

Kumawula, Vol.6, No.1, April 2023, Hal 60 – 70  
 DOI: <https://doi.org/10.24198/kumawula.v6i1.41382>  
 ISSN 2620-844X (online)  
 ISSN 2809-8498 (cetak)  
 Tersedia online di <http://jurnal.unpad.ac.id/kumawula/index>

## AKSELERASI DAYA SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH (UKM) SAMBAL DI SURABAYA MELALUI PROGRAM PENDAMPINGAN YANG HOLISTIK

Yenny Sugiarti<sup>1\*</sup>, Yenny Sari<sup>2</sup>, Mochammad Arbi Hadiyat<sup>3</sup>, Andre<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Jurusan Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya

<sup>2,3</sup>Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Surabaya

<sup>4</sup>Jurusan Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Surabaya

\*Korespondensi : [yenny\\_s@staff.ubaya.ac.id](mailto:yenny_s@staff.ubaya.ac.id)

### ABSTRACT

*UKM Dede Satoe in Surabaya faced at least four main problems, namely processing that does not meet international food safety standards, packaging attributes and designs that do not comply with international standards, limited marketing facilities, and limited understanding of business management which make it unable to compete with manufacturers. Therefore, for three years (2018-2020), a holistic mentoring program was carried out which includes: food safety standardization, improvement of product packaging attributes and designs, provision of business management, especially finance, as well as mentoring in the use of various media both online and offline. The aim of this program was to increase the competitive advantages of SMEs so that their target and market share become wider and more competitive in the global market. As a result, at the end of 2020, the products received the HACCP standard, the products had economical packaging designs with attributes according to international standards, UKM Dede Satoe was able to present financial reports and use them for various kinds of decision making, and there had been a significant increase in online sales and export transactions.*

**Keywords:** *competitiveness; export; empowerment; food-safety standardization, SMEs*

### RIWAYAT ARTIKEL

Diserahkan : 15/10/2022  
 Diterima : 29/01/2023  
 Dipublikasikan : 02/04/2023

### ABSTRAK

UKM Dede Satoe di Surabaya menghadapi setidaknya empat permasalahan utama, yaitu proses pengolahan yang belum memenuhi standar keamanan pangan internasional, atribut dan desain kemasan yang belum sesuai standar internasional, terbatasnya sarana pemasaran, dan terbatasnya pemahaman tentang manajemen bisnis yang membuatnya kalah bersaing dengan pabrikan. Oleh sebab itu, selama tiga tahun (2018-2020) dilaksanakan program pendampingan yang bersifat holistik yang meliputi: pendampingan dan pelatihan standardisasi keamanan pangan sesuai standar pangan internasional, perbaikan atribut dan desain kemasan produk, pembekalan manajemen bisnis khususnya keuangan, serta pendampingan penggunaan berbagai media baik online maupun offline untuk memperluas sarana pemasaran. Tujuan dilaksanakannya program ini adalah untuk meningkatkan daya saing UKM sehingga target dan pangsa pasarnya menjadi lebih luas dan bersaing di pasar global. Hasilnya, di akhir tahun 2020, produk mitra

telah tersertifikasi keamanan pangan internasional (HACCP), produk telah memiliki desain kemasan ekonomis dengan atribut sesuai standar internasional, UKM mampu menyajikan laporan keuangan dan menggunakannya untuk berbagai macam pengambilan keputusan, dan adanya peningkatan signifikan transaksi penjualan online dan ekspor.

**Kata Kunci:** Daya Saing; Ekspor; Pemberdayaan; Standardisasi Keamanan Pangan; UKM

## PENDAHULUAN

Kementerian Koperasi dan UKM RI melaporkan bahwa secara jumlah, unit usaha di Indonesia didominasi oleh UMKM. Jumlah UMKM di tahun 2019 mencapai 65,5 juta unit (99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia) tabel 1. UMKM juga mendominasi penyerapan tenaga kerja. Di tahun 2019 UMKM menyerap 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja. Lebih lanjut, secara gabungan di tahun 2019, skala kegiatan ekonomi UMKM memberikan kontribusi sekitar 60,5% terhadap total Pendapatan Domestik Bruto Indonesia (UKM Indonesia, 2019; Iswara, 2020; Vania, 2021). Perkembangan UKM selengkapnya dapat dilihat pada tabel 1. Data tersebut menunjukkan bahwa keberadaan UKM sangat signifikan dalam menopang perekonomian Indonesia. UMKM sangat berperan untuk membantu perekonomian rakyat kecil dan pemerataan pendapatan (Kadeni dan Srijani, 2020). Selain itu UKM yang sudah mengekspor produknya juga turut menyumbang devisa negara (Kadeni dan Srijani, 2020).

