



Peranan Pendampingan UMKM Untuk Meningkatkan Usaha Dan Akses Pasar Pedagang SWK Urip Sumoharjo

Andramaya Kusuma Ningtyas¹, Yanda Bara Kusuma²

^{1,2} Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

Email : andramayakusuma@gmail.com

Alamat: Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

Korespondensi penulis: andramayakusuma@gmail.com

Abstract. Assistance for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) plays a crucial role in improving business and increasing market access for traders at the Urip Sumoharjo Culinary Tourism Center, Surabaya. This research aims to explore the impact of the MSME mentoring program carried out by students from the MSIB program of the Surabaya City Cooperatives, Small and Medium Enterprises and Trade Service in strengthening business capacity, expanding markets, and improving the economic welfare of traders at SWK Urip Sumoharjo. Data collection techniques in this research involve direct observation and interviews in the field to identify obstacles and business conditions of traders in SWK Urip Sumoharjo, as well as literature studies to support the data obtained. The objects of this research include 20 SWK Urip Sumoharjo traders. Research findings show that mentoring which includes product management, finance, HR and digital marketing training significantly increases traders' businesses. Apart from that, the mentoring program has also succeeded in opening wider market access through the use of social media as a means to market the products of SWK Urip Sumoharjo traders.

Keywords: Business Development, Culinary Tourism Center, Market Access, MSME Assistance.

Abstrak. Pendampingan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran krusial untuk peningkatan usaha serta peningkatan akses pasar bagi pedagang di Sentra Wisata Kuliner Urip Sumoharjo, Surabaya. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi dampak dari program pendampingan UMKM yang dilakukan oleh mahasiswa program MSIB Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya dalam memperkuat kapasitas bisnis, memperluas pasar, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi para pedagang di SWK Urip Sumoharjo. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melibatkan observasi dan wawancara langsung di lapangan untuk mengidentifikasi kendala serta kondisi usaha pedagang di SWK Urip Sumoharjo, serta studi literatur untuk mendukung data yang diperoleh. Objek penelitian ini meliputi 20 pedagang SWK Urip Sumoharjo. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pendampingan yang meliputi pelatihan manajemen produk, keuangan, SDM dan pemasaran digital secara signifikan meningkatkan usaha para pedagang. Selain itu, program pendampingan juga berhasil membuka akses pasar yang lebih luas melalui penggunaan media sosial sebagai ajang untuk memasarkan produk para pedagang SWK Urip Sumoharjo.

Kata kunci: Akses Pasar, Pendampingan UMKM, Pengembangan Usaha, Sentra Wisata Kuliner.

1. LATAR BELAKANG

Di tengah dinamika ekonomi yang terus berkembang, keberadaan UMKM tidak hanya menyediakan sumber penghidupan bagi jutaan orang, tetapi juga menjadi motor penggerak inovasi dan kreativitas di tingkat lokal. Seiring dengan tantangan yang dibawa oleh globalisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat, upaya untuk memperkuat daya saing UMKM menjadi sangat penting. Salah satu pendekatan yang efektif adalah melalui program

pendampingan yang dirancang untuk membantu UMKM meningkatkan efisiensi operasional dan akses ke pasar yang lebih luas. Peningkatan usaha dan akses pasar telah menjadi fokus utama bagi banyak perusahaan, khususnya bagi para pelaku UMKM. Peningkatan usaha dan akses pasar adalah dua aspek penting yang harus dipertimbangkan oleh pelaku UMKM, untuk berkembang dan bersaing dalam pasar yang semakin kompetitif. Integrasi dari peningkatan usaha dan akses pasar adalah kunci bagi keberhasilan bisnis jangka panjang. Sementara peningkatan usaha fokus pada pengembangan internal, akses pasar lebih berorientasi pada strategi eksternal untuk menjangkau konsumen. Gabungan keduanya memungkinkan bisnis tidak hanya berkembang secara internal tetapi juga memperoleh dan mempertahankan pangsa pasar yang lebih besar. Peningkatan usaha merujuk pada proses pengembangan dan perluasan kapasitas bisnis agar mampu meningkatkan produktivitas, kualitas produk, efisiensi operasional, serta daya saing di pasar. Proses ini melibatkan berbagai strategi dan langkah yang harus diambil oleh perusahaan untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan kesuksesan jangka panjang. Akses pasar adalah kemampuan suatu bisnis untuk memasuki dan berpartisipasi dalam pasar yang relevan dengan menawarkan produk atau layanannya kepada konsumen. Meningkatkan akses pasar berarti memperluas jangkauan produk ke konsumen yang lebih luas atau ke pasar yang belum dijangkau sebelumnya. Akses pasar yang lebih baik dapat menjadi kunci untuk mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM. Dengan akses ke pasar yang lebih luas, UMKM dapat meningkatkan volume penjualan dan memperbesar skala operasi usaha serta UMKM dapat belajar dan beradaptasi untuk meningkatkan daya saing produk atau layanan mereka. Meski memiliki peran penting, UMKM sering kali menghadapi berbagai tantangan dalam peningkatan usaha serta mengakses pasar yang lebih luas, UMKM umumnya memiliki keterbatasan dalam hal finansial, sumber daya manusia, dan teknologi, yang menghambat kemampuan mereka untuk bersaing dengan kompetitor yang lebih besar.

