Prosiding PKM-CSR, Vol. 2 (2021)
e-ISSN: 2655-3570

PPM *BOLSTERING HUMAN CAPITAL MANAGEMENT* PADA SENTRA KULINER GUNUNG ANYAR KOTA SURABAYA

Rudiatno[1], Aldea Mita Cheryta[2]
[1,2]Universitas Wijaya Putra

rudiatno@uwp.ac.id, aldeamitacheryta@uwp.ac.id

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini akan menggunakan mitra usaha pada salah satu Sentra Kuliner Gunung Anyar Kota Surabaya yaitu "Mamiri Food" yang memiliki dua stand yang berdempetan. Pengabdian masyarakat ini berupaya meningkatkan keuangan, marketing, dan produksi. Analisis teori yang diterapkan dalam pengabdian masyarakat ini adalah *bolstering human capital management* berdasarkan beberapa artikel internasional yang menjadi landasan utama dalam pengembangan mitra usaha Mamiri Food. pendekatan pelatihan dan diskusi *indepth interview* yang dilakukan meliputi beberapa hal: 1) Pelatihan pengembangan otomatisasi laporan keuangan; 2) Pelatihan strategi pengembangan usaha; 3) Pelatihan penghitungan presentase laba dan *total cost*; 4) Pelatihan pengembangan usaha promosi penjualan online; 5) Pelatihan perluasan segmentasi pasar; 6) Pelatihan tata kelole kebersihan; 7) Pelatihan penataan pencahayaan yang layak untuk mitra usaha; 8) Pelatihan penerapan konsep *green economy*. Secara umum mitra pengabdian merasa puas dan menyatakan bahwa pelaksanakan program pemberdayaan masyarakat sangat bermanfaat dan meningkatkan pemahaman mitra untuk dapat meningkatkan kualtias layanan maupun strategi pemasaran. Kemudian hasil kuisioner juga menunjukkan bahwa mitra usaha bersedia untuk mengikuti program pengabdian masyarakat selanjutnya.
Kata Kunci: Bolstering Human Capital, Management, PPM

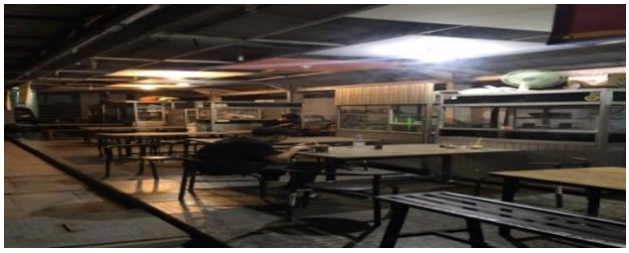
PENDAHULUAN

Pengabdian masyarakat ini akan menggunakan mitra usaha pada salah satu Sentra Kuliner Gunung Anyar Kota Surabaya yaitu "Mamiri Food" yang memiliki dua stand yang berdempetan. Pengabdian masyarakat ini berupaya meningkatkan keuangan, marketing, dan produksi. Secara keuangan mitra usaha masih bersifat manual dan belum otomatisasi, kemudian dari segi marketing masih belum menawarkan produk di luar dari Sentra Kuliner Gunung Anyar. Selanjutnya pada sector produksi masih belum menerapkan kenyamanan, kebersihan dan pencahayaan yang baik sehingga akan menarik konsumen yang datang.

Setidaknya dalam satu tahun pengabdian masyarakat dilakukan selama satu kali, dan menjadi syarat wajib dosen untuk melakukannya. Pengabdian masyarakat yang dilakukan mengambil tema *bolstering human capital management* yang berupaya untuk meningkatkan sumber daya manusia melalui perangkat teori manajemen secara kompleks. Peningkatan *human capital management* ini menjadi penting sebagai upaya konsistensi sumber daya manusia menghadapi tantangan dan hambatan peluang usaha yang semakin hari

semakin berfluktuasi. Peningkatan sumber daya manusia akan berimplikasi pada perilaku produsen dalam menjalankan usahanya, banyak dari sumber daya manusia yang tidak sepenuhnya mengerti tentang bagaimana menjalankan sebuah usaha untuk mencapai titik optimum. Dosen sebagai salah satu tenaga pendidik memiliki tugas untuk hal tersebut, yaitu mencerdaskan kehidupan bangsa melalui pengabdian masyarakat.

