



Tata Kelola dan Pertumbuhan Bisnis: Pendampingan Manajerial untuk Meningkatkan Usaha UMKM Warung Madura

Etty Zuliawati Zed¹, Anita Novianti², Gladecia Naomi³,
Josephin Michael⁴, Rizka Nuraulia⁵

Universitas Pelita Bangsa ^{1,2,3,4,5}

e-mail: ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id

Abstract

This community service activity aims to integrate cutting-edge financial concepts into the development of micro, small, and medium enterprises (MSMEs). The focus of this activity will be on Madura grocery stores in Cikarang, Bekasi Regency, with the goal of improving business performance and achieving greater success. Through case studies involving small-scale microenterprises and retailers, the challenges faced in business development will be addressed by integrating managerial economic concepts such as entrepreneurial knowledge, creativity, and innovation. This development will be realized by aligning financial management concepts, including directing business knowledge and enhancing entrepreneurial quality toward the success of the company. The integration of financial management concepts is expected to significantly impact small and medium-sized enterprises in developing their businesses. By implementing these concepts, companies can be more efficient in managing their financial resources and making more informed decisions in fund utilization. Overall, this will improve the performance and competitiveness of companies in an increasingly competitive market.

Keywords: Managerial, MSMEs, Madura Grocery Stores.

Abstrak

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini bertujuan untuk mengintegrasikan konsep keuangan terdepan ke dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kegiatan ini akan difokuskan pada toko kelontong Madura di Cikarang, Kabupaten Bekasi, dengan tujuan meningkatkan kinerja bisnis serta mencapai kesuksesan yang lebih besar. Melalui studi kasus yang melibatkan usaha mikro kecil dan pengecer, kendala-kendala yang dihadapi dalam pengembangan usaha akan diatasi dengan pendekatan yang mengintegrasikan konsep ekonomi manajerial, seperti pengetahuan kewirausahaan, kreativitas, dan inovasi. Pengembangan ini akan diwujudkan dengan menyelaraskan konsep-konsep manajemen keuangan, yang meliputi pengarahan pengetahuan bisnis dan peningkatan kualitas kewirausahaan terhadap kesuksesan perusahaan. Integrasi konsep manajemen keuangan diharapkan mampu memberikan dampak positif yang signifikan bagi usaha kecil dan menengah dalam mengembangkan bisnis mereka. Dengan menerapkan konsep-konsep ini, perusahaan dapat lebih efisien dalam mengelola sumber daya finansialnya dan mengambil keputusan yang lebih tepat dalam penggunaan dana. Hal ini secara keseluruhan akan meningkatkan kinerja dan daya saing perusahaan dalam pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: Manajerial, UMKM, Toko Kelontong Madura.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian. UMKM tidak hanya menjadi sumber lapangan pekerjaan yang luas, tetapi juga memberikan layanan ekonomi yang luas kepada masyarakat serta berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat umum (Santoso and Herlina, 2023). Pertumbuhan UMKM juga turut mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional. Oleh karena itu, saat ini UMKM mendapatkan perhatian yang cukup besar dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, perbankan swasta, lembaga swadaya masyarakat, dan lembaga lainnya (Herudiansyah *et al.*, 2021). Hal ini didasari oleh potensi besar UMKM dalam menyerap tenaga kerja, meningkatkan jumlah unit usaha, serta menyumbang secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembangunan masyarakat (Jamil, Mutmainnah and Azizah, 2022).

Usaha mikro biasanya beroperasi tanpa badan usaha formal sehingga berada dalam sektor informal, yang menyebabkan jaranganya perusahaan mikro membayar pajak kepada pemerintah (Supriyanto, 2022). Usaha mikro juga cenderung memiliki jumlah pegawai yang terbatas dan belum memiliki struktur organisasi formal karena keterbatasan tenaga kerja (Supriyanto *et al.*, 2023). Di sisi lain, usaha menengah di Indonesia umumnya telah berbentuk badan hukum dan beroperasi dalam sektor formal, serta telah terdaftar dan membayar pajak secara reguler. Manajerial yang profesional menjadi hal yang sangat penting dalam usaha menengah untuk memastikan kelangsungan dan perkembangan bisnis. Target pasar dari usaha menengah ini cenderung lebih luas, mencakup pasar domestik dan bahkan internasional, terutama untuk kelas konsumen menengah ke atas (Manap *et al.*, 2023).