**Tabel 1. Perkembangan UMKM Indonesia 2017-2019**

Keterangan	Tahun		
	2017	2018	2019
Jumlah UMKM	62,9 juta (99,99%)	64,2 juta (99,99%)	65,5 juta (99,99%)
Kontribusi terhadap PDB	60,3%	57,2%	60,5%
Penyerapan tenaga kerja UMKM/total penyerapan tenaga kerja	97,5%	97%	96,9%

(Sumber: UKM Indonesia, 2019; Iswara, 2020; Vania, 2021)

Di tahun 2020 UKM dengan bidang usaha makanan merupakan usaha mikro kecil yang terbanyak di Indonesia (BPS, 2022).

Salah satu usaha mikro kecil yang bergerak dalam usaha makanan yang sangat potensial untuk dikembangkan adalah usaha produksi sambal. Sambal yang merupakan produk makanan dan minuman yang merupakan salah satu Komoditi Produk dan Jasa Unggulan (KPJU) Jawa Timur yang ditetapkan oleh Bank Indonesia di tahun 2018. RPJMD Kota Surabaya 2016- 2021 menyebutkan bahwa kontribusi industri makanan dan minuman terhadap PDRB adalah 14,16%. Ini menyebutkan bahwa sambal sebagai salah satu produk makanan juga turut berkontribusi terhadap PDRB kota Surabaya. Sambal merupakan salah satu produk unggulan Jawa Timur (Pemerintah Kota Surabaya, 2018). Tahun 2013 Indonesia berhasil mengekspor 350 ton sambal, meningkat 197% dibanding tahun sebelumnya (Juwitasari, 2022). Sebagian sambal yang diekspor tersebut adalah hasil usaha kecil dan menengah (UKM) di Jawa Timur. UKM yang bergerak di bidang produksi sambal harus ditingkatkan daya saingnya di pasar nasional dan internasional (global) untuk memperkuat posisinya sebagai salah satu produk unggulan di Jawa Timur.

Produk hasil produksi UKM masih belum bisa bersaing di pasar global karena beberapa kendala. Kendala yang pertama adalah kurangnya kemampuan (Irawan, 2020) dan keahlian SDM (Sumber Daya Manusia). UKM memiliki keterbatasan dana untuk menggaji karyawan sehingga sulit untuk merekrut tenaga kerja dengan kualifikasi tinggi dengan kompetensi dan keahlian yang memadai (Qubtan & Tha, 2020). Aktivitas pelatihan juga sulit untuk dilakukan secara memadai karena terbatasnya dana. Kedua karena terbatasnya media pemasaran yang digunakan. UKM masih

mengandalkan media pemasaran tradisional dan masih memiliki keterbatasan akses ke platform digital sehingga masih memiliki pangsa pasar yang terbatas (Maryanti, *et al.*, 2020; Qubtan & Tha, 2020). Ketiga adalah proses produksi dan produk yang belum terstandardisasi. Proses produksi yang belum terstandardisasi membuat proses produksi tidak efisien (Maryanti, *et al.*, 2020). Hal tersebut berpotensi menghasilkan produk yang tidak konsisten kualitasnya, padahal kualitas produk merupakan salah satu faktor yang signifikan dalam memengaruhi minat pelanggan untuk membeli produk UKM. Keempat adalah harga jual yang tidak kompetitif. Penetapan harga dipengaruhi oleh beberapa hal seperti permintaan produk, pangsa pasar sasaran, reaksi pesaing, strategi penetapan harga, hingga biaya operasional (Miati & Tresna, 2020). Harga jual yang tidak kompetitif dapat dipicu oleh beberapa hal, seperti tingginya biaya produksi, dan belum tepatnya penetapan harga jual. Rata-rata UKM belum memiliki pemahaman terhadap pengelolaan keuangan sehingga merasa bahwa pengelolaan keuangan merupakan hal yang sulit dan merepotkan (Safrianti & Puspita, 2021). Hal tersebut menyebabkan banyak UKM tidak dapat menggunakan informasi keuangan yang dimiliki untuk menetapkan harga jual produk/jasa dengan tepat, padahal harga jual merupakan salah satu faktor yang memengaruhi minat beli calon pelanggan.

