Nom. 5) Adanya penambahan alat bakar. 6) Menambahkan alat pembayaran melalui CHRIS. 7) Pelatihan manajemen pemasaran dan keuangan

2. Hasil Luaran

Hasil Luaran dari PPM ini adalah : 1) Peningkatan daya saing (peningkatan kualitas, kuantitas, serta nilai tambah barang, jasa, diversifikasi produk, atau sumber daya lainnya). 2) Jasa; rekayasa sosial, metode atau sistem, produk/barang. 3) Publikasi pada media On line 4) Peningkatan penerapatan Ipteks bagi mitra, 5) Jurnal Nasional Pengabdian Masyarakat.

Peningkatan daya saing produk dapat dilakukan dengan penambahan kuantitas produk dan kualitas dari produk, serta nilai tambah barang, jasa, diversifikasi produk makanan tradisional atau sumber daya lainnya.

Angkringan Mbok Nom mempunyai menu yang sederhana dengan berbagai varian. Sehingga mempunyai penggemar dari berbagai kalangan, mulai dari Ibu rumah tangga maupun dari pegawai serta pelajar karena mempunyai tempat berkumpul komunitas untuk berdiskusi ataupun saling bertukar informasi.



Gambar 4. Pembeli dari Berbagai Kalangan

Selain dari berbagai varian makanan dan minuman yang ditawarkan Angkringan Mbok Nom juga memiliki rasa yang khas makanan dan minuman tradisional yang enak dan lezat dengan porsi yang tidak terlalu banyak dan apabila masih dirasakan kurang, bisa menambah lagi karena harga yang ditawarkan juga ramah di kantong jadi cocok dengan semua kalangan.



Gambar 5. Kualitas Produk Makanan Tradisional

Agar dapat memberikan varian makananan yang cock untuk semua kalangan ada penambahan varian baru selain nasi bakar ayam, sate usus, sate telur dan sinom ada nasi bakar (Tuna, teri medan, udang ebi) dan nasi kulit Mbok Nom.



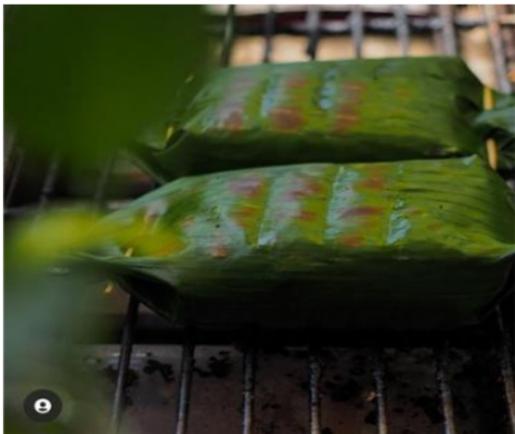
Gambar 6. Nasi Bakar Tuna, Teri Medan, Udang Ebi



Gambar 7. Nasi kulit Mbok Nom

Pada proses pembuatan makanan di Angkringan Mbok Nom yang mayoritas pembuatannya dengan cara dipanggang, tentunya

memerlukan penambahan alat panggang yang bagus dan sesuai dengan kebutuhan untuk menghasilkan rasa yang khas dan juga dalam proses pembuatannya bisa lebih cepat. Saat ini di Angkringan Mbok Nom Sudah ada penambahan 2 alat panggang dari PPM 1 alat panggang dan dan juga dari Swadaya 1 alat Panggang.



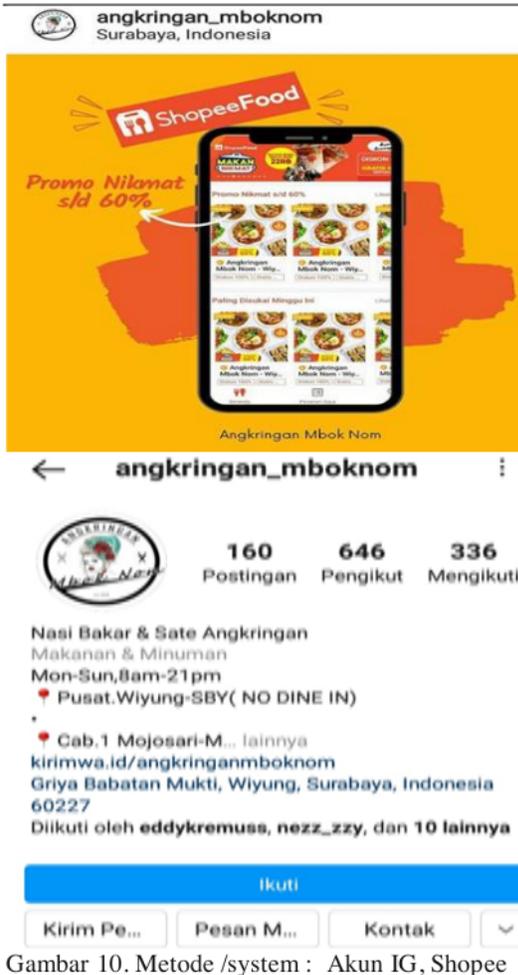
Gambar 8. Penambahan Alat Panggang

Pembelian makanan dan minuman di Angkringan Mbok Nom selain bisa langsung datang di lokasi, pembeli dapat juga melakukan pesanan dengan menggunakan jasa rekayasa sosial, metode atau sistem, produk/barang seperti Instagram,