Penerapan inovasi dan efisiensi baru dalam usaha mikro dapat memiliki dampak positif yang signifikan, baik bagi UMKM itu sendiri maupun bagi bisnis yang menggunakan inovasi tersebut (Karyono, 2022). Inovasi ini dapat membantu bisnis untuk berkembang menjadi lebih besar dan lebih efisien dalam operasinya. Perubahan dalam teknologi informasi dan komunikasi, serta aktivitas inovatif, memiliki dampak yang signifikan terhadap perkembangan berbagai jenis usaha. Sebagai contoh, usaha mikro yang menerapkan teknologi informasi dalam proses produksi atau pemasarannya dapat mengalami peningkatan efisiensi dan produktivitas yang signifikan. Dengan demikian, usaha mikro yang awalnya kecil dapat berkembang menjadi usaha kecil, menengah, bahkan besar, yang pada gilirannya dapat berkontribusi secara positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembangunan masyarakat secara keseluruhan (Utami and Nugraha, 2021).

Warung Madura merupakan salah satu pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak dalam bidang penjualan makanan,

minuman, dan bahan pangan dengan harga yang lebih terjangkau. Meskipun beroperasi dalam skala mikro, Warung Madura memiliki pesaing yang kuat, seperti supermarket dan bisnis sejenis lainnya. Namun, Warung Madura memiliki keunikan tersendiri yang membedakannya dari warung pada umumnya, yaitu keberadaan layanan 24 jam. Keputusan untuk membuka warung selama 24 jam memungkinkan Warung Madura untuk menjangkau pelanggan pada berbagai waktu, termasuk saat malam hari atau dini hari, ketika warung lainnya mungkin sudah tutup. Hal ini memberikan keunggulan kompetitif bagi Warung Madura dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang memerlukan akses ke produk makanan dan minuman secara cepat dan mudah di waktu-waktu tertentu. Dengan strategi ini, Warung Madura dapat mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya di pasar yang kompetitif.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian ini dilaksanakan di wilayah Cikarang, Kabupaten Bekasi, Provinsi Jawa Barat, dengan durasi selama satu bulan selama kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Metode pengabdian dilakukan melalui pendampingan kepada pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya pemilik usaha warung Madura dan pemilik online shop fashion di daerah Cikarang. Pendampingan dilakukan melalui serangkaian kegiatan, termasuk wawancara mendalam, observasi langsung, dan analisis dokumen. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami secara lebih baik tantangan dan kebutuhan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM, serta memberikan bantuan dan saran yang sesuai untuk meningkatkan kinerja dan daya saing usaha mereka. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memperkuat UMKM di wilayah tersebut dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Tim pengabdian melakukan wawancara dengan para pengusaha mikro kecil, khususnya pemilik warung Madura, untuk memahami bagaimana mereka melakukan penawaran dan permintaan terhadap pembeli serta penjual. Selain itu, tim juga menanyakan strategi apa yang mereka terapkan untuk menjual dagangan mereka dan bagaimana mereka mengelola keuangan usaha mereka. Observasi secara mendalam dilakukan terhadap UMKM mikro kecil, seperti warung Madura, dengan melakukan pengabdian langsung terhadap usaha tersebut. Sementara itu, terhadap UMKM mikro menengah, tim melakukan observasi terhadap pemilik online shop fashion. Setelah mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi, tim melakukan analisis data untuk menyimpulkan dan menganalisis hasilnya. Berdasarkan analisis tersebut, tim memberikan arahan dan rekomendasi kepada para pengusaha mikro tersebut untuk pengayaan usaha mereka, sehingga mereka dapat meningkatkan kinerja dan daya saing usaha mereka di pasar yang semakin kompetitif.

