To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat
Oktober 2023, Vol.6, No.3, hal, 418-431
ISSN(P): 2622-6332; ISSN(E): 2622-6340
http://www.ojs.unanda.ac.id/index.php/tomaega

Peningkatan Income Generating Paguyuban Kampung Kue Melalui Pendampingan Manajemen Usaha dan Pemasaran Digital

Mochamad Nurhadi [1*], Supriyati [2], Yudha Herlambang Cahya Pratama [3], Haryo Yudhanto Akbar [4], Nouval Lazuardy [5], Lailatus Safinah [6]

[1] *Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Hayam Wuruk Perbanas*
[2,4] *Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Hayam Wuruk Perbanas*
[3,5] *Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik & Desain, Universitas Hayam Wuruk Perbanas*
[6] *Program Studi Informatika, Fakultas Teknik & Desain, Universitas Hayam Wuruk Perbanas*

**Correspondent Email: nurhadi@perbanas.ac.id*

Article History:
Received: 23-01-2023; Received in Revised: 28-03-2023; Accepted: 27-04-2023
DOI: http://dx.doi.org/10.35914/tomaega.v6i3.1741

Abstrak

Paguyuban kampung kue merupakan salah satu kelompok usaha beranggotakan produsen penghasil kue di wilayah Rungkut Surabaya. Sejak pandemi Covid-19, para produsen merasakan dampak penurunan omzet penjualan dikarenakan adanya pembatasan tatap muka. Hasil focus group discussion diperoleh informasi permasalahan mitra, yaitu rendahnya pengetahuan tentang manajemen usaha dan kemampuan memasarkan produk. Kegiatan pengabdian masyarakat bertujuan meningkatkan keterampilan mitra dalam mengelola usaha kue, mengelola keuangan, dan meningkatkan kemampuan memasarkan hasil produksi dengan memanfaatkan teknologi digital. Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan memberikan pelatihan, pendampingan, bantuan peralatan, komunikasi dengan instansi, dan evaluasi kegiatan. Hasil dari pelatihan dan pendampingan menunjukkan peningkatan keterampilan anggota paguyuban dalam mempromosikan hasil produksinya dengan memanfaatkan teknologi digital. Kegiatan pendampingan pengelolaan usaha menunjukkan peningkatan kemampuan anggota paguyuban dalam mengelola produk kue dan membuat laporan. Meningkatnya kemampuan manajemen usaha dan digital pemasaran berhasil meningkatkan volume produksi dan penjualan kue yang berdampak pada meningkatnya income generating anggota paguyuban kampung kue.

Kata kunci: pelatihan, pendampingan, manajemen usaha, pemasaran digital, income generating

Abstract

Paguyuban kampung kue is a business group consisting of cake producers in the Rungkut area of Surabaya. Since the Covid-19 pandemic, producers have felt the impact of a decrease in sales turnover due to face-to-face restrictions. The results of the focus group discussion obtained information on partner problems, namely the lack of knowledge about business management and the ability to market products. Community service activities aim to improve partners' skills in managing a cake business, managing finances, and increasing the ability to market products using digital technology. The method of implementing community service is by providing training, mentoring, equipment assistance, communication with agencies, and evaluating activities. The results of the training and mentoring show an increase in the skills of association members in promoting their

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

products by utilizing digital technology. Business management assistance activities show an increase in the ability of association members to manage cake products and make reports. Increased business management and digital marketing capabilities, able to increase the volume of cake production and sales which has an impact on increasing the income generating members of the kampung kue association.

Key word: training, mentoring, business management, digital marketing, income generating.

1. Pendahuluan

Paguyuban kampung kue di Rungkut Surabaya didirikan pada tahun 1998 setelah krisis moneter melanda Indonesia. Semua anggota paguyuban merupakan produsen pembuat kue, baik yang tradisional maupun kue modern termasuk kue kering. Paguyuban kampung kue yang beralamatkan di Jalan Rungkut Lor II, Surabaya memiliki anggota aktif 37 orang yang semuanya perempuan, dan rata-rata usianya di atas 30 tahun dengan rata-rata lama usaha di atas 10 tahun. Para produsen kue menjual hasil produksinya di pagi hari menjelang subuh seperti terlihat pada Gambar 1. Kue yang diproduksi oleh paguyuban dijual dengan harga dibawah pasar, sehingga produk kue banyak dibeli oleh konsumen untuk dijual lagi.

Saat wabah Covid-19 melanda dunia, dampak perekonomian juga dirasakan oleh anggota paguyuban kampung kue. Penurunan omzet yang drastis akibat pembatasan pertemuan dengan konsumen dan menurunnya permintaan konsumen menyebabkan banyak produsen yang menghentikan usahanya. Dampak Covid-19 sangat mempengaruhi perekonomian baik pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) maupun perusahaan (Bae *et al*., 2021; Hadi *et al*., 2020). Disisi lain, tuntutan digitalisasi transaksi sebagaimana dilakukan oleh *marketplace* besar tidak sanggup dilakukan oleh anggota paguyuban kampung kue karena keterbatasan kemampuan dan keterampilan dalam menerapkan teknologi berbasis digital.