Peningkatan daya saing UKM harus dilakukan untuk mengatasi berbagai permasalahan di atas. Yang pertama adalah meningkatkan kompetensi dan keahlian SDM UKM. Peningkatan kompetensi dan keahlian dapat meningkatkan kinerja karyawan (Nurhayati & Atmaja, 2021). Hal tersebut akan membuat karyawan lebih produktif dan proses produksi lebih efisien. Pelatihan karyawan untuk UKM harus disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing UKM. Kedua adalah penggunaan media pemasaran alternatif disamping media pemasaran tradisional (*face-to-face*). Media pemasaran tradisional masih diperlukan namun perlu diperkuat dengan media pemasaran *online* untuk memperbesar

pangsa pasar. Pemasaran digital akan meningkatkan penjualan (Sugiarti, Sari, & Arbi, 2020), lebih murah dibanding penggunaan *traditional marketing*, dapat lebih banyak menjangkau pelanggan termasuk pelanggan di luar negeri, dan produk UKM menjadi lebih mudah dilihat sehingga secara keseluruhan hal ini akan meningkatkan daya saing UKM (Omar *et al.*, 2020). UKM dapat menggunakan media sosial yang relatif mudah digunakan (Hilmiana & Kirana, 2022), *website*, atau *online platform* yang tersedia. Ketiga adalah dengan peningkatan kualitas produk melalui sistem manajemen mutu dan standardisasi keamanan pangan. Implementasi manajemen mutu sangat diperlukan oleh UKM untuk menjamin produk yang dihasilkan konsisten dari waktu ke waktu (Bramanti, Hubeis, & Palupi, 2018). Implementasi standardisasi keamanan pangan juga akan memberikan jaminan kualitas produk sehingga dalam jangka panjang juga akan meningkatkan pangsa pasar dan profitabilitas perusahaan (Liu, *et al.*, 2021). Kelima adalah pengelolaan keuangan yang profesional. Pengelolaan keuangan profesional akan membantu UKM berkembang (Indrayani, 2020) karena UKM dapat mengambil keputusan yang tepat seperti pengembangan usaha, keputusan pengambilan kredit dan penetapan harga jual.

Peran pemerintah untuk pengembangan UKM cukup signifikan (Sumadi & Prathama, 2021). Kolaborasi antara semua pihak yang terlibat dalam sebuah industri bisnis berperan penting dalam menciptakan lingkungan usaha yang kondusif sehingga dapat menumbuhkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Purbasari, Wijaya, & Rahayu, 2020). Pemerintah dapat melakukan beberapa cara untuk meningkatkan daya saing UKM, seperti pemberian bantuan langsung, fasilitas kredit, serta melalui program kemitraan *triple helix* antara pemerintah, perguruan tinggi dan perusahaan. Kemitraan antara perguruan tinggi dan perusahaan akan membawa dampak positif bagi masing-masing pihak (Lutchen, 2018). Perguruan tinggi dapat memanfaatkan talenta-talenta yang dimiliki untuk mengaplikasikan ilmunya di masyarakat, sedangkan perusahaan memperoleh tambahan ilmu dan inovasi hasil

penelitian yang dapat diterapkan di perusahaannya.

Masalah utama yang dihadapi UKM Dede Satoe hampir sama dengan yang dihadapi UKM pangan olahan pada umumnya yaitu proses pengolahan pangan belum sesuai dengan standar keamanan pangan, kemasan yang belum memuat atribut lengkap, kurang profesionalnya manajemen pemasaran, serta kurangnya pemahaman terhadap pengelolaan keuangan. Adanya pandemi COVID-19 juga mengharuskan UKM pangan olahan menerapkan protokol kesehatan sesuai aturan pemerintah. Program kemitraan ini bermaksud mengatasi berbagai masalah tersebut selama tahun 2018- 2020.

## METODE

Program ini didanai oleh Ristekdikti melalui hibah PPPE di tahun pertama dan hibah PPPUD di tahun ke 2 dan 3. Tim melaksanakan beberapa program selama tiga tahun (2018-2020) untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh UKM. Penyelesaian masalah UKM Dede Satoe dilakukan secara bertahap dalam 3 tahun dimulai dengan pendampingan untuk perbaikan proses produksi dan berakhir dengan pelatihan dan pendampingan untuk optimalisasi saluran pemasaran. Pelaksanaan program melibatkan mahasiswa dari prodi terkait sebagai pelaksana lapangan pendampingan seperti mahasiswa program studi teknik industri untuk standardisasi kualitas, mahasiswa program studi akuntansi untuk pendampingan akuntansi, dan mahasiswa teknik informatika untuk pelatihan dan pendampingan *digital marketing* dan *website*. Secara detail, aktivitas yang dilakukan adalah sebagai berikut:

### Tahun pertama

1. Pelatihan sterilisasi proses pengemasan dengan mesin sterilisasi pengemasan dan lampu UV di *white area* produksi dengan melaksanakan beberapa pendampingan.
2. Pelatihan pengemasan yang lebih higienis dalam botol kaca yang lebih mudah diterima di pasar internasional dengan melaksanakan beberapa pendampingan.