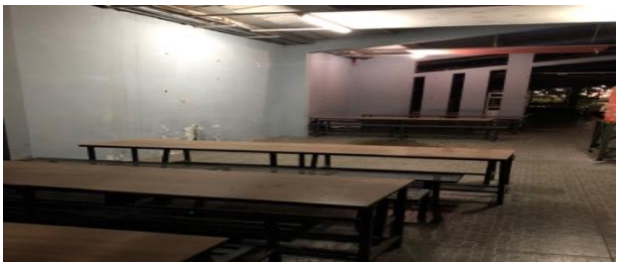
Pengabdian masyarakat yang dilakukan berlokasi di Sentra Kuliner Gunung Anyar Kota Surabaya yang beralamat di Jl. Gunung Anyar Sawah (Sentra Kuliner Gunug Anyar) Kota Surabaya. Pemilihan lokasi pengabdian ini diawali dari pengamatan peneliti bahwa di daerah tersebut masih minim pengembangan sumber daya manusia, sehingga menjadi penting untuk dikembangkan. Berdasarkan data awal yang didapatkan oleh peneliti, luas wilayahnya adalah 510 m^2 dengan jumlah *stand* mencapai 32 (Bappeko, 2022). Mitra usaha yang menjadi mitra adalah salah satu dari *stand* tersebut yaitu "Mamiri Food" yang menjual bakso solo, soto klaten, aneka juice buah, aneka boba, dan minuman lainnya. *Stand* "Mamiri Food" memiliki 2 tempat yang lokasinya kurang lebih berada di tengah Sentra Kuliner Gunung Anyar. Lebih lanjut akan dijelaskan kondisi terkini dari mitra usaha sebagai berikut:



Gambar 1. Mitra Usaha Mamiri Food

Gambar 2. Stand Kedua Mamiri Food

Gambar 3. Kondisi Malam Mamiri Food



Gambar 4. Meja Konsumen Sentra Kuliner Gunung Anyar

Gambar 2 merupakan *stand* kedua "Mamiri Food" yang menjual mie goreng, camilan, dan minuman. *Stand* pertama buka dari pukul 08.00 hingga 17.00, sedangkan *stand* kedua yang berada disampingkan buka pukul 18.00 hingga 03.00. Jumlah tenaga kerja total dari "Mamiri Food" adalah 4 orang yang secara bergantian mengelola 2 *stand* tersebut. "Mamiri Food" yang utamanya menjual makanan selama ini belum memberikan pelayanan pada sektor online, mereka hanya menawarkan barangnya secara offline. Hal ini yang menjadi salah satu masalah yang berupaya diatasi dalam pengabdian masyarakat yang dilakukan. Beberapa hal lain yang menjadi fokus permasalahan adalah kebersihan dan penerangan yang cenderung kurang pada malam hari.

Konsep *bolstering human capital* menginisiasi bahwa hubungan kolaboratif strategi yang efisien dan efektif harus memastikan rantai pasokan memenuhi regulasi lingkungan sekaligus menerapkan *barrier to entry*, produsen harus mampu menganalisis dan memiliki informasi yang cukup (Wu, 2013). Selanjutnya sumber daya fisik, keterampilan karyawan dan pembelajaran organisasi diidentifikasi sebagai sumber daya perusahan yang signifikan dan asset yang penting untuk mengambil

manfaat dari management big data (Gupta & George, 2016; Liu et al., 2022).

Situasi di sekitar "Mamiri Food" masih banyak yang kosong, akan tetapi beberapa diantaranya juga sudah terisi. Lokasi Sentra Kuliner Gunung Anyar yang kurang dapat terlihat dari pinggir jalan menjadi persoalan selanjutnya yang perlu dipertimbangkan, hal ini dikarenakan pelanggan banyak yang kurang mengerti bahwa ada Sentra Kuliner di daerah tersebut. Bahkan jika melihat media online, belum banyak yang memberitakan tentang Sentra Kuliner Gunung Anyar.