Gambar 1. Kondisi Penjualan di Kampung Kue Rungkut

Pengurus paguyuban masih terkonsentrasi pada pembenahan produksi dan pemasaran kue mereka pasca pandemi. Selama ini transaksi penjualan dilakukan secara langsung dan dalam jumlah pesanan kecil. Produsen kue belum siap menerima pesanan yang lebih besar lagi dan hanya menjangkau kota Surabaya dengan penjualan langsung. Hal ini dikarenakan belum dimilikinya peralatan produksi yang bisa berproduksi secara cepat, jumlah besar dan tetap menjamin efisiensi serta higienis. Produsen kue memiliki keterbatasan kemampuan pemasaran

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

melalui teknologi informasi sebagaimana yang dilakukan *marketplace* besar atau pabrikan. Hal inilah yang menyebabkan belum adanya kenaikan omzet penjualan yang signifikan pasca pandemi Covid-19.

Saat ini para produsen kue memiliki antusiasme yang besar untuk kembali mengembangkan usahanya seperti sebelum pandemi. Semua produsen kue telah tergabung dalam satu pengelolaan Paguyuban Kampung Kue Rungkut Surabaya. Paguyuban telah melakukan penataan dan pendataan anggota aktif, mengembangkan informasi berbasis digital berupa website untuk memberikan infomasi tentang produk, produsen, harga dan mekanisme pemesanan. Website dikembangkan sebagai media promosi dan menangani transaksi penjualan kue. Kegiatan yang dilakukan oleh paguyuban sejalan dengan pengabdian masyarakat yang pernah dilakukan oleh Avriyanti (2021) pada UKM di Kabupaten Tabalong Kalimantan Selatan yang menghasilkan peningkatan kemampuan sumberdaya manusia khususnya pada pengelolaan usaha dengan memanfaatkan teknologi digital. Perubahan teknologi dan media yang sangat dinamis, mendorong UMKM harus segera melakukan adaptasi atas strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan. Semakin mahalnya biaya iklan dan berkembangnya teknologi digital dalam komunikasi mendorong UMKM untuk melakukan kegiatan promosi dan penjualan dalam bentuk komunikasi digital (Suryani *et al*., 2020). Website dan media sosial sebagai alat komunikasi pemasaran memiliki peran penting dalam mempengaruhi perilaku pelanggan (Suryani *et al*., 2020).

Ketidakmampuan anggota paguyuban dalam menangani pemesanan kue dalam jumla besar dikarenakan keterbatasan peralatan produksi dan keterbatasan kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM), khususnya dalam menggunakan teknologi digital, sehingga anggota paguyuban kurang mampu bersaing dengan *marketplace* besar atau pabrikan. Bila dibiarkan kondisi ini mengakibatkan semakin banyak produsen kue yang akan gulung tikar. Kendala belum tersedianya informasi kinerja keuangan sebagai bentuk pertanggungjawaban pengurus organisasi kepada anggotanya dan sebagai elemen penilaian keberadaan organisasi serta keberlanjutan usaha anggotanya (Hakim, 2020).

Beberapa program PkM yang dilakukan sebelumnya menunjukkan bahwa manajemen usaha yang baik dapat meningkatkan keterampilan UMKM dalam mengelola keuangan yang efektif dan efisien dan berdampak pada peningkatan pendapatan produsen opak jepit di Gresik (Iramani *et al*., 2019). Demikian juga dengan pelatihan manajemen bisnis ikan hias karang mampu meningkatkan pendapatan nelayan di Pulau Barrang Lompo Kota Makasar (Abdullah *et al*., 2021). Demikian juga dengan beberapa hasil penelitian dan PkM tentang teknologi digital bahwa UKM dalam memasarkan produknya dapat memanfaatkan media sosial seperti Instagram untuk meningkatkan kesadaran merek produknya (Suryani *et al*., 2022). Pemberdayaan UKM dengan meningkatkan citra merek produknya dapat dilakukan dengan memanfaatkan *platform digital* seperti media sosial dan situs web (Suryani *et al*., 2021). Pemanfaatan teknologi digital dengan mengoptimalkan

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

informasi melalui website sangat efektif dan dapat menjangkau masyarakat lebih luas (Ekaningtias *et al*., 2021; Supriyanto *et al*., 2022). Disamping itu, pemasaran melalu *platform digital* seperti media sosial dan *e-commerce* sangat efektif dalam meningkatkan penjualan dan daya saing usaha pelaku UKM Kecamatan Ciomas Bogor (Fadila *et al*., 2021).