Melalui Rencana Strategis (Ren-Stra) yang digagas oleh Kementerian Koperasi dan UMKM untuk periode 2015-2019, pemerintah menegaskan komitmennya dalam memberdayakan UMKM sebagai integral dari pembangunan ekonomi nasional. Hal ini selaras dengan amanat Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 yang menekankan pentingnya pemberdayaan UMKM dalam upaya pemerataan pendapatan dan penciptaan lapangan kerja. Menurut Supriyanto (2006:1), UMKM tidak hanya berperan sebagai penggerak ekonomi, namun juga sebagai solusi efektif dalam mengurangi kemiskinan. Dengan pengelolaan yang tepat, UMKM memiliki potensi besar untuk menyerap tenaga kerja, menciptakan peluang usaha, dan memperbaiki kesejahteraan masyarakat. Data menunjukkan bahwa UMKM mampu

menyerap lebih dari 99,45% tenaga kerja, sehingga berkontribusi signifikan dalam penanggulangan pengangguran dan kemiskinan. Peran UMKM juga tercermin dalam kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Penelitian yang dilakukan oleh Saputro dkk. (2010:140-145) mengungkapkan bahwa sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM) menyumbang sebesar 55,56% terhadap PDB Indonesia, berdasarkan data dari Biro Perencanaan Kementerian Negara Koperasi dan UKM tahun 2008. Ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki pengaruh yang substansial dalam mendukung perekonomian negara. Surabaya, sebagai kota terbesar di Jawa Timur, menunjukkan pencapaian ekonomi yang menonjol dengan Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Berlaku (PDRB ADHB) tertinggi di provinsi tersebut, mencapai 580.756,68 miliar Rupiah pada tahun 2019 (BPS Kota Surabaya). Pencapaian ini menggambarkan kontribusi signifikan sektor UMKM terhadap nilai tambah barang dan jasa yang dihitung berdasarkan harga yang berlaku setiap tahun.

Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya menjadi salah satu mitra dalam program MSIB yang memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengetahui segala program kerja dan aktivitas yang dilakukan oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya. Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya merupakan mitra magang yang memberikan kesempatan para mahasiswa untuk belajar serta bekerja di bidang industri sesuai dengan kompetensi yang para mahasiswa miliki. Pemerintah Kota Surabaya melalui Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan mencanangkan Program "Peningkatan Kualitas Menuju UMKM Naik Kelas" yang berfokus kepada pemberdayaan dan akselerasi UMKM. Program ini didorong untuk meningkatkan usaha serta akses pasar UMKM di Kota Surabaya.

Salah satu cara pemerintah Kota Surabaya untuk mempermudah penataan dan pemberdayaan adalah dengan mengelompokkan PKL atau UMKM ke dalam Sentra Wisata Kuliner. Sentra Wisata Kuliner didirikan dengan tujuan untuk meningkatkan ekonomi warga serta pariwisata kota, dengan memperhatikan aspek pengelolaan sumber daya manusia, produksi, dan keuangan. Program magang MSIB sebagai pendamping UMKM ini bertujuan memberikan pendampingan kepada pelaku UMKM di Sentra Wisata Kuliner Urip Sumoharjo Surabaya, dilakukan secara offline dengan langsung mengunjungi tiap stand pedagang di SWK Urip Sumoharjo. Sentra Wisata Kuliner Urip Sumoharjo, terletak di Kec. Genteng tepatnya di Jl. Urip Sumoharjo No. 46-48, Embong Kaliasin yang merupakan salah satu dari 49 SWK yang dibangun oleh Pemerintah Kota Surabaya.

Pemberdayaan UMKM sangat diperlukan ditengah peningkatan jumlah UMKM di Kota Surabaya yang pesat. Pertumbuhan UMKM di Kota Surabaya menciptakan standarisasi

baru bagi UMKM di Kota Surabaya. Sejalan dengan pertumbuhan UMKM yang sangat pesat juga harus diikuti dengan peningkatan kualitas UMKM. Untuk meningkatkan usaha dan akses pasar UMKM diperlukan kolaborasi antara Pemerintah Kota Surabaya, akademisi dan pelaku usaha. Untuk itu, Kegiatan Pemberdayaan Usaha Mikro Surabaya merupakan sebuah aktivitas dalam magang bersertifikat yang didesain untuk meningkatkan usaha serta akses pasar UMKM yang berfokus pada pemberdayaan dan akselerasi UMKM. Oleh karena itu, program pemberdayaan usaha mikro di Kota Surabaya diperlukan untuk meningkatkan kualitas UMKM di Kota Surabaya dalam rangka pemulihan ekonomi Kota Surabaya. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk membahas lebih dalam mengenai peran pendampingan UMKM dalam peningkatan usaha serta perluasan akses pasar bagi para pedagang di Sentra Wisata Kuliner Urip Sumoharjo.