GoFood dan ShopeeFood, karena Angkringan Mbok Nom juga menjalin kerja sama dengan GoFood dan ShopeeFood dalam memasarkan produknya lebih luas lagi, sehingga dapat meningkatkan omset penjualan. Terutama dalam masa PPKM karena adanya Pandemi Covid-19 saat ini yang mengharuskan pengusaha makanan dan minuman untuk take away agar dapat meminimalisir kemungkinan penularan virus Covid-19



Gambar 9. Pemesanan melalui Gofood, Grabfood, Shopee



Gambar 10. Metode /system : Akun IG, Shopee

Agar dapat lebih menarik minat konsumen untuk melakukan pembelian di angkringan Mbok Nom, dibuat daftar menu dan konten promosi penawaran yang sederhana dan menarik untuk ditawarkan melalui media sosial.



Gambar 11. Daftar Menu



Gambar 12. Penawaran dengan Cara Memberikan Promo-Promo Melalui Medsos

Untuk kemudahan pembayaran di Angkringan Mbok Nom ditambahkan dengan pembayaran melalui CHRIS. Untuk kelancaran prosesnya terlebih dahulu dilakukan sosialisasi CHRIS sebagai alat pembayaran melalui barcode bila pembeli tidak membawa uang tunai.



Gambar 13. Foto Sosialisasi CHRIS

Selain memberikan sosialisasi penggunaan CHRIS, diberikan juga pelatihan tentang cara berwirausaha yang baik dan benar dan mengikut sertakan dalam pelatihan membuat konten-konten untuk pemasarannya melalui media Sosial. Selain itu untuk meningkatkan ketertarikan calon pembeli diberikan juga pelatihan cara packing produk yang menarik dan mengadakan pendampingan serta pemantauan pemasaran.

Peningkatan penerapatan Ipteks pada angkringan Mbok Nom dengan menawarkan produknya melalui IG, FB, Shopee, pembayaran CHRIS Sudah berjalan dengan lancar.



Gambar 14. Foto pelatihan



Gambar 17. Publikasi pada Media Online

KESIMPULAN

Berdasarkan program kegiatan PPM yang sudah dilaksanakan dan hasil yang dicapai maka dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) Dengan diperbaikinya cara penyajian pemasaran dan pelatihan manajemen pemasaran, keuangan sehingga dapat meningkatkan daya saing di masyarakat sekitar. 2) Mitra sudah memiliki akun di Instagram, Shopee dan setiap hari sudah pandai dan terampil apload barang dagangannya dengan inovasi-inovasinya. 3) Mitra sudah bisa melakukan penyusunan transaksi harian dengan mendasarkan manajemen yang disarankan. 4) Mitra sudah mengembangkan angkringan Mbok Nom dengan packaging yang lebih menarik. 5) Omset penjualan mitra mengalami kenaikan. 6) Ada penambahan varian produk dan membuka cabang baru.

REFERENSI

- Sunariani, Ni Nyoman, Suryadinatha, Aan Oka dan Mahaputra, Ida IDM Rai. (2017). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Program Binaan di Provinsi Bali. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* Volume 2 No 1 Tahun 2017
- Sedarmayanti. (2017). *Sumber Daya Manusia dan Produktivitas Kerja*. Bandung: CV Mandar Maju.
- Mardikanto. 2014. *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiri, D. (2020). Menyelamatkan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dari Dampak Pandemi Covid-19. *Jurnal Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 19(1), 76–86
- Hardilawati, W. Iaura. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1), 89–98.

Wahyudi, Djoko, Rahmawati, Savira, dan Putri, Risma Stasya Rinjani. 2021. Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bandeng Presto di Era Pandemi Kecamatan Kanigaran Kota Probolinggo. *Integritas : Jurnal Pengabdian*. Vol 5 No 1 Juli 2021, 26-32

PEMBERDAYAAN USAHA MIKRO MELALUI PERBAIKAN MANAJEMEN USAHA PADA ANGKRINGAN “MBOK NOM” SURABAYA

ORIGINALITY REPORT

5%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Academic Library Consortium

Student Paper

5%

Exclude quotes On

Exclude matches < 3%

Exclude bibliography On