3. Pendampingan sistem manajemen mutu dengan melakukan evaluasi terhadap implementasi ISO 9001:2008 dan persiapan *upgrading* ISO 9001: 2015 dengan melaksanakan beberapa pelatihan (Gambar 1):



**Gambar 1. Evaluasi ISO 9001:2008 dan Pelatihan ISO 9001:2015**

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2018)

### Tahun kedua

1. Pelatihan pengemasan dalam *sachet* yang lebih ekonomis disertai kemasan yang sesuai dengan standar yang berlaku dengan melakukan kerja sama dengan tenaga ahli dari Fakultas Industri Kreatif Ubaya dan melakukan pendampingan proses produksi.
2. Pelatihan standardisasi keamanan pangan dengan melakukan pendampingan HACCP (*Hazard Analysis & Critical Control Points*) sampai UKM siap dan mampu melampaui *surveillance audit* yang dilaksanakan oleh pihak eksternal (IPB) seperti tampak pada Gambar 2.
3. Pelatihan akuntansi dan keuangan untuk pemahaman pengelolaan keuangan dengan melakukan pendampingan proses penyusunan laporan keuangan dan beban pokok produksi menggunakan *software* akuntansi sehingga informasi keuangan dapat digunakan untuk berbagai pengambilan keputusan penting.
4. Pelatihan dan pendampingan penggunaan *platform online* seperti Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Lazada, Bili dan Kuka.
5. Pendampingan penyusunan portofolio produk sebagai sarana untuk menunjukkan profil UKM kepada berbagai pihak.

Portofolio produk ini dibuat dalam 2 bahasa sehingga juga dapat ditunjukkan pada *potential buyer* dari luar negeri.

### Tahun ketiga

1. Pelatihan HACCP untuk keamanan pangan mulai pendampingan dokumentasi, proses produksi dan audit keamanan pangan sehingga UKM memperoleh kembali sertifikasi HACCP (Gambar 2).
2. Pendampingan sanitasi personal dan penyusunan protokol COVID-19 untuk menjamin bahwa produksi telah dilakukan dengan higienis, bebas virus, dan kuman terutama bagi staf baru UKM Dede Satoe. (Gambar 2)
3. Pendampingan untuk penggunaan *website* UKM supaya dapat digunakan untuk media informasi *update* terkini capaian UKM Dede Satoe sekaligus dapat digunakan untuk langsung berbelanja. Tim memberikan pelatihan kepada beberapa staf UKM sehingga mereka dapat mengoperasikan *website* secara mandiri. Tim juga membuat video tutorial untuk operasional *website* untuk memudahkan UKM nantinya secara mandiri mengoperasikannya. *Website* dibuat dalam dua bahasa, yaitu bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, karena diharapkan dapat menjadi sarana komunikasi dan pemasaran global.
4. Pendampingan penggunaan media pemasaran *online* melalui penggunaan Instagram Business, untuk itu tim memberikan pelatihan *digital marketing* serta pembuatan manual untuk penggunaan *paid promote* Instagram untuk memudahkan UKM menggunakannya.
5. Pelatihan dan pendampingan optimalisasi Edustore dengan konsep bisnis percontohan yang sehat dan beretika sekaligus sebagai media untuk meningkatkan penjualan *offline*. Untuk mengembangkan Edustore ini tim bekerja sama dengan Fakultas Industri Kreatif Ubaya untuk mengembangkan desain dan berbagai konten yang akan ditampilkan.



**Gambar 2. Pelatihan HACCP & Sanitasi Personal**

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2020)

Paparan hasil akan disajikan melalui analisis deksriptif dengan sumber data dari hasil interviu dengan pemilik dan staf UKM, analisis dokumen UKM yaitu dokumen produksi dan penjualan serta observasi kegiatan dan fasilitas produksi, penjualan, dan sanitasi personal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Masalah yang dihadapi oleh UKM diselesaikan melalui program pendampingan holistik pada seluruh aktivitas dalam *value chain* UKM mulai proses desain, produksi, distribusi dan pemasaran, serta aktivitas pendukung penting yaitu manajemen perusahaan yang meliputi sistem manajemen mutu dan pengelolaan keuangan. Secara ringkas hasil program pendampingan holistik yang dilakukan tahun 2018-2020 dijelaskan berikut:

### a. Hasil Tahun Pertama (2018)

Masalah pertama yang akan diatasi di tahun pertama adalah terkait desain kemasan produk. Produk hanya diproduksi dalam botol plastik, padahal untuk kepentingan ekspor kemasan botol kaca lebih mudah diterima karena lebih steril dan bebas dari kontaminasi. Penggunaan botol kaca akan meningkatkan daya saing produk