2. KAJIAN TEORITIS

Pendampingan

Pendampingan merupakan aktivitas pemberdayaan masyarakat yang melibatkan tenaga pendamping yang berfungsi sebagai fasilitator, komunikator, dan dinamisor untuk menentukan keberhasilan program pemberdayaan masyarakat . Pendampingan merupakan proses untuk memperbaiki kualitas hidup masyarakat melalui kegiatan yang bertujuan meningkatkan sumber daya manusia (SDM) sesuai dengan kebutuhan mereka. Pendamping hanya memberikan bimbingan, saran, dan bantuan konsultatif tanpa memiliki otoritas lebih, sementara masyarakat yang didampingi harus memiliki tujuan yang sejalan. Pendampingan dapat menjadi salah satu solusi untuk pemberdayaan ekonomi melalui pelatihan, pembinaan baik dalam bentuk materi, fasilitas, maupun proses sehingga memberikan dampak signifikan terhadap usaha pelaku UMKM .Secara umum, pendampingan merupakan upaya untuk meningkatkan berbagai kemampuan individu dalam masyarakat dengan tujuan agar kehidupan di masa depan lebih layak. Dari pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa pendampingan adalah kegiatan yang membantu individu atau kelompok masyarakat dalam menentukan keberhasilan program yang dijalankan.

UMKM

UMKM adalah salah satu sektor vital yang mendukung pertumbuhan ekonomi negara karena kemampuannya menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar di Indonesia . UMKM adalah unit usaha yang berdiri sendiri dan dijalankan oleh individu atau Badan Usaha dalam sektor ekonomi tertentu. Usaha kecil juga dikenal sebagai usaha ekonomi produktif yang beroperasi secara independen, dikelola oleh individu atau Badan Usaha, dan tidak merupakan

anak perusahaan atau cabang dari perusahaan lain yang dikuasai atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah, yang memenuhi kriteria modal usaha dengan batasan tertentu.UMKM adalah kegiatan ekonomi mandiri berskala kecil yang dikelola oleh kelompok masyarakat, keluarga, atau individu. UMKM memiliki peran strategis dalam memberdayakan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan kesejahteraan sosial masyarakat.UMKM adalah usaha yang dimiliki dan dioperasikan oleh individu atau keluarga, serta memiliki skala operasi yang kecil. UMKM sering kali berperan penting dalam mendukung ekonomi lokal dan menyediakan pekerjaan bagi komunitas setempat . UMKM ini juga dapat berperan untuk memajukan proses pengembangan masyarakat dan memaksimalkan pendapatan, mendukung pertumbuhan ekonomi, dan berpartisipasi dalam proyek infrastruktur nasional. UMKM mempunyai potensi untuk meningkatkan kegiatan perekonomian masyarakat sehingga menjadi sumber pendapatan utama bagi sebagian besar masyarakat guna meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat .

Pasar

Pasar adalah tempat di mana pembeli dan penjual berkumpul untuk menukar barang, jasa, atau produk. Harga barang dan jasa yang dipertukarkan biasanya muncul dari kesepakatan dalam pertukaran tersebut . Menurut Menteri Perdagangan Republik Indonesia, dalam teori ekonomi, pasar adalah situasi di mana satu atau lebih pembeli (konsumen) dan penjual (produsen dan pedagang) melakukan transaksi setelah menyepakati harga untuk sejumlah barang dengan kuantitas tertentu yang menjadi objek transaksi. Kedua pihak, baik pembeli maupun penjual, memperoleh manfaat dari transaksi di pasar. Pasar terbentuk dari proses pertemuan hingga tercapainya kesepakatan, tanpa memperdulikan lokasi dan jenis barang. Jadi, pasar tidak terbatas pada satu lokasi saja . Pasar memiliki lima fungsi utama antara lain menentukan nilai, mengatur produksi, mendistribusikan barang, melakukan penjatahan, dan merencanakan kebutuhan masa depan . Pada dasarnya, aktivitas ekonomi di Pasar beroperasi berdasarkan prinsip kebebasan bersaing, baik bagi penjual maupun pembeli. Penjual memiliki kebebasan untuk menentukan barang atau jasa yang akan mereka produksi dan distribusikan, sementara pembeli bebas memilih dan membeli barang atau jasa yang sesuai dengan kemampuan finansial mereka.