PEMBAHASAN

Kegiatan pendampingan dimulai sejak tanggal 01 Februari 2024 hingga 02 Maret 2024 di lokasi mitra yang tersebar di sekitar wilayah Cikarang. Hasil wawancara yang dilakukan menunjukkan bahwa para pengusaha warung Madura di sekitar Cikarang memiliki pemahaman yang baik tentang pasar lokal dan telah mengembangkan berbagai strategi untuk meningkatkan penjualan serta mengelola keuangan mereka dengan baik. Meskipun dihadapkan dengan tantangan seperti persaingan pasar yang ketat dan fluktuasi harga bahan baku, kebanyakan dari mereka mampu bertahan dengan mengandalkan kreativitas dan adaptabilitas dalam menjalankan usaha mereka. Hal ini mencerminkan tingkat ketahanan dan kesiapan mereka dalam menghadapi dinamika pasar dan menunjukkan potensi besar UMKM lokal untuk terus berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian daerah.

Dalam strategi pemasaran dan penawaran, para pengusaha warung Madura umumnya mengandalkan kualitas dan keunikan produk mereka sebagai daya tarik utama bagi pembeli (Abdullah *et al.*, 2021). Mereka sering kali menekankan pada kualitas bahan dan cita rasa autentik dari makanan dan minuman yang mereka tawarkan. Selain itu, para pengusaha ini juga dapat memberikan harga yang relatif rendah dibandingkan dengan warung lainnya (Kartika, Rudiarno and Suhariningsih, 2020), sehingga mampu menarik minat pembeli untuk berbelanja di warung Madura mereka. Dengan menyediakan produk berkualitas dengan harga terjangkau, para pengusaha warung Madura dapat memperluas pangsa pasar mereka dan meningkatkan daya saing usaha mereka di tengah persaingan pasar yang ketat (Utami *et al.*, 2023).

Dalam hal permintaan, Tim pengabdian memberikan arahan kepada para pengusaha warung Madura untuk mencoba memahami preferensi dan kebutuhan pelanggan mereka dengan melakukan survei informal atau percakapan langsung dengan pelanggan. Hal ini diharapkan dapat membantu mereka menyesuaikan penawaran mereka sesuai dengan permintaan pasar yang sebenarnya. Strategi penjualan yang seringkali mereka terapkan adalah mengandalkan pemasaran mulut ke mulut serta menawarkan harga yang relatif rendah dibandingkan dengan warung lainnya. Selain itu, mereka juga cenderung memberikan diskon atau promosi khusus untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan tetap. Dengan demikian, para pengusaha warung Madura dapat lebih responsif terhadap kebutuhan pasar dan memperluas pangsa pasar mereka dengan strategi pemasaran yang efektif dan harga yang kompetitif.

Beberapa pengusaha warung Madura pada hari-hari Raya tertentu juga menggunakan strategi penjualan lintas produk dengan menawarkan paket hemat atau bundel produk untuk meningkatkan penjualan. Dengan

menawarkan paket-paket ini, mereka dapat menarik minat pelanggan yang ingin membeli lebih dari satu produk dengan harga yang lebih terjangkau. Strategi ini membantu meningkatkan volume penjualan dan memberikan nilai tambah kepada pelanggan. Dalam manajemen keuangan, kami memberikan pengayaan kepada pengusaha warung Madura untuk memisahkan keuangan pribadi dan usaha (Efi and Supriyanto, 2023). Para pengusaha ini diajarkan untuk mencatat pemasukan dan pengeluaran secara teratur untuk memantau kesehatan keuangan warung mereka. Dengan melakukan pencatatan keuangan yang disiplin, mereka dapat memahami dengan lebih baik arus kas usaha (Supriyanto *et al.*, 2021). mengidentifikasi area-area di mana mereka dapat menghemat biaya, serta mengambil keputusan keuangan yang lebih tepat dan strategis. Hal ini membantu mereka dalam menjaga stabilitas keuangan warung Madura mereka dan meningkatkan kinerja keuangan secara keseluruhan.