UKM mitra ke negara-negara yang menuntut penggunaan botol kaca. Setelah dilakukan pendampingan proses sterilisasi dan *sealing* pengemasan pada botol kaca, UKM berhasil menggunakan botol kaca sebagai alternatif penggunaan kemasannya. Kemasan botol kaca ini telah dipamerkan dalam 33rd Trade Expo Indonesia di Jakarta yang diselenggarakan tanggal 24 Oktober sampai 28 Oktober 2018 di Jakarta. Sebuah pameran bergengsi yang dihadiri importir dari berbagai negara yang berminat terhadap produk Indonesia. Pada pameran tersebut tercapai kesepakatan tidak tertulis dengan pembeli potensial dari Korea Selatan dan Amerika, bahwa jika UKM Dede Satoe dapat memproduksi sambal dengan skala besar dengan kemasan botol kaca, tahan kedaluwarsa 1 tahun dan tidak menggunakan pengawet maka mereka bersedia untuk membuat kontrak pembelian. Sampai tahun 2020 (berakhirnya pendampingan) UKM masih menggunakan kemasan botol kaca jika ada permintaan pelanggan. Proses pengemasan juga difasilitasi dengan pemasangan lampu UV di ruang produksi di ruang pengemasan. Sinar ultra violet yang terpancar dengan gelombang tertentu pada lampu dapat membunuh mikroorganisme yang tidak bisa dilihat dengan kasat mata sehingga ruang produksi tetap steril meski tanpa alat sterilisasi yang mahal.

Sistem manajemen mutu UKM mitra juga diperbaiki dan ditingkatkan konsistensinya pelaksanaannya. Tim memberikan pendampingan ISO 9001:2015 untuk seluruh staf. Hasilnya saat ini seluruh dokumen ISO telah ter-*upgrade* ke ISO 9001:2015. Standar tersebut juga telah dilaksanakan secara konsisten. Audit internal telah dilakukan secara mandiri oleh staf. Hal ini akan meningkatkan konsistensi jaminan mutu bagi pelanggan mulai dari order pelanggan diterima sampai dengan produk diterima oleh pelanggan dan standarisasi layanan purna jual seperti komplain dan penarikan produk.

#### b. Hasil Tahun Kedua (2019)

Pada tahun kedua ada beberapa hasil yang diperoleh terkait desain dan inovasi produk, produksi, distribusi dan pemasaran serta pengelolaan keuangan. Inovasi produk baru dilakukan di tahun kedua sehingga di akhir tahun ke 2 ada dua tambahan varian baru dari 13 varian menjadi 15 varian sambal. Pendampingan untuk inovasi kemasan dan desainnya juga dilakukan sehingga pada akhir tahun 2019 bekerja sama dengan Fakultas Industri Kreatif. Hasilnya kemasan sambal mitra telah diperbaharui dengan memuat semua konten yang disyaratkan seperti komposisi bahan yang digunakan dan *nutrition fact*. Pada tahun kedua, tim juga melakukan pendampingan untuk pengembangan alternatif pengemasan dalam *sachet* yang lebih ekonomis. Hasilnya, produk dalam kemasan *sachet* untuk 3 varian produk yaitu Sambal Korek, Sambal Surabaya, dan Sambal Sereh berhasil dikembangkan. Sambal dalam *sachet* seperti pada Gambar 3 lebih ekonomis sehingga pelanggan lebih mudah dibawa sambal bepergian. Pengemasan dalam *sachet* menggunakan mesin membuat proses produksi lebih efisien dan kapasitas produksi meningkat. Kapasitas produksi meningkat karena mitra dapat menambah jumlah produksi +/- 2500 *sachet* per jam.

Proses produksi juga diperbaiki dengan melaksanakan pendampingan standarisasi keamanan pangan HACCP (*Hazard Analysis Critical Control Point*) dengan perluasan tidak hanya untuk produk sambal tetapi juga untuk produk Bumbu Soto, Rawon dan Rendang. Hasilnya, kualitas produk meningkat. Di tahun ke 2 dan 3 ada empat produk tambahan yang berhasil diuji *nutrition fact*, dan diuji kedaluwarsa, selain itu 5 produk sambal yang mengandung ikan telah teruji bebas formalin dan boraks. Pengujian produk juga diteruskan di tahun ke 3.



**Gambar 3. Kemasan Sachet Sambal UKM Dede Satoe**

(Sumber: Instagram sambeldedesatoe, 2019)

UKM mitra juga berhasil melaksanakan *surveillance audit* HACCP yang dilakukan oleh IPB (Institut Pertanian Bogor). Hal tersebut akan memberikan keyakinan pada pelanggan tentang keamanan produk UKM Dede Satoe.