Sentra Wisata Kuliner

Sentra Wisata Kuliner adalah area atau kawasan yang dirancang khusus untuk menawarkan berbagai pengalaman kuliner kepada pengunjung. Kawasan ini biasanya menjadi pusat aktivitas makan dan minum, dengan beragam pilihan hidangan yang mencerminkan kekayaan gastronomi lokal dan tradisional. SWK bertujuan untuk meningkatkan perekonomian

lokal dengan menyediakan tempat yang teratur dan bersih bagi para pedagang makanan untuk beroperasi. SWK juga dirancang untuk menarik wisatawan dan warga lokal dengan menawarkan berbagai pilihan kuliner dalam satu lokasi. Sentra Wisata Kuliner Jawa Timur adalah fasilitas yang bertujuan mengembangkan bisnis sektor kuliner dalam bisnis ekonomi kreatif, yang menempati posisi tertinggi di platform BeKraf Kreatifood. Dengan adanya sentra wisata kuliner ini, diharapkan ekonomi kreatif di sektor kuliner di Jawa Timur dapat berkembang dan menarik wisatawan lokal maupun asing untuk menikmati produk kuliner Jawa Timur. Selain itu, fasilitas ini juga akan mendukung pengembangan kawasan Transit Oriented Development (TOD) Joyoboyo di masa depan .

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian peranan pendampingan UMKM ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan penulisan yang dapat menghasilkan hasil deskriptif, seperti hasil dari wawancara, hasil penguraian tindakan atau perilaku seseorang yang bertujuan untuk mendeskripsikan serta menggambarkan kondisi terkini. Pada penelitian ini penulis akan mendeskripsikan peran pendampingan UMKM dalam meningkatkan usaha dan akses pasar para pedagang SWK Urip Sumoharjo. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melibatkan observasi dan wawancara langsung di lapangan untuk mengidentifikasi kendala serta kondisi usaha pedagang di SWK Urip Sumoharjo serta memanfaatkan kajian literatur untuk mendukung data yang diperoleh. Peneliti menggunakan teknik analisis data yang merujuk pada Miles dan Huberman dengan mengumpulkan data dari hasil observasi dan wawancara, serta melakukan reduksi data dengan memfokuskan pada aspek-aspek krusial. Objek penelitian yang dipergunakan pada penelitian ini yaitu 20 pelaku usaha yang berjualan di Sentra Wisata Kuliner Urip Sumoharjo Surabaya. Lokasi yang digunakan untuk penelitian ini yaitu Sentra Wisata Kuliner Urip Sumoharjo yang terletak di jl. Urip Sumoharjo No. 46-48, Embong Kaliasin, Genteng, Kota Surabaya.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM membantu dalam pemerataan ekonomi dengan menyediakan peluang ekonomi di berbagai daerah, tidak hanya di pusat kota besar tetapi juga di pedesaan dan daerah terpencil. Akses pasar yang lebih baik dapat menjadi kunci untuk mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM. Dengan akses pasar yang lebih luas, UMKM dapat meningkatkan volume penjualan dan memperbesar skala operasi usaha serta UMKM dapat belajar dan beradaptasi untuk meningkatkan daya saing produk atau layanan mereka. Meski memiliki

peran penting, UMKM sering kali menghadapi berbagai tantangan dalam peningkatan usaha serta mengakses pasar yang lebih luas, UMKM umumnya memiliki keterbatasan dalam hal finansial, sumber daya manusia, dan teknologi yang menghambat kemampuan UMKM untuk bersaing dengan kompetitor yang lebih besar.

Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya telah mengadopsi pendekatan inovatif untuk memberikan dukungan kepada pelaku UMKM, termasuk program pemberdayaan dan akselerasi yang disesuaikan dengan kebutuhan para pelaku usaha yang tersebar di wilayah kota Surabaya salah satunya Sentra Wisata Kuliner Urip Sumoharjo. Sebagai pendamping UMKM, para peserta magang memiliki tujuan agar pedagang di SWK Urip Sumoharjo dapat meningkatkan usaha serta akses pasarnya. Dengan akses pasar yang luas akan menunjang laba yang tinggi serta peningkatan usaha, dibutuhkan pengelolaan modal yang baik sehingga target para pedagang di SWK Urip Sumoharjo dapat tercapai serta meningkatkan usaha sesuai dengan level profile usaha. Kegiatan pendampingan dilakukan selama 4 bulan dengan melakukan pendampingan bersama 20 pedagang SWK Urip Sumoharjo secara rutin langsung mengunjungi tiap stand para pedagang SWK Urip Sumoharjo yang dilakukan oleh peserta magang. Sehingga hal tersebut dapat membantu dalam meningkatkan usaha serta akses pasar para pedagang dalam menjalankan usahanya, Berikut beberapa tahap pendampingan yang telah dilakukan untuk meningkatkan usaha serta akses pasar para pedagang SWK Urip Sumoharjo antara lain:

1. Survei dan Pendataan Umum Pedagang SWK Urip Sumoharjo

Melakukan wawancara bersama pedagang dengan beberapa pertanyaan seperti data diri pedagang, keuntungan, legalitas serta pemasaran yang telah pedagang lakukan serta melakukan analisis usaha pedagang untuk memahami kekuatan, peluang, kelemahan, serta ancaman yang dihadapi oleh usaha yang dijalankan oleh para pedagang SWK Urip Sumoharjo agar pendamping UMKM dapat membuat keputusan strategis yang lebih baik, meningkatkan efisiensi operasional, dan menciptakan strategi perkembangan usaha pedagang untuk kedepannya.

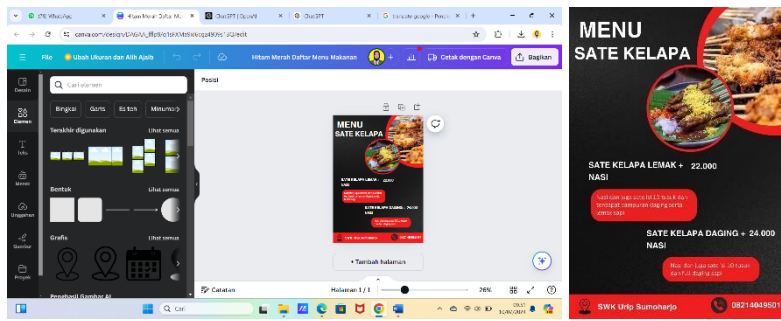


Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Gambar 1. Survei Pendataan Umum Pedagang SWK

2. Pendampingan Manajemen Produk Pedagang SWK Urip Sumoharjo

Pendampingan manajemen produk yang pertama dilakukan dengan pembuatan buku menu produk pedagang agar para pelanggan yang datang dapat mengetahui secara pasti menu serta harga makanan dan minuman yang dijual oleh para pedagang SWK Urip Sumoharjo serta meningkatkan pengalaman makan dengan memberikan informasi yang jelas dan mudah dipahami, membantu pelanggan membuat pilihan yang tepat sesuai dengan preferensi para pelanggan. Selain itu dengan adanya buku menu dapat mempengaruhi keputusan pelanggan dan mendorong penjualan para pedagang di SWK Urip Sumoharjo. Pendampingan manajemen produk kedua yaitu melakukan foto produk usaha yang dijual oleh pedagang untuk keperluan konten pemasaran online dan branding usaha melalui Instagram SWK dan dengan foto produk yang berkualitas tinggi dan menarik visualnya dapat menarik perhatian dan memicu minat konsumen untuk melakukan pembelian. Serta dengan foto produk dapat menampilkan kualitas, detail, dan fitur produk dengan jelas. Pendampingan manajemen produk ketiga yaitu dengan membuat logo usaha pedagang agar membantu memperkuat branding citra usaha para pedagang di SWK Urip Sumoharjo dan dapat dikenali dengan cepat oleh para konsumen. Serta dengan adanya logo dapat menarik perhatian calon konsumen dan membuat mereka lebih cenderung tertarik pada produk yang dijual oleh pedagang SWK. Selain itu, dengan adanya logo yang dibuat dapat membedakan bisnis para pedagang di SWK Urip Sumoharjo dari para kompetitor.



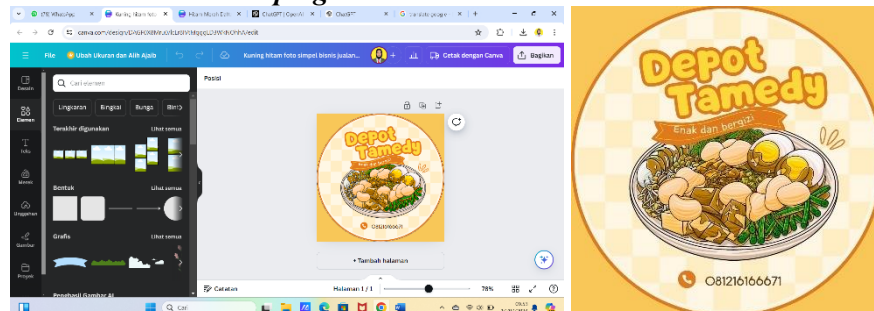
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Gambar 2. Pendampingan Pembuatan Buku Menu



Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Gambar 3. Pendampingan Pembuatan Foto Produk Usaha