Kondisi internal dan eksternal yang saat ini dihadapi paguyuban kampung kue Rungkut Surabaya menjadi masalah yang serius. Permasalahan utama yang sedang dihadapi berkaitan dengan manajemen usaha dan pemasaran. Manajemen usaha yang kurang baik mengakibatkan UMKM tidak dapat mengoptimalkan keuntungan usaha (Atmaja *et al*., 2021). Demikian juga dengan pemasaran yang dilakukan secara konvensional mengakibatkan lambatnya penjualan, dikarenakan produk dipasarkan pada area yang terbatas (Iramani *et al*., 2018).

Berikut permasalahan yang dihadapi oleh paguyuban kampung kue, yaitu: (1) Permasalahan manajemen usaha, yaitu kurangnya pemahaman anggota paguyuban terhadap pengelolaan keuangan, belum tersedianya pelaporan manajemen yang memadai, dan belum memadainya peralatan yang digunakan untuk menerima pesanan dalam jumlah besar; (2) Permasalahan pemasaran, yaitu media pemasaran yang dilakukan saat ini belum memanfaatkan sarana digital, konten websie belum dikelola dengan baik, keterbatasan SDM khususnya generasi muda yang mengoperasionalkan teknologi digital, kurangnya jejaring usaha untuk memasarkan kue.

Solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan di atas sesuai dengan rekomendasi hasil penelitian dan pengabdian masyarakat sebelumnya, yaitu: (1) Solusi manajemen usaha, yaitu dengan memberikan pelatihan dan pendampingan pengelolaan usaha, pencatatan transaksi, pembuatan laporan akuntansi sederhana, penyusunan SOP produksi kue dan rencana pengembangan kampung kue. Disamping itu juga, guna meningkatkan kapasitas produksi akan diberikan bantuan peralatan produksi; (b) Solusi pemasaran, yaitu dengan melakukan pelatihan dan pendampingan pemasaran berbasis digital dengan memanfaatkan media sosial, *e-commerce*, dan memperbaiki kualitas informasi di website kampung kue.

Tujuan dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada paguyuban kampung kue Rungkut adalah: (1) meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota paguyuban kampung kue dalam mengelola usahanya, (2) meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota paguyuban kampung kue dalam pencatatan transaksi, (3) meningkatkan kemampuan anggota paguyuban dalam memasarkan produk kuenya secara masif dengan memanfaatkan teknologi digital, (4) meningkatkan kapasitas produksi kue yang berdampak pada peningkatan volume penjualan dan *income generating*.

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

2. Metode

Metode pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim pelaksana melalui pelatihan dan pendampingan kepada mitra dengan tahapan kegiatan sebagai berikut:

a. Tahap Persiapan

Koordinasi awal antara mitra dan tim pelaksana Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) melalui *focus group discussion* (FGD). Koordinasi ini diperlukan untuk menyiapkan setiap tahapan kegiatan PkM yang akan dilakukan. Koordinasi ini mengundang seluruh pengurus paguyuban kampung kue, serta mahasiswa yang akan membantu teknis pelaksanaan pengabdian masyarakat. Hal-hal yang akan didiskusikan antara lain: persiapan tim, jadwal kegiatan, pelaksanaan kegiatan, dan partisipasi paguyuban kampung kue dalam setiap kegiatan.

b. Tahap Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan PkM yang dilakukan adalah pelatihan, penyediaan peralatan produksi, pendampingan, dan pengembangan jejaring.

1) Pelatihan, terdapat tiga kegiatan pelatihan yang disampaikan kepada mitra, yaitu: pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, *e-comprehensive reporting* dalam mendukung pengelolaan usaha, dan workshop manajemen usaha & praktik digital pemasaran
2) Penyediaan bantuan peralatan produksi, tim pelaksana menyediakan peralatan produksi yang sangat dibutuhkan oleh paguyuban kampung kue untuk menambah kapasitas produksi dan memcepat proses. Kegiatan ini bagian dari pendampingan usaha yang dilakukan oleh tim pelaksana.
3) Pendampingan, tim pelaksana PkM dibantu oleh mahasiswa akan melakukan pendampingan kepada pengurus dan anggota paguyuban kampung kue dalam mengaplikasikan materi yang disampaikan dalam pelatihan.
4) Pengembangan jejaring, tim pelaksana PkM melakukan mediasi pengurus paguyuban kampung kue dengan instansi pemerintah melalui Kecamatan dan Kelurahan Rungkut Surabaya. Pengembangan jejaring ini dilakukan dalam rangka mengembangkan usaha dan meningkatkan volume penjualan kue yang akan berdampak pada peningkatan *income generating*.

c. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan setiap tahapan kegiatan dengan tujuan dapat mengukur efektivitas kegiatan PkM yang dilakukan. Evaluasi dilakukan dengan menggunakan metode penyebaran kuesioner, mengukur kemampuan peserta pelatihan, menghitung kapasitas produksi dan penjualan, serta mengukur *income generating* anggota paguyuban sebelum dan sesudah dilaksanaan kegiatan PkM.