Mamiri Food memilik potensi produksi per hari sebesar 40 minuman berbagai macam rasa, 20 porsi bakso paket lengkap, minuman boba sebanyak 50 buah, 20 porsi soto, dan 20 minuman jus buah. Pada saat bulan Ramadhan beberapa bulan lalu, penjualan jus buah meningkat signifikan dibandingkan rata-rata penjualan. Rata-rata penjualan jus per harinya adalah 10-15 buah akan tetapi pada bulan Ramadhan naik hingga 20-25 buah per harinya. Selanjutnya akan dijelaskan produk yang ditawarkan Mamiri Food pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Produk Stand Pertama

No	Jenis Produk	Harga
1	Bakso Solo	12.000
2	Soto Klaten	12.000
3	Aneka Jus Buah	10.000
4	Aneka Boba Fresh	10.000

Sumber: *Indept interview* Peneliti (2022)

Pada *stand* pertama Mamiri Food menjual berbagai makanan dan juga minuman sebagai salah satu komoditas utama yang ditawarkan. Rata-rata penjualan per harinya adalah 20 porsi untuk makanan dan 15 porsi untuk minuman. Selanjutnya akan disajikan data *stand* kedua yang dimiliki oleh Mamiri Food sebagai berikut:

Tabel 2. Produk *Stand* Kedua

No	Jenis Produk	Harga
1	Kopi	4.000
2	Mie Goreng	5.000
3	Macam Minuman Es	5.000
4	Macam Minuman Hangat	4.000
5	Krupuk	2.000
6	Puyuh	3.000

Sumber: *Indept interview* Peneliti (2022)

Pada *stand* kedua Mamiri Food lebih menjual komoditas "warung" yang menjual beraneka minuman. Perbedaan dua *stand* tersebut adalah pada jam buka yang bergantian, sehingga secara penggunaan tempat dapat digunakan ketika malam hari yang membutuhkan tempat duduk bagi masyarkat yang singgah di *stand* kedua Mamiri Food. Potensi produksi *stand* disekitarnya sangat baik dibidang marketing online yang mengakomodir konsumen di luar lokasi Gunung Anyar. Hal ini disebabkan dalam market online memungkinkan pembeli datang lebih banyak dan segmentasi pasar menjadi luas

Analisis teori yang diterapkan dalam pengabdian masyarakat ini adalah *bolstering human capital management* berdasarkan beberapa artikel internasional yang menjadi landasan utama dalam pengembangan mitra usaha Mamiri Food. Menurut (Osibanjo et al., 2020) *bolstering human capital management* mengacu pada *career development, coaching, mentoring, training and development*. Keempat hal tersebut yang akan berupaya diberikan dalam pengabdian masyarakat sebagai bentuk solusi alternatif dalam mengatasi permasalahan empiris yang dihadapi oleh mitra usaha. Lebih lanjut (Hernaus et al., 2018) berpendapat bahwa karyawan dapat terlibat dalam kegiatan pembangunan tempat kerja menggunakan tindakan mental untuk memperoleh pengetahuan sekaligus mengendalikan pikiran, emosi, pengalaman, indera, perasaan, emosi melalui tindakan mereka. Dalam pengembangan sebuah manajemen jika karyawan tidak fokus lebih atau kurang pada perkerjaan maka mereka akan tidak energik dan tidak menyukai pekerjaannya, mereka memiliki sedikit kontribusi untuk pencapaian tujuan dan sasaran organisasi (Reilly, 2014; Salau et al., 2018).

Kegunaan utama dari paradigma *bolstering human capital management* adalah berupaya menjaga kontinuitas usaha dalam mekanisme pasar yang terus berfluktuasi. Dengan adanya pemahaman literasi tersebut dapat diterapkan secara nyata di dalam pengelolaan Mamiri Food di Sentra Kuliner

Gunung Anyar Kota Surabaya. Lebih lanjut pengabdian masyarakat ini berupaya semaksimal mungkin untuk dapat mengatasi anomaly lain yang tidak dapat dijelaskan melalui perangkat teori yang digunakan.