Distribusi dan media pemasaran yang awalnya hanya bergantung pada pemasaran tradisional melalui penjualan di toko dan konsinyasi ke gerai retail di tahun 2019 dilengkapi dengan media pemasaran *online*. Tim PPPUD memberikan pendampingan untuk penggunaan berbagai platform *e-commerce* dan optimalisasi penggunaan media sosial. Hasilnya di akhir tahun 2019 UKM telah terdaftar dan mandiri dapat menggunakan 6 platform *online* Kuka, Bukalapak, Shopee, Tokopedia, BliBli, dan Lazada. Mitra juga mandiri menggunakan media sosial Facebook, Instagram, dan Whatsapp Business dan mengoptimalkan penggunaannya seperti penggunaan *paid promote* Instagram untuk meningkatkan jumlah *viewer* dan kunjungan ke akun Instagram UKM mitra. Pada tahun kedua, tim juga melaksanakan pendampingan pembuatan portofolio produk yang memuat profil UKM dalam bahasa Indonesia dan bahasa Inggris tercetak sebagai sarana untuk mengenalkan produk UKM ke calon pembeli, khususnya calon pembeli potensial dari pasar ekspor.

Pendampingan pengelolaan keuangan juga dilakukan oleh tim melalui pendampingan akuntansi, perhitungan harga jual, dan perencanaan keuangan. UKM juga dikenalkan *software* akuntansi sederhana yang dapat digunakan untuk menghasilkan laporan keuangan dan laporan lain yang diperlukan untuk pengambilan keputusan. Hasilnya di akhir tahun 2019, staf secara mandiri dapat menyusun laporan keuangan bulanan secara lengkap, termasuk laporan laba rugi sehingga pemilik dapat mengetahui efisiensi produksi pada bulan tersebut, penambahan aset, serta posisi piutang dan utang UKM sehingga dapat menyusun rencana keuangan periode berikutnya. Laporan penjualan juga memungkinkan pemilik dapat mengetahui penjualan per produk dan per pelanggan sehingga dapat membuat perencanaan produksi setiap produk.

#### c. Hasil Tahun Ketiga (2020)

Pada tahun ke 3 tim masih tetap melakukan pendampingan standardisasi keamanan pangan terutama untuk produk varian baru. Pandemi COVID-19 yang terjadi di awal tahun 2020 menuntut UKM harus melakukan pengolahan produksi yang higienis untuk memastikan bahwa produk bebas dari virus dan aman diterima oleh pelanggan. Oleh sebab itu di tahun 2020, tim melakukan pendampingan untuk memenuhinya sesuai pedoman produksi dan distribusi pangan olahan pada masa status darurat kesehatan COVID-19 di Indonesia yang dikeluarkan oleh Badan POM. Hasilnya prosedur sanitasi personal berhasil disusun dan setiap karyawan memahami pedoman tersebut. Selain itu Standar Keamanan Pangan (*Food Safety Standard*) berhasil dibuat (Gambar 4), dan pada akhirnya Sertifikat HACCP untuk produk sambal dengan perluasan ke produk bumbu berhasil didapatkan.



**Gambar 4. Food Safety Standard**

(Sumber: Instagram sambeldedesatoe, 2020)

Penggunaan media pemasaran *online* di tahun ke 2 memang telah meningkatkan penjualan UKM mitra, tetapi masih menjangkau pasar domestik karena platform *online* yang digunakan cakupannya adalah nasional, oleh sebab itu perlu dilengkapi dengan media pemasaran yang menjangkau pasar ekspor. Di tahun ke 3, tim bersama mitra mengembangkan *website*. *Website* ini dilengkapi dengan fitur belanja sehingga pelanggan di seluruh dunia dapat berbelanja dan melakukan pembayaran langsung meski bukan dengan mata uang rupiah. Pendampingan *softselling marketing* juga dilakukan di tahun ke 3. Tim mendampingi dan memfasilitasi pengembangan Edustore UKM Dede Satoe. Edustore memiliki konsep belajar sambil berbelanja. Pelanggan yang mengunjungi Edustore tidak hanya berbelanja tetapi akan ditunjukkan proses pembuatan sambal secara langsung dan melihat proses produksinya dan sistem manajemen mutu UKM Dede Satoe. Pengembangan Edustore ini merupakan salah satu sarana *softselling marketing* dengan memberikan unsur edukasi, yang diharapkan juga memberikan manfaat bagi *start-up* yang baru memulai bisnis, siswa dan mahasiswa, maupun bagi UKM lain yang ingin belajar tentang kewirausahaan.