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

3. Hasil Dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan PkM pada anggota paguyuban kampung kue rungkut dilaksanakan selama 8 (delapan) bulan, yaitu mulai bulan Mei 2022 sampai dengan Desember 2022. Rangkaian kegiatan yang dilakukan melibatkan tim pelaksana PkM, anggota paguyuban kampung kue, mahasiswa, instansi pemerintah (Kecamatan dan Kelurahan), dan Bagian Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (PPPM), sebagai berikut:

a. *Focus Group Discussion* (FGD) dan koordinasi

Kegiatan koordinasi tim pelaksana PkM dilakukan sebelum tim melakukan kegiatan, seperti koordinasi persiapan pelatihan, persiapan pendampingan, dan membangun jejaring dengan instansi pemerintah seperti pada Gambar 2.a. Hasil diskusi berupa rencana kegiatan, rencana kunjungan ke mitra, rencana pendampingan, termasuk jadwal pelaksanaan kegiatan. Koordinasi tim pelaksana PkM juga dilakukan dengan mahasiswa yang ditugaskan menjadi pendamping mitra dan fasilitator kegiatan. Pelaksanaan koordinasi dilakukan secara luring maupun daring. Hal ini disebabkan pada periode bulan Mei sampai dengan Agustus 2022, peraturan di kampus masih mengikuti himbauan pemerintah untuk pembatasan tatap muka langsung di lingkungan kampus.



(a) (b)

Gambar 2. Koordinasi (a) Tim Pelaksana PkM & Mahasiswa, (b) FGD dengan Mitra

Kegiatan FGD dilakukan tim pelaksana PkM bersama dengan mitra yang diwakili oleh pengurus paguyuban kampung kue seperti Gambar 2.b. Hasil dari FGD dengan mitra didapatkan hasil: a) pelatihan yang dibutuhkan oleh mitra, b) penyediaan peralatan yang dapat meningkatkan kapasistas produksi, c) pendampingan, dan d) membangun komunikasi dengan kecamatan dan kelurahan rungkut. Disamping itu, diskusi dengan ketua atau pengurus paguyuban kampung kue dilakukan pada setiap tahap persiapan pelaksanaan kegiatan agar kegiatan dapat dilaksanakan sesuai rencana dan dapat diikuti oleh pengurus dan anggota paguyuban.

b. Pelatihan

Sebanyak tiga kegiatan pelatihan yang diberikan kepada pengurus dan anggota paguyuban kampung kue, yaitu:

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

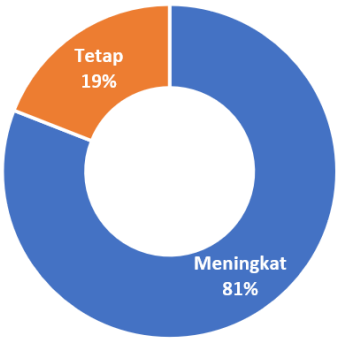
1) Pelatihan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran
Tujuan dari kegiatan pelatihan ini adalah untuk meningkatkan keterlibatan produsen kue dan kemampuan produsen kue dalam menggunakan teknologi digital untuk memasarkan produk kue yang dihasilkan. Diharapkan para produsen kue memiliki kemampuan dan ketrampilan dalam mempromosikan hasil produksi kuenya dengan memanfaatkan media digital.



Gambar 3. Pelatihan pemanfaatan teknologi digital

Pelatihan teknologi digital seperti Gambar 3, dilaksanakan pada tanggal 22 Juli 2022 di rumah salah satu anggota paguyuban kampung kue. Kegiatan ini diikuti oleh 21 orang yang terdiri dari pengurus dan anggota paguyuban. Beberapa pengurus dan anggota yang diundang tidak dapat mengikuti kegiatan dikarenakan pada jadwal yang sama sedang mengerjakan pesanan kue.

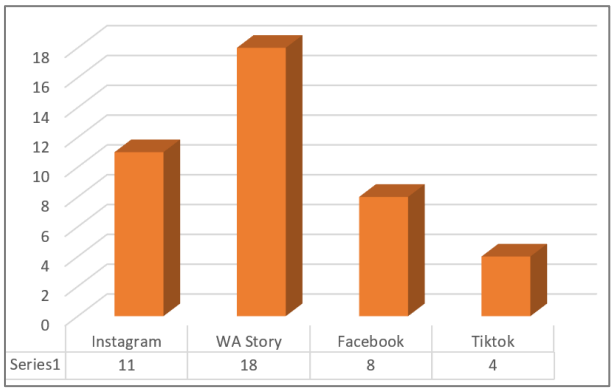
Pengukuran kemampuan peserta pelatihan tentang pemanfaatan teknologi digital dalam media pemasaran, dilakukan dengan pre-test (sebelum pelatihan peserta diberi 10 pertanyaan) dan post-test (setelah pelatihan peserta diberi 10 pertanyaan yang sama) tentang pengetahuan umum teknologi digital dan pemasaran digital. Mayoritas peserta pelatihan dapat memahami materi tentang teknologi digital. Gambar 4 menunjukkan hasil pre-test dan post-test sebesaar 80,95% peserta mengalami peningkatan pengetahuan, 19,05% peserta nilai pre-test sama dengan post-test, dan tidak ada nilai post-test yang turun.