Penggunaan teknologi, seperti aplikasi keuangan, juga untuk membantu mereka mencatat dan melacak arus kas serta mengelola stok dengan lebih efisien (Hawa, Setyorini and Nabyla, 2023). Dengan menggunakan aplikasi keuangan, mereka dapat lebih mudah dan efektif dalam mencatat setiap transaksi keuangan dan melacak masuknya serta keluarnya uang yang dimiliki pelaku usaha (Mariana *et al.*, 2021). Selain itu, aplikasi ini juga dapat membantu mereka dalam mengelola stok barang dengan lebih baik, sehingga mereka dapat menghindari kekurangan atau kelebihan persediaan barang. Hasil dari pendampingan terhadap warung-warung tersebut dinilai positif bagi para pengusaha warung Madura. Peaku UMKM juga menerima komentar yang baik dari para pengusaha UMKM tentang manfaat dan nilai tambah dari pendampingan yang diberikan. Hal ini menunjukkan bahwa upaya dalam memberikan bantuan dan arahan kepada para pengusaha UMKM, termasuk para pengusaha warung Madura, telah memberikan dampak positif dan diapresiasi oleh para pelaku usaha tersebut.

Dalam hal penawaran, Tim pengabdian berfokus pada kualitas produk, desain yang menarik, dan harga yang bersaing untuk menarik perhatian pembeli. Kami memberikan arahan kepada para pengusaha UMKM untuk memperhatikan aspek-aspek ini dalam pengembangan produk mereka agar dapat bersaing di pasar. Selain itu, kami juga memberikan bantuan dalam hal branding dan pemasaran agar produk-produk tersebut dapat dikenal dan diminati oleh lebih banyak konsumen. Dalam hal manajemen keuangan, kami memberikan arahan kepada para pengusaha untuk menggunakan aplikasi keuangan atau perangkat lunak untuk melacak penjualan, pengeluaran, dan laba bersih mereka. Dengan memanfaatkan teknologi ini, mereka dapat dengan lebih efisien dan efektif mengelola keuangan usaha mereka. Selain itu, kami juga membantu mereka dalam memahami dan mengelola diversifikasi produk serta menjaga stok barang agar tidak kelebihan atau kekurangan persediaan, sehingga dapat mengoptimalkan pengeluaran dan pendapatan. Dalam proses

pengabdian tersebut, kami memfokuskan pada 15 hari pertama terhadap usaha mikro kecil, seperti pembelusukan warung Madura, untuk memahami secara mendalam kondisi dan kebutuhan mereka. Setelah itu, 15 hari kemudian, baru kami melakukan pengayaan dengan memberikan arahan, pelatihan, dan bantuan yang lebih mendalam kepada para pengusaha UMKM untuk meningkatkan kualitas dan kinerja usaha mereka.

Gambar 1
Foto Bersama Pelaku UMKM Toko Kelontong Madura



Sumber: Data primer, 2024

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan UMKM di wilayah Cikarang dilakukan selama dua periode: dari 01 Februari 2024 hingga 2 Maret 2024, kami melakukan pembinaan terhadap warung Madura, sedangkan dari 02 Maret 2024 hingga 17 Maret 2024, kami fokus pada pembinaan terhadap online shop fashion. Hasil pembinaan terhadap Warung Madura menunjukkan bahwa para pengusaha memiliki pemahaman yang baik tentang pasar lokal dan strategi meningkatkan penjualan. Mereka mengandalkan kualitas, keunikan produk, dan harga yang terjangkau untuk menarik pembeli. Namun, mereka membutuhkan arahan lebih lanjut untuk memahami preferensi pelanggan dan memisahkan keuangan pribadi dan usaha. Para pengusaha warung Madura menyambut baik saran dan komentar positif yang kami berikan selama proses pendampingan. Hal ini menunjukkan bahwa upaya pembinaan yang dilakukan telah memberikan manfaat dan diapresiasi oleh para pelaku usaha tersebut.

Kesimpulan dari jurnal ini menunjukkan bahwa pendampingan UMKM di wilayah Cikarang telah berhasil meningkatkan pemahaman dan kemampuan para pengusaha dalam menjalankan usahanya. Pembinaan yang diberikan difokuskan pada strategi pemasaran, manajemen keuangan, dan pemahaman pasar. Hasilnya, para pengusaha menunjukkan peningkatan dalam beberapa