#### d. Dampak Ekonomi dan Sosial Program Pendampingan Holistik terhadap Mitra

##### 1. Peningkatan penjualan *online* dan penjualan ekspor

Pandemi COVID-19 yang terjadi mulai Maret 2020 membuat penjualan *offline* UKM Dede Satoe turun drastis, karena hampir tidak ada pesanan dari gerai retail modern, tetapi penjualan *online* melalui platform *e-commerce* yang sudah dibangun di tahun 2019 meningkat di tahun 2020. Transaksi dan luasan pasar ekspor juga meningkat di tahun 2020. Berikut adalah Tabel 2 yang berisi peningkatan penjualan *online* dan *ekspor* di semester 1 tahun 2020 dibanding semester 2 tahun 2019:

**Tabel 2. Penjualan *Online* dan Penjualan Ekspor UKM Dede Satoe**

Jenis penjualan	2019*	2020*	% Peningkatan
Penjualan <i>Online</i> (transaksi)	40	104	160%
Penjualan <i>Online</i> (botol)	98	272	178%
Penjualan Ekspor (Ribuan Rp)	Rp26.250	Rp47.250	80%
Penjualan Ekpor (transaksi)	4	6	50%

(Sumber: Diolah dari laporan internal UKM Dede Satoe, 2020)

\*Penjualan *online* dibandingkan antara semester 2 tahun 2019 dengan semester 1 tahun 2020, sedangkan penjualan ekspor dibandingkan antara semester 1 2019 dan semester 1 2020.

Peningkatan penjualan *online* dan ekspor membuat UKM tetap mampu bertahan di masa pandemi. Produksi masih dapat berjalan dan karyawan tidak mengalami pemutusan hubungan kerja. Dampak positif ini juga



dirasakan oleh masyarakat sekitar yang diberdayakan untuk membantu UKM dalam persiapan bahan baku. Proses produksi yang masih dapat berjalan membuat masyarakat sekitar yang dilibatkan tetap memperoleh pendapatan sehingga tidak mengganggu ekonomi keluarga.

2. Terbentuk protokol COVID-19 terkait proses produksi dan sanitasi personal karyawan

Kepatuhan terhadap protokol COVID-19 merupakan aspek penting untuk melindungi karyawan dan konsumen untuk memastikan bahwa produk bebas dari cemaran virus dan bakteri. Program ini membuat karyawan dan manajemen UKM Dede Satoe paham mengenai sanitasi personal untuk menjamin produk yang dihasilkan tetap higienis. Terbentuknya Sarana Kebersihan dan Protokol COVID-19 yang mendukung program ini dapat dilihat pada Gambar 5.



**Gambar 5. Terbentuknya Sarana Kebersihan dan Protokol COVID-19**  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2020)

3. Peningkatan kompetensi dan keahlian staf dan tim manajemen UKM

Berbagai pendampingan yang telah dilakukan yaitu pendampingan desain, produksi, pemasaran, sistem manajemen mutu, dan pengelolaan keuangan meningkatkan kompetensi staf dan tim manajemen UKM sehingga mereka dapat mandiri melaksanakan tugasnya. Peningkatan kompetensi ini membuat staf UKM memiliki kompetensi yang setara dengan staf produksi pabrikan besar. Hal tersebut akan meningkatkan efisiensi kerja dan produktivitas karyawan. Tim manajemen termasuk pemilik UKM juga mampu mengelola UKM lebih profesional.

4. Aset dapat digunakan secara optimal Pengembangan Edustore (Gambar 6) meningkatkan fungsi toko *offline* menjadi sarana untuk mendukung penjualan *offline* untuk memamerkan produk bagi calon distributor potensial sekaligus sarana untuk mengedukasi *start-up* bisnis dan masyarakat yang ingin belajar bisnis yang sehat dan beretika dengan menerima kunjungan berbayar yang menaikkan pendapatan UKM.



**Gambar 6. Edustore**

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2020)

5. Peningkatan Daya Saing melalui Sertifikasi HACCP  
Pandemi COVID-19 menuntut proses produksi dan pengiriman produk dilakukan secara higienis sesuai dengan standar keamanan pangan dan protokol kesehatan yang ditetapkan pemerintah. Perolehan

HACCP meyakinkan pelanggan bahwa produk yang dibeli terjamin keamanannya dan bebas dari kontaminasi virus. Hal ini tentunya akan meningkatkan daya saing produk di pasar lokal. Perolehan HACCP ini juga akan meningkatkan daya saing di pasar ekspor karena adanya sertifikasi HACCP menjadi salah satu persyaratan ekspor di beberapa negara.