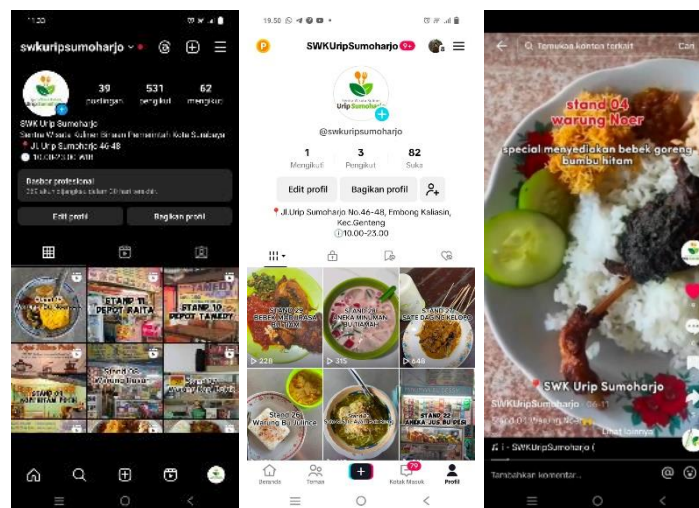
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Gambar 4. Pendampingan Pembuatan Logo Usaha

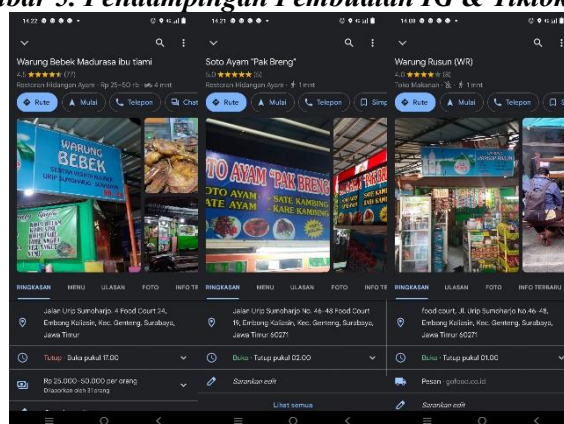
3. Pendampingan Pemasaran Usaha Pedagang SWK Urip Sumoharjo

Pendampingan Pemasaran usaha yang pertama dilakukan dengan membuat akun Instagram & Tiktok SWK yang berisi foto stand foto produk serta video promosi untuk membangun brand dan identitas visual serta memasarkan makanan maupun minuman pedagang SWK Urip Sumoharjo agar makanan maupun minuman yang dijual oleh pedagang di SWK Urip Sumoharjo lebih dikenal oleh masyarakat serta jangkauan akses pasarnya lebih luas karena dengan Instagram dan TikTok dapat digunakan untuk memasuki pasar baru atau segmen audiens yang berbeda dengan pendekatan konten yang disesuaikan dengan tren terkini. Pendampingan Pemasaran usaha yang kedua dilakukan dengan mendaftarkan lokasi usaha pedagang pada Google Maps agar dengan

terdaftar nya lokasi bisnis di Google Maps konsumen dapat dengan mudah menemukan rute menuju lokasi usaha dengan panduan rute yang tepat. Selain itu, apabila terdaftar di Google Maps maka usaha para pedagang akan muncul di hasil pencarian Google ketika orang mencari bisnis serupa di daerah sekitar SWK. Serta usaha pedagang yang terdaftar di Google Maps terlihat lebih sah dan dapat dipercaya oleh calon konsumen dan informasi yang diverifikasi serta ulasan konsumen yang ditampilkan dapat meningkatkan kepercayaan calon konsumen. Pendampingan Pemasaran usaha ketiga dilakukan dengan membuat akun Instagram pribadi tiap stand agar pedagang tiap stand dapat mempromosikan secara mandiri produk yang dijual agar lebih dikenal oleh Masyarakat luar karena Instagram menawarkan potensi besar untuk menjangkau audiens global. Penggunaan hashtag yang relevan dan strategi engagement juga dapat memperluas jangkauan pasar serta dapat membangun brand serta identitas usaha yang dijalankan oleh para pedagang di SWK Urip Sumoharjo.



Sumber: Instagram & Tiktok SWK Urip Sumoharjo (2024)
Gambar 5. Pendampingan Pembuatan IG & Tiktok SWK



Sumber: Google Maps (2024)

Gambar 6. Pendampingan Pendaftaran Lokasi Usaha di GMaps



Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Gambar 7. Pendampingan Pembuatan IG & Tiktok SWK

4. Pendampingan Keuangan Pedagang & SWK Urip Sumoharjo

Pendampingan ini dilakukan dengan Mengajarkan dan membuat pembukuan kas untuk para pedagang SWK serta sentra SWK Urip Sumoahjo sendiri, hal ini dilakukan agar para pedagang serta bendahara sentra dapat mengontrol arus kas sehingga dapat menghindari kekurangan uang tunai yang dapat mengganggu operasi sehari-hari yang menyebabkan masalah keuangan serius. Selain itu juga membantu pedagang serta bendahara SWK dalam perencanaan keuangan dan penyusunan anggaran yang realistis dan mengalokasikan sumber daya secara efektif serta membantu pedagang dan bendahara SWK dalam menyusun laporan keuangan seperti neraca, laporan laba rugi, dan laporan arus kas untuk menilai kesehatan keuangan usaha yang dijalankan.