Peningkatan UMKM harus dilaksankaan secara kolektif dan tidak terbatas pada satu unsur (Rulandari et al., 2020). Tantangan demi tantangan akan selalu dihadapi ketika proses perkembangan suatu usaha dilakukan. Dalam ekonomi disebutkan *barrier to entry* setiap komoditas mendapati permasalahanya masing-masing. Peran sumber daya manusia dalam hal ini menjadi kunci utama dalam keberlangsungan UMKM (Widjaja et al., 2018), pengabdian masyarakat ini secara aktif berkontribusi membangkitkan pemikiran, literasi, dan semangat berwirausaha.

Tahapan sangat penting selanjutanya dalam mengembangkan UMKM adalah tahap evaluasi produk dan distribusi dari produk tersebut. Evaluasi produk yaitu identifikasi capaian dari program yang ditentukan sebelumnya (Sari & Anwar, 2022).

Klasifikasi solusi yang dijabarkan dalam pengabdian masyarakat ini adalah 1) Pendampingan pengembangan otomatisasi laporan keuangan; 2) Pendampingan strategi pengembangan usaha; 3) Pendampingan penghitungan presentase laba dan *total cost*; 4) Pendamping pengembangan usaha promosi penjualan online; 5) Pendampingan perluasan segmentasi pasar; 6)Pendampingan tata kelola kebersihan; 7) Pendampingan pencahayaan yang layak untuk mitra usaha; 8) Pendampingan penerapan konsep *green economy* pada mitra usaha.

Klasisikasi solusi diharapkan akan mengisi luaran target yang dicapai pada pengabdian masyarakat, beberapa diantaranya 1) Peningkatan otomatisasi laporan keuangan; 2) Peningkatan strategi pengembangan produk untuk menambah pelanggan; 3) Peningkatan kesesuaian harga produk terhadap daya beli pelanggan; 4) Peningkatan maksimalisasi penjualan dan promosi online; 5) Peningkatan perluasan segmentasi pasar; 6) Peningkatan kebersihan lingkungan mitra usaha; 7) Peningkatan kondisi pencahayaan mitra usaha; 8) Peningkatan penerapan konsep *green economy*.

METODE

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu pra-survei, pembentukan tim PPM, Pembuatan Proposal, Koordinasi Tim & Mitra, Persiapan Alat & Bahan Pelatihan, dan Pelatihan. Beberapa tahapan tersebut dilakukan pembagian tugas antara ketua peneliti, anggota peneliti dan mahasiswa yang terlibat dalam pengabdian masyarakat.

Secara metode pengabdian masyarakat ini menggunakan metode kualitatif yang menghadirkan pelatihan dan diskusi *indepth interview* yang mendalam. Di akhir sesi pengabdian masyarakat yang dilakukan, mitra diberikan kuisioner kepuasan pengabdian yang dilakukan.

Lebih lanjut pendekatan pelatihan dan diskusi *indepth interview* yang dilakukan meliputi beberapa hal: 1) Pelatihan pengembangan otomatisasi laporan keuangan; 2) Pelatihan strategi pengembangan usaha; 3) Pelatihan penghitungan presentase laba dan *total cost*; 4) Pelatihan pengembangan usaha promosi penjualan online; 5) Pelatihan perluasan segmentasi pasar; 6) Pelatihan tata kelole kebersihan; 7) Pelatihan penataan pencahayaan yang layak untuk mitra usaha; 8) Pelatihan penerapan konsep *green economy*.

Keberlanjutan program pengabdian masyarakat yang telah dilakukan meliputi: 1) Monev mitra tentang otomatisasi laporan keuangan; 2) Monev strategi pengembangan usaha; 3) Monev penghitungan presentase laba dan *total cost*; 4) Monev promosi penjualan online; 5) Monev perluasan segmentasi pasar; 6) Monev tata kelola kebersihan; 7) Monev tata pencahayaan; 8) Monev penerapan *green economy*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat yang dilakukan di Sentra Kuliner Gunung Anyar Kota Surabaya dikunjungi sebanyak tiga kali yaitu pra-survei, pelaksanaan pengabdian masyarakat kualitas produk dan pelaksanaan pengabdian masayrakat strategi marketing. Poin utama dalam pengabdian masyarakat ini adalah tingkat pemahaman mitra tetnang konsep dan teori pengembangan *bolstering human capital* manajemen. Penyampaian yang mudah dipahami sangat dibutuhkan sehingga mitra

dapat dengan baik melaksanakan dan meningkatkan kualitas maupun kuantitas produk mereka.