Gambar 4. Pemahaman teknologi digital setelah pelatihan

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Hasil dari pelatihan pemanfaatan teknologi digital telah dirasakan oleh pengurus dan anggota paguyuban, terutama yang paham IT dan memiliki keterampilan dalam memanfaatkan handphone untuk promosi. Pelatihan tentang teknologi digital dan pemanfaatannya untuk media promosi telah ditindaklanjuti oleh mitra dengan cara mengaplikasikan promosi produknya ke media sosial seperti WA Story, Instagram, Facebook dan Tiktok. Hasil wawancara dan survei yang dilakukan pada bulan Desember 2022 oleh tim PkM dan mahasiswa saat pendampingan kepada 21 anggota paguyuban tentang media sosial yang digunakan untuk promosi seperti Gambar 5, didapatkan informasi sebanyak 11 orang (52,38%) telah mempromosikan ke media sosial Instagram, 18 orang (85,71%) telah mempromosikan produknya dalam bentuk status di whatsapp (WA Story), 9 orang (42,86%) di Facebook, dan Tiktok sebanyak 4 orang (19,04%).



Gambar 5. Pemanfaatan media sosial untuk promosi

2) Pelatihan *e-comprehensive reporting* dalam mendukung pengelolaan usaha

Pelatihan yang kedua tentang *e-comprehensive reporting* kepada mitra telah dilaksanakan pada 8 Oktober 2022 di rumah salah satu anggota paguyuban kampung kue seperti Gambar 6. Kegiatan pelatihan diikuti oleh 16 orang pengurus dan anggota paguyuban kampung kue.



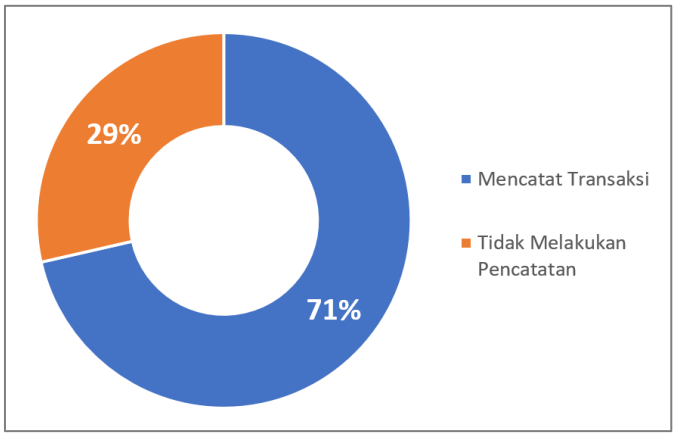
Gambar 6. Pelatihan *e-comprehensive reporting*

Pelatihan ini bertujuan untuk mengenalkan kepada pengurus dan anggota tentang bagaimana cara melakukan pencatatan transaksi secara manual maupun secara elektronik. Pelatihan *e-comprehensive reporting* dapat membantu para produsen kue dalam mengelola sumber daya bahan dan keuangan. Pada pelatihan ini juga dikenalkan aplikasi *e-comprehensive*

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

reporting yang dikembangkan untuk membantu paguyuban dalam memproses data transaksi secara elektronik melalui website kampung kue.

Dampak dari pelatihan *e-comprehensive reporting* dan manajemen usaha adalah meningkatnya kemampuan dan ketrampilan pengurus dan anggota paguyuban dalam mengelola administrasi usaha mereka. Hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan oleh tim pelaksana PkM pada bulan November 2022 terhadap dampak pelatihan ini adalah meningkatnya kemampuan dan ketrampilan anggota paguyuban dalam mengelola administrasi usaha mereka (Gambar 7), dimana 71,43% produsen kue sudah mulai melakukan pencatatan biaya produksi dan penjualan kue meskipun dengan cara yang sederhana dan sisanya 28,57% mitra belum melakukan pencatatan.



Gambar 7. Pencatatan transaksi dan laporan

Disamping itu, admin website dalam mengelola menu proses yang digunakan dalam aplikasi web admin, terutama dalam pengelolaan proses *e-comprehensive reporting* juga mengalami peningkatan pengetahuan dan ketrampilan. Peningkatan ini disebabkan adanya pendampingan yang dilakukan oleh mahasiswa dan juga tersedianya buku panduan yang dapat menjadi pedoman pengelola admin web kampung kue.