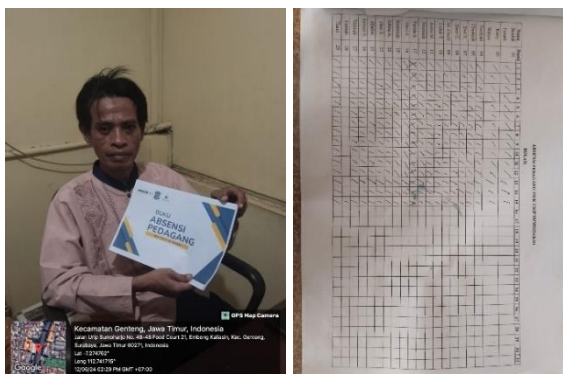
Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Gambar 8. Pendampingan Pembukuan Keuangan Pedagan

5. Pendampingan Sumber Daya Manusia SWK Urip Sumoharjo.

Pendampingan ini dilakukan dengan membuat buku absensi pedagang untuk membantu memastikan bahwa setiap pedagang dan karyawan SWK selalu hadir untuk berjualan dan mendorong para pedagang dan karyawan untuk lebih disiplin dan

bertanggung jawab terhadap jadwal kerja mereka serta mendukung pengembangan sumber daya manusia di SWK Urip Sumoharjo.



Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

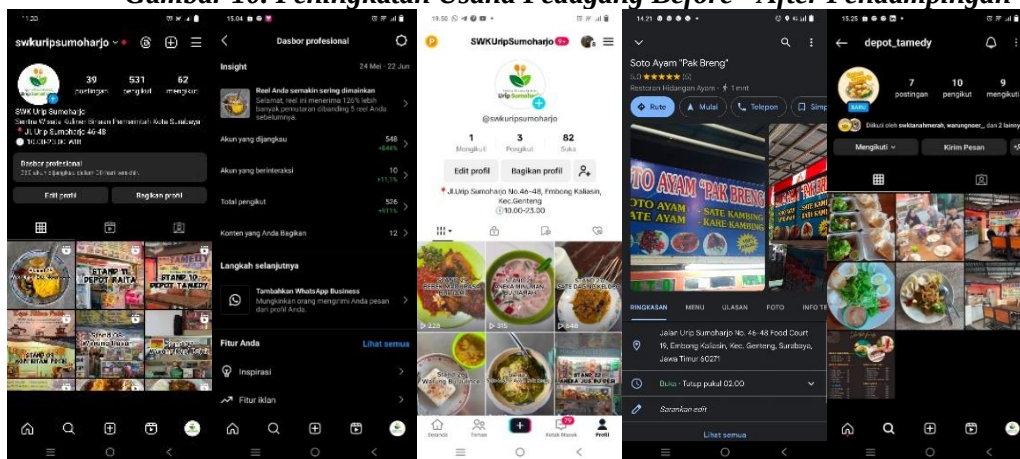
Gambar 09. Pendampingan Pembuatan Buku Absensi Pedagang SWK

Hasil yang diperoleh selama proses pendampingan terbilang berhasil karena sudah terlihat adanya perubahan peningkatan usaha dari para pedagang SWK Urip Sumoharjo seperti yang dulunya usahanya belum memiliki identitas usaha seperti logo usaha, buku menu, foto produk setelah mengikuti pendampingan sekarang usaha para pedagang di SWK sudah memiliki logo usaha, buku menu, foto produk. Serta yang sebelumnya belum melakukan pencatatan pembukuan setelah mengikuti pendampingan sekarang usaha pedagang sudah memiliki pencatatan kas untuk mengetahui laba rugi selama berjualan. Selain itu, yang dulunya pemasaran hanya melalui mulut ke mulut setelah mengikuti pendampingan sekarang pemasaran usaha pedagang SWK bertambah dengan adanya pemasaran online melalui Instagram dan tiktok SWK, pendaftaran lokasi usaha di Google Maps dan Instagram pribadi khusus tiap stand untuk mempromosikan setiap produk yang dijual sehingga lebih dikenal oleh masyarakat serta jangkauan akses pasarnya lebih luas karena dengan Instagram dan TikTok dapat digunakan untuk memasuki pasar baru atau segmen audiens yang berbeda. Mengingat bahwa usaha milik para pedagang SWK Urip Sumoharjo yang kurang optimal, dengan adanya pendampingan UMKM kini usaha para pedagang di SWK Urip Sumoharjo mengalami perkembangan yang baik. Para pedagang SWK Urip Sumoharjo juga memiliki peluang dalam menjalankan usaha miliknya karena mendapatkan ilmu dan wawasan baru mengenai praktik manajemen yang lebih baik, pengelolaan keuangan, inovasi produk untuk memenuhi kebutuhan pasar, Serta pemanfaatan teknologi dan media sosial untuk memasarkan produk secara lebih efektif. Dengan memahami dan mengimplementasikan apa saja yang telah disosialisasikan selama proses pendampingan berlangsung maka akan menjadi keuntungan baru bagi para pedagang SWK Urip Sumoharjo dalam menjalankan usaha kedepannya.