Dalam pengabdian masyarakat peningkatan kualitas produk berfokus pada bagaimana produk dapat bersaing di pasar sekaligus memiliki keunggulan komparatif. Suatu pengabdian masyarakat dijelaskan tercapai outputnya melalui kuisioner yang dibagikan kepada mitra usaha. Hasil kuisioner ini tidak hanya menjadi lampiran belaka, akan tetapi merupakan salah satu output otentik yang dijadikan standar ketercapaian luaran pengabdian yang dituliskan dimuka.

Pengembangan kualitas produk adalah kegiatan yang memungkinkan perubahan produk ke arah yang lebih baik (Saribu, 2020). Focus utamanya adalah perubahan kepada kondisi yang lebih baik, suatu perubahan produk yang baik tentu akan memunculkan keunggulan komparatif disbanding dengan produk lainnya. Ini merupakan salah satu *bargaining power* dalam mekanisme pasar.

Selanjutnya akan dijabarkan beberapa kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Sentra Kuliner Gunung Anyar Kota Surabaya sebagai berikut:

Gambar 5. Pelaksanaan Kunjungan PPM II

Gambar 6. Peningkatan Literasi Kualitas Produk

Gambar 7. Pelaksanaan Kunjungan PPM III

Hasil pengabdian masyarakat yang telah dilakukan hampir tercapai keseluruhan berdasarkan rencana luaran target penelitian. lebih lanjut proses edukasi yang dilakukan telah sesuai dengan jadwal yang dimulai dari pendampingan pengembangan otomtisasi laporan keuangan, strategi pengembangan usaha, penghitungan presentase laba dan *total cost*, pendampingan penjualan promosi online. Khusus pada poin pengembangan promosi penjualan online menerapkan strategi gratis ongkir sebagai bentuk promo yang ada di aplikasi Gojek dan Grab, sehingga memungkinkan pembeli diluar Gunung Anyar untuk menjadi konsumen baru. Sebelumnya, penjualan hanya bersifat konvensional berdasarkan pelanggan yang datang di Sentra Kuliner Gunung Anyar Kota Surabaya.

Hasil pengabdian masyarakat yang telah dilakukan dapat dikatakan sesuai dengan luaran yang ditargetkan dan diukur dengan kuisioner yang dibagikan setelah dilaksanakan pengabdian masyarakat. Kuisioner ini menunjukkan lebih detail bagaimana literasi yang diberikan ketika pengabdian masyarakat mencapai hasil yang optimal. Tabel hasil kuisioner yang dibagikan sebagai bentuk evaluasi sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Kuisioner Kepuasan Mitra

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Perencanaa pengabdian masyarakat yang dilakukan dosen UWP sesuai dengan kebutuhan mitra				V	
2	Perencanaa pengabdian telah dilakukan sesuai standar protocol kesehatan bagi mitra pengabdian					V
3	Pelaksanaan pengabdian dilakukan sesuai kaidah metode ilmiah					V
4	Materi jelas dan mudah dipahami					V
5	Mitra bersedia mengikuti PPM selanjutnya					V
6	Hasil pengabdian sesuai dengan perencanaan pengabdian				V	
7	Hasil pengabdian dapat dimanfaatkan secara maksimal				V	
8	Pendanaan pengabdian telah dirasakan cukup memadai bila dibandingkan dengan hasil yang diharapkan			V		
9	PPM berhasil meningkatkan kemampuan mitra					V
10	Secara umum mitra puas dengan kegiatan PPM					V

Hasil kuisioner kepuasan mitra menunjukkan bahwa secara umum pengabdaina masyarakat berlangsung dengan baik dan optimal sesuai dengan luaran target capaian pengabdian masyarakat. Lebih lanjut mitra menuliskan bahwa pendaan pengabdian telah cukup dikarenakan mitra pengabdian membutuhkan alat press kopi untuk dapat memaksimalkan kualitas dari olahan kopi. Selain itu mitra juga membutuhkan genset sebagai antisipasi ketika lampu mati terjadi, mengingat lokasi sentra kuliner sangat gelap ketika malam hari. Hal ini disebabkan tidak ada lampu penerangan jalan, hanya lampu yang berasal dari stand sentra kuliner.

KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat di Sentra Kuliner Gunung Anyar Kota Surabaya berjalan dengan lancar dan sesuai dengan target capaian luaran program. Ketercapaian program juga diwujudkan melalui penyebaran kuisioner kepuasan mitra pengabdian yang diberikan oleh ketua peneliti pengabdian masyarakat. Adapaun kesimpulan dari program pengabdian masyrakat adalah sebagai berikut:

Secara umum mitra pengabdian merasa puas dan menyatakan bahwa pelaksanakan program pemberdayaan masyarakat sangat bermanfaat dan meningkatkan pemahaman mitra untuk dapat meningkatkan kualtias layanan maupun strategi pemasaran. Kemudian hasil kuisioner juga menunjukkan bahwa mitra usaha bersedia untuk mengikuti program pengabdian masyarakat selanjutnya.

Di sisi lain pada dosen yang terlibat secara aktif dalam pengabdian masyarakat dapat menerapkan kaidah-kaidah akademis sehingga dapat bermanfaat bagi masyarakat.

UCAPAN TERIMAKASIH

Saya mengucapkan terimakasih kepada Universitas Wijaya Putra melalui LPPM untuk kontribusi pendanaan pengabdian masyarakat internal tahun 2022 yang dilakukan. dan tidak lupa saya ucapkan terimakasih kepada mitra usaha yang telah bersedia bekerja sama.

REFERENSI

Bappeko. (2022). *Ecobis*. https://bappeko.surabaya.go.id/ecobis/swk/16

Gupta, M., & George, J. F. (2016). Toward the Development of a Big Data Analytics Capability. *Information and Management*, *53*(8), 1049–1064. https://doi.org/10.1016/j.im.2016.07.004

Hernaus, T., Pavlovic, D., & Klindzic, M. (2018). Organizational career management practices: The role of the relationship between HRM and trade unions. *Employee Relations*.

Liu, Y., Fang, W., Feng, T., & Gao, N. (2022). Bolstering Green Supply Chain Integration Via Big Data Analytics Capability: The Moderating Role of Data-Driven Decision Culture. *Industrial Management & Data Systems*. https://doi.org/10.1108/imds-11-2021-0696

Osibanjo, A., Adeniji, A., Salau, O., Atolagbe, T., Osoko, A., Edewor, O., & Olowu, J. (2020). Bolstering human capital management and engagement in the health sectors. *Cogent Business and Management*, *7*(1). https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1794676

Reilly, R. (2014). Five ways to improve employee engagement now. *Gallup Business Journal*, 2–3.

Rulandari, N., Rahmawati, N. F., & Nurbaiti, D. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah Pada Era New Normal*. *7*(2015), 21–28.

Salau, O., Worlu, R., Osibanjo, A., Adeniji, A., Oludayo, O., & Falola, H. (2018). Survey data on work environments and productivity of academic staff of selected public universities in Nigeria. *Data in Brief*, *19*, 1912–1917.

Sari, R., & Anwar, M. S. (2022). *Akselerasi Perlindungan Hukum Produk UMKM Lokal di Kabupaten Bangka Selatan*. *6*, 3672–3677.

Saribu, H. D. T. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada PT. Astragraphia Medan. *Jurnal Manajemen*, *6*(1), 1–6.

Widjaja, Y. R., Alamsyah, D. P., Rohaeni, H., & Sukajie, B. (2018). Peranan Kompetensi SDM UMKM Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Desa Cilayung Kecamatan Jatinangor, Sumedang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(3), 465–476.

Wu, G. C. (2013). The Influence of Green Supply Chain Integration and Environmental Uncertainty on Green Innovation in Taiwan's IT industry. *Supply Chain Management*, *18*(5), 539–552. https://doi.org/10.1108/SCM-06-2012-0201