aspek kunci. Pertama, dalam pemahaman pasar, pengusaha warung Madura telah menunjukkan pemahaman yang lebih baik tentang pasar online dan strategi pemasaran yang efektif, meskipun dihadapkan pada persaingan yang ketat. Kedua, dalam strategi pemasaran, pengusaha mampu menerapkan strategi yang lebih efektif untuk menarik pembeli dan meningkatkan penjualan dengan fokus pada kualitas produk, tren pasar, dan keunikan produk. Ketiga, dalam manajemen keuangan, pengusaha lebih baik dalam memisahkan keuangan pribadi dan usaha, mencatat pemasukan dan pengeluaran, serta mengelola arus kas dengan lebih efisien. Kesimpulannya, pendampingan UMKM ini menunjukkan bahwa dengan bantuan dan arahan yang tepat, para pengusaha kecil dapat meningkatkan kemampuan mereka dan mencapai kesuksesan dalam menjalankan usaha mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A. *et al.* (2021) 'Pelatihan Manajemen Bisnis Ikan Hias Karang: Upaya Meningkatkan Pendapatan Nelayan di Pulau Barrang Lompo', *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), pp. 395-405.
- Efi, N. and Supriyanto, A. (2023) 'Pengaruh Hunger Marketing terhadap Perceived Value untuk Meningkatkan Pembelian Tidak Terencana', *JEBISKU: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus*, 1(3), pp. 397-414.
- Hawa, S.D., Setyorini, R. and Nabyla, F. (2023) 'Pelatihan Tata Kelola Manajemen dan Digital Marketing bagi Kelompok Pengrajin Budi Sangkar', *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi*, 2(2), pp. 73-80.
- Herudiansyah, G. *et al.* (2021) 'Pedampingan Manajemen Tata Kelola Bumdes Dan Umkm Di Desa Payo Kecamatan Merapi Barat Kabupaten Lahat', *Suluh Abdi*, 3(2), pp. 102-107.
- Jamil, M., Mutmainnah, D. and Azizah, M. (2022) 'Pendampingan Manajemen Usaha Dan Manajemen Keuangan Pada Umkm Bakul Kembang Official Kelurahan Kedurus Kecamatan Karang Pilang Kota Surabaya', *Share: Journal of Service Learning*, 8(2), pp. 196-207.
- Kartika, C., Rudiatno, R. and Suhariningsih, L. (2020) 'Pengelolaan dan Pembinaan Usaha Mikro Warung Makanan dan Minuman Model Primitive Di Surabaya Barat', *Humanism: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2).
- Karyono, O. (2022) 'Pendampingan Manajemen berbasis syariah dalam meningkatkan Kinerja UKM Bidang Pengolahan Makanan di Kota Watampone', *JURNAL PARAHITA ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), pp. 1-10.

- Manap, A. et al. (2023) 'Workshop Tata Kelola Keuangan Bagi Umkm Secara Sederhana Dan Digital', *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(4), pp. 8952-8960.
- Mariana, N. et al. (2021) 'Penyuluhan Dan Pendampingan Tata Kelola Manajemen Dan Pembuatan Laporan Keuangan Untuk UMKM Kabupaten Demak', *IKRA-ITH ABDIMAS*, 4(3), pp. 26-33.
- Santoso, R. and Herlina, A. (2023) 'Pendampingan tata kelola keuangan UMKM berbasis digital untuk generasi Z', *Kacanegara Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, pp. 341-352.
- Supriyanto, A. et al. (2021) 'Pemanfaatan Social Media Sebagai Pemasaran Bisnis Di Era Society 5.0', *Janaka: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kewirausahaan Indonesia*, 2(2), pp. 55-65.
- Supriyanto, A. (2022) 'Peran Nilai-Nilai Islami Dalam Kewirausahaan Untuk Menunjang Sebuah Kinerja Bisnis', *El-Hekam*, 7(1), pp. 69-82.
- Supriyanto, A. et al. (2023) 'Kesuksesan Muslimah Pelaku UMKM: Peran Dimensi Entrepreneurial Orientation', *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 10(2), pp. 267-286.
- Utami, E.M. et al. (2023) 'Penguatan Tata Kelola Keuangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kampoeng Rajoet Bandung', *Madaniya*, 4(1), pp. 348-357.
- Utami, S.E. and Nugraha, Y.E. (2021) 'Pelatihan Manajemen Usaha UKM Sebagai Upaya Bangkit dari Pandemi Bagi Kelompok Perempuan Pengrajin Tenun Ikat di Kampoeng Tenun Alor Kota Kupang', *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 2(2), pp. 63-74.