## SIMPULAN

Program pendampingan yang holistik melalui hibah PPPUD menunjukkan hasil mampu meningkatkan daya saing UKM baik di pasar domestik maupun ekspor, bahkan UKM tetap bisa bertahan meskipun terkena dampak COVID-19. Hasil yang nyata tersebut ditunjukkan dengan meningkatnya pemahaman terhadap manajemen produksi dan keuangan. UKM juga mampu memanfaatkan saluran pemasaran *online* sehingga terjadi peningkatan transaksi penjualan *online*, transaksi ekspor serta perluasan pasar ke Indonesia Timur, Amerika dan New Zealand. Hasil di atas diharapkan mampu mendukung kemajuan industri sambal yang merupakan salah satu makanan khas Jawa Timur.

Program ini diharapkan dapat diteruskan oleh UKM secara mandiri dengan mengikuti berbagai pelatihan serta bekerja sama dengan pemerintah setempat maupun industri besar. Kerja sama yang telah terjalin selama 3 tahun antara mitra dengan universitas serta pemerintah dalam hal ini Kemendikbudristek dalam program PPPUD ini juga diharapkan dapat diteruskan pada UKM lainnya sehingga manfaat yang dirasakan masyarakat semakin meluas dan akselerasi daya saing UKM dapat terjadi

## DAFTAR PUSTAKA

- BPS RI. (2022). Profil Industri Mikro dan Kecil 2020. BPS RI. <https://www.bps.go.id/publication.html?Publikasi%5BtahunJudul%5D=2020&Publikasi%5BkataKunci%5D=profil+industri+mikro&Publikasi%5BcekJudul%5D=0&Publikasi%5BcekJudul%5D=1&y>
- t0=Tampilkan
- Bramanti, Lisa., Hubeis, Musa., & Palupi, Nurheni Sri. (2018). Kajian Tingkat Penerapan Manajemen Mutu pada UMKM Pengolah Ikan Pindang Tradisional dan Higienis di Kabupaten Bogor. *Manajemen IKM*, 13(2), 159-166. doi:10.29244/mikm.13.2.159-166.
- Hilmiana & Kirana, Desty Hapsari. (2020). Digitalisasi Pemasaran dalam Upaya untuk Meningkatkan Pendapatan UMKM Segarhalal. *Kumawula*, 5(1), 74-81 <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i1.35886>
- Indrayani, Luh. (2020). Makna Literasi Keuangan dalam Keberlangsungan Usaha Industri Rumah Tangga Perempuan Bali. *JIA (Jurnal Ilmiah Akuntansi)*, 5(2), 407-428. doi:10.23887/jia.v5i2.29858.
- Irawan, Andri. (2020). Challenges and Opportunities for Small and Medium Enterprises in Eastern Indonesia in Facing the Covid-19 Pandemic and the New Normal Era. *The International Journal of Applied Business*, 4(2), 79-89. <https://doi.org/10.20473/tijab.V4.I2.2020.79-89>
- Iswara, Padjar. (2020, 15 Oktober). Urgensi Bantuan untuk UMKM. *Katadata*. <https://katadata.co.id/padjar/infografik/5f87cf6f4d2b2/urgensi-bantuan-untuk-umkm>
- Juwitasari, Amelya. (2022, 12 Juli). Potensi Ekspor Sambal ke Amerika Serikat. *UKMINDONESIA.ID*, <https://www.ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/potensi-ekspor-sambal-ke-amerika-serikat>. Diunduh 12 Agustus 2022.
- Kadeni & Srijani, Ninik. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Equilibrium*, 8(2), 191-200. <http://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>
- Liu, Feng., Rhim, Hosun., Park, Kwangtae., Xu, Jian., & Lo, Chris K.y. (2021). HACCP Certification in Food Industry: Trade-offs in Product Safety and Firm Performance. *International Journal of Production Economics*, 231(2021)

107838.  
Doi:10.1016/j.ijpe.2020.107838.
- Lutchen, Kenneth R. (2018, January 24) Why Companies and Universities Should Forge Long-Term Collaboration. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2018/01/why-companies-and-universities-should-forge-long-term-collaborations>
- Maryanti, Sri., Suci, Afred., Sudiar, Nining., & Hardi. (2020). Root Cause Analysis for Conducting University's Community Service to Micro and Small Firms. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(2), 152-160. doi:10.9744/jmk.22.2.152-160.
- Miati, I., & Tresna, P. W. (2020). BAURAN PEMASARAN PADA BATIK GENDHEIS KOTA BANJAR. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 129–143.
- Nurhayati, Asfia., & Atmaja, Hanung Eka. (2021). Efektivitas Program Pelatihan & Pengembangan terhadap Kinerja Karyawan. *Kinerja*, 18(1), 24-30. <http://dx.doi.org/10.29264/jkin.v18i1.7589>
- Omar, Faradillah Iqmar., Zan, Umami Munirah Syuhada Mohamad., Hassan, Nor Azlili., & Ibrahim, Izzurazlia. (2