Sumber: Dokumen Pribadi (2024)

Gambar 10. Peningkatan Usaha Pedagang Before - After Pendampingan



Sumber: IG, Tiktok, GMaps SWK Urip Sumoharjo (2024)

Gambar 11. Peningkatan Akses Pasar Pedagang Before-After Pendampingan

KESIMPULAN DAN SARAN

Pendampingan UMKM yang dilakukan oleh mahasiswa magang MSIB Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah dan Perdagangan Kota Surabaya memberikan banyak dampak serta pembelajaran bagi para pedagang di SWK Urip Sumoharjo yaitu melalui pendampingan manajemen produk, pemasaran, keuangan serta sumber daya manusia dapat meningkatkan kapasitas dan kualitas usaha para pedagang serta membuka akses pasar yang lebih luas dimana dapat menciptakan banyak peluang bagi pedagang untuk tumbuh dan bersaing di pasar yang lebih besar dan meningkatkan taraf hidup para pedagang. Dengan kegiatan pendampingan UMKM ini diharapkan para pedagang SWK Urip Sumoharjo dapat memanfaatkan ilmu yang sudah diberikan selama pendampingan berlangsung untuk meningkatkan kemampuan dalam berwirausaha. Selain itu, program pendampingan UMKM ini juga dapat memperkuat perekonomian lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Keberlanjutan pendampingan dan kolaborasi dengan berbagai pihak diharapkan mampu menciptakan ekosistem bisnis yang lebih baik dan berkelanjutan bagi UMKM di seluruh wilayah Indonesia khususnya Kota Surabaya

DAFTAR REFERENSI

- Amanda,Aisyah. 2023. *Peran Pendamping Pada Pentingnya Strategi Pemasaran UMKM Nasabah BTPN Syariah*. Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI). Vol.2, No.3, Hal: 86-92.
- Andramaya Kusuma Ningtyas, & Siti Ning Farida. (2024). *Peranan Fasilitator Pendamping Untuk Meningkatkan Pendapatan Dan Skill Nasabah Btpn Syariah Kec. Wiyung Dalam Berwirausaha*. Jurnal Akuntan Publik, 2(1), 148–155. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v2i1.2481>
- Anggoro, Bobby Yudho., dkk. (2023). *Peran Pendamping untuk Memperluas Akses Pasar Nasabah BTPN Syariah yang Berprofesi sebagai Pelaku UMKM*. Jurnal Samawa University, 3(2), 197-201.
- Isabilillah, Alpiero Joeval., dkk. (2023). *Pemanfaatan Fasilitator BTPN untuk Meningkatkan Pendapatan Nasabah dalam Berwirausaha*. Jurnal Universitas Gajah Putih, 2(4), 58-68.
- Maq, M. M. (2022). *Program Pendampingan Kewirausahaan Kecil Menengah pada Usaha Makanan Ringan di Desa Leuwimunding*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Bestari, 1(6), 493– 498. <https://doi.org/10.55927/jpmb.v1i6.1295>
- Pratama,Ovitia Rerolia Fitria. 2023. *Pengaruh Pemberdayaan Perempuan Nasabah BTPN Syariah Terhadap Perkembangan UMKM Melalui Pendampingan Usaha*. Jurnal Pengabdian Masyarakat Global, Vol.2, No.3, Hal 72-81.
- Putri, S. (2021). *Peran Pembiayaan Syariah Dalam Pengembangan Umkm Di Indonesia The Role Of Sharia Financing In The Development Of Umkm In Indonesia*. Jurnal Ekonomi Syariah, 1(2), 1– 11.
- Salsabilla., dkk. (2023). *Pendampingan Nasabah BTPN Syariah Melalui Program Sahabat Daya Dengan Memperkenalkan Aplikasi Tepat Daya Pada MMS Tilatang Kamang*. Jurnal Universitas Padjadjaran, 6(2), 500-507.
- Sedyastuti, K. (2018). *Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancah Pasar Global* (Vol. 2, Issue 1).
- Sudaryanto dan Hanim, Anifatul (2002). *Evaluasi Kesiapan UKM Menyongsong Pasar Bebas Asean (AFTA): Analisis Perspektif dan Tinjauan Teoritis*. Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen, Vol 1 No 2.