3) Workshop manajemen usaha dan praktik pemasaran berbasis digital

Pelatihan yang ketiga dalam bentuk workshop tentang penguatan manajemen usaha dan pemasaran digital kepada anggota paguyuban kampung kue dilaksanakan pada 23 Desember 2022 di kampus Universitas Hayam Wuruk Perbanas ditunjukkan pada Gambar 8. Jumlah peserta yang hadir sebanyak 19 orang terdiri atas pengurus dan anggota paguyuban kampung kue.

Workshop ini bertujuan untuk mengenalkan kepada pengurus dan anggota tentang bagaimana mengelola usaha yang baik dan benar, cara melakukan pencatatan transaksi dengan baik dan benar. Praktik langsung yang dilakukan dalam pelatihan ini diharapkan dapat membantu para produsen

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

kue dalam mengelola usaha, transaksi uang masuk, transaksi uang keluar, dan pengelolaan modal usaha.



Gambar 8. Workshop manajemen usaha dan praktik digital pemasaran

Workshop dengan materi praktik langsung pemasaran digital merupakan kelanjutan dan penguatan dari materi pelatihan pertama. Peserta workshop langsung mempraktikan cara dan langkah memasarkan produknya ke media sosial sebagai bentuk pemasaran digital. Mitra juga diajarkan bagaimana membuat foto kue yang bagus dan menarik. Hasil dari foto produk selanjutnya diolah menggunakkan aplikasi Canva berbasis Android. Setelah produk kue memiliki tampilan menarik dan informatif, selanjutnya diunggah ke media sosial.

c. Bantuan peralatan produksi

Peralatan yang dibutuhkan oleh mitra guna meningkatkan kapasitas produksi kue telah diserahterimakan oleh tim pelaksana PkM sesuai dengan identifikasi kebutuhan mitra pada saat FGD. Penyerahan peralatan produksi dilakukan setelah pelaksanaan pelatihan pertama 22 Juli 2022 seperti pada Gambar 9.



Gambar 9. Penyerahan bantuan peralatan

Dengan tersedianya peralatan produksi mampu menambah kapasitas produksi, proses lebih cepat dan lebih efiesien dalam memproduksi kue. Hasil survei yang dilakukan oleh tim PkM dan mahasiswa kepada 21 orang anggota paguyuban menunjukkan peningkatan kapasitas produksi dari rata-rata 3.500 kue menjadi 4.500 kue yang diproduksi setiap harinya. Peningkatan produksi kue tentunya berdampak pada peningkatan penjualan produsen kue. Kisaran harga kue yang dibeli oleh konsumen untuk dijual lagi adalah Rp. 1.500 sampai dengan Rp. 2.000. Dengan menggunakan dasar harga penjualan sebesar Rp. 1.500 per kue, maka total penjualan dari 21 orang anggota paguyuban per hari meningkat dari Rp. 5.250.000 (Rp. 250.000 per orang) menjadi Rp. 6.750.000 (Rp. 325.000 per

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

orang) per hari. Dampak langsung dari peningkatan penjualan ini adalah meningkatnya *revenue generating* dan *income generating* pada setiap produsen kue yang tergabung dalam paguyuban kampung kue.

d. Pendampingan

Pendampingan yang dilakukan oleh tim pelaksana PkM (Gambar 10.a) dibantu oleh mahasiswa (Gambar 10.b) dengan cara datang ke lokasi PkM Jalan Rungkut Lor II, Rungkut, Surabaya. Kegiatan pendampingan dilakukan terhadap pengelolaan usaha dalam bentuk *e-comprehensive reporting*, manajemen usaha, dan pendampingan dalam digital pemasaran serta pengelolaan konten website www.perbanas.ac.id sebagai media informasi dan promosi paguyuban kampung kue.



(a) (b)

Gambar 10. Pendampingan oleh (a) Tim pelaksana PkM, (b) Mahasiswa

Tim pelaksana PkM dengan dibantu mahasiswa telah melakukan pendampingan manajemen usaha kepada mitra. Kegiatan pendampingan dalam bentuk: a) manajemen usaha seperti membuat pencatatan keuangan dan pengelolaan kas sederhana, menghitung biaya produksi sehingga dapat ditentukan harga pokok penjualan, dls; b) pemanfaatan teknologi digital seperti membuat foto kue agar lebih menarik, meng-*edit* foto dengan aplikasi canva, dan mengelola pemasaran kue menggunakan media sosial instagram, facebook, dls.; dan 3) pengelolaan *e-comprehensive reporting*, 4) penyusunan SOP pengelolaan produk kue, dan 5) penyusunan rencana pengembangan kampung kue.

e. Membangun Komunikasi dengan Instansi Pemerintah

Tim Pelaksana PkM dengan didampingi oleh mitra telah melaksanakan kunjungan dan diskusi ke Kelurahan Rungkut dan Kecamatan Rungkut pada bulan Agustus 2022. Hasil diskusi dengan Bapak Lurah (Gambar 11.a) juga dengan Bapak Camat (Gambar 11.b), memunculkan ide baru untuk mengembangkan usaha kuliner di daerah sekitara kampung kue Rungkut Surabaya. Kedepannya direncanakan akan dibangun wisata kuliner "Rungkut Asri Romansa" sebagai area nongkrong dan berjualan produk paguyuban kue, warga sekitar Rungkut dan PKL/UMKM lainnya yang berminat untuk memajukan wisata kuliner wilayah Rungkut Asri.

Munculnya gagasan ini disambut baik oleh paguyuban kampung kue, karena mitra PkM memiliki kesempatan untuk memasarkan hasil produksinya dan menambah jumlah penjualan kue melalui wisata kuliner yang digagas oleh

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Lurah dan Camat Rungkut. Hal ini tentunya akan berdampak pada peningkatan *income generating* anggota paguyuban kampung kue.



(a) (b)

Gambar 11. Diskusi dengan (a) Lurah, dan (b) Camat Rungkut Surabaya

Faktor yang menghambat pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, antara lain: 1) pada awal pelaksanaan pengabdian di bulan Mei 2022 adalah saat bulan bulan puasa dan lebaran, sehingga pelaksanaan yang direncanakan pada awal bulan Mei tidak bisa dilaksanakan dengan lancar; 2) kesibukan anggota paguyuban dalam memproduksi kue yang tidak mengenal hari libur, menyebabkan kegiatan pelatihan dan pendampingan tidak dapat diikuti oleh semua anggota; 3) tenaga admin website yang ditunjuk oleh mitra tidak dapat membantu operasional website secara berkelanjutan, karena personil tersebut telah mendapatkan pekerjaan di perusahaan. Hal ini mengakibatkan mitra dan tim pelaksana PkM harus mencari alternatif pengganti tenaga admin yang mampu mengelola website.

Faktor yang mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat, yaitu: 1) peran aktif dan kontribusi mitra dalam pelaksanaan kegiatan sangat membantu tim pelaksana dalam menjalankan kegiatan pelatihan dan pendampingan; 2) dukungan pemerintah kota melalui Kelurahan dan Kecamatan sangat baik, sehingga tim pelaksana diikutkan dalam memberikan pertimbangan untuk pengembangan wilayah Rungkut dan sekitarnya; 3) dukungan institusi Universitas Hayam Wuruk Perbanas terutama Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (PPPM) dalam memfasilitasi keperluan PkM, sehingga pelaksanaan program dan kegiatan pengabdian masyarakat berjalan lancar.

4. Kesimpulan

Program PkM yang dilaksanakan dalam bentuk pelatihan, pendampingan, dan pemberian peralatan produksi telah memberikan dampak peningkatan *income generating* bagi anggota paguyuban kampung kue rungkut Surabaya. Dampak yang lain juga terlihat dari peningkatan keterampilan mitra dalam mengelola usaha, melakukan pencatatan transaksi penjualan, laporan keuangan, dan anggota paguyuban kampung kue mampu mengaplikasikan teknologi digital untuk memasarkan produk kue yang dihasilkannya.

Rencana tindak lanjut pengabdian kepada masyarakat periode selanjutnya adalah pengembangan wisata kuliner di Kecamatan Rungkut Surabaya. Rencana ini sejalan dengan hasil diskusi antara tim pelaksana PkM, mitra PkM, Bapak Lurah

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

dan Bapak Camat Rungkut Surabaya bahwa wilayah kecamatan Rungkut khususnya di Rungkut Asri memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi wisata kuliner, karena telah ada kampung kue yang lebih dulu merintis usaha produksi kue dan beberapa UMKM yang terdapat disekitar wilayah tersebut.

Pengembangan wisata kuliner dan edukasi tidak hanya mengembangkan kampung kue yang berada di Rungkut Lor saja, namun terjalinnya kerjasama dengan kelompok UMKM yang berada di sekitarnya (Rungkut Asri). Harapan Lurah dan Camat, kedepannya akan menjadi "Rungkut Asri Romansa" sebagai salah satu icon wisata kuliner di wilayah Surabaya Timur. Harapan lainnya bahwa dalam pengembangan ini tidak hanya melibatkan pihak pemerintah daerah, juga akademisi dan industri menjadi sangat penting. Dengan adanya program pengabdian kepada masyarakat lanjutan di wilayah ini, akan mampu mempercepat terlaksananya wisata kuliner dan lebih lanjut diharapkan mampu meningkatkan *income generating* dan perekonomian UMKM di Kecamatan Rungkut Surabaya.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Kemdikbudristek yang telah memberikan bantuan melalui Program Kemitraan Masyarakat tahun 2022. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Ketua dan Anggota Paguyuban Kampung Kue Rungkut atas partisipasi kegiatan dan penyediaan fasilitas, Instansi Kecamatan dan Kelurahan Rungkut Surabaya yang telah memberikan dukungan pelaksanaan kegiatan dan rencana pengembangan wisata kuliner, Pimpinan dan Pengelola Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Hayam Wuruk Perbanas dalam memberikan masukan dan dukungan fasilitas sarana PkM.

6. Daftar Pustaka

Abdullah, A., Kasmi, M., Karma, K., & Ilyas, I. (2021). Pelatihan Manajemen Bisnis Ikan Hias Karang : Upaya Meningkatkan Pendapatan Nelayan di Pulau Barrang Lompo. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *4*(3), 395. https://doi.org/10.35914/tomaega.v4i3.903

Atmaja, H. E., Hartono, B., & Ikhwan, K. (2021). Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Manajemen pada Pelaku UMKM Desa Balesari Kabupaten Magelang. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *5*(6), 1487–1492. https://doi.org/10.31849/dinamisia.v5i6.4902

Avriyanti, S. (2021). Strategi Bertahan Bisnis Di Tengah Pandemi COVID-19 dengan Memanfaatkan Bisnis Digital (Studi pada UKM yang Terdaftar pada Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Tabalong). *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Publik Dan Administrasi Bisnis (PubBis)*, *5*(1), 60–74. https://doi.org/10.35722/pubbis.v5i1.380

Bae, S., Sung, E., & Kwon, O. (2021). Accounting for social media effects to improve the accuracy of infection models: combatting the COVID-19 pandemic and infodemic. *European Journal of Information Systems*, *30*(3), 342–355. https://doi.org/10.1080/0960085X.2021.1890530

Ekaningtias, D., Supriyati, & Nurhadi, M. (2021). Pendampingan E-Finance

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Business pada Produsen Kampung Kue Rungkut Surabaya. *Jurnal Ipteks Akuntansi Bagi Masyarakat*, *5*(2), 35–45. https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jiam/article/view/36261/34050

Fadila, A., Sholihah, D. R., & Nugraheni, S. (2021). Pembinaan Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital pada pelaku UKM Kecamatan Ciomas Bogor. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *4*(2), 221. https://doi.org/10.35914/tomaega.v4i2.782

Hadi, S., Tamansiswa, U. S., Supardi, S., & Kudus, U. M. (2020). Revitalization Strategy for Small and Medium Enterprises after Corona Virus Disease Pandemic (Covid-19) in Yogyakarta. *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology*, *XII*(IV). https://doi.org/10.37896/jxat12.04/1149

Hakim, D. R. (2020). Urgensi Penyusunan Laporan Keuangan Koperasi Berbasis SAK EMKM. *Implementasi : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(1), 7–11. http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/IMPS/article/view/7344

Iramani, Suryani, T., & Nurhadi, M. (2018). Peningkatan Kualitas dan Pemasaran Produk Camilan Khas Gresik. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat (SENIAS)*, *2*(1), 26–29.

Iramani, Suryani, T., & Nurhadi, M. (2019). Dampak Pelatihan dan Pendampingan Manajemen Usaha terhadap Kinerja pada Kelompok Usaha Camilan Khas Gresik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM17)*, *04*(02), 61–66. http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jpm17/article/view/1841

Supriyanto, H., Nurhadi, M., Prasetya, M. S., Hermansyah, D., & Puspitaningrum, A. C. (2022). Pembuatan Media Informasi Digital sebagai Sarana Informasi dan Promosi Sekolah. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, *6*(5), 1–9. https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jmm.v6i5.9929

Suryani, T., Fauzi, A. A., & Nurhadi, M. (2020). The Effect of Website and Social Media On Customer Behavior Responses. *The 2nd International Conference on Business and Banking Innovations (ICOBBI)*, 175–182.

Suryani, T., Fauzi, A. A., & Nurhadi, M. (2021). Enhancing brand image in the digital era: Evidence from small and medium-sized enterprises (SMEs) in Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, *23*(3), 314–340. https://doi.org/10.22146/gamaijb.51886

Suryani, T., Fauzi, A. A., & Nurhadi, M. (2022). What Should Companies Do to Improve Brand Awareness Through Instagram ? The Lens of Signalling Theory. *Asian Journal of Business and Accounting*, *15*(2), 247–279. https://doi.org/https://doi.org/10.22452/ajba.vol15no2.9

Suryani, T., Nurhadi, M., & Fauzi, A. A. (2020). *E-marketing Bagi UKM: Strategi Periklanan, Website & Media Sosial*. Jakad Media Publishing.

©To Maega | Jurnal Pengabdian Masyarakat. This is an open access article under the CC BY-SA 4.0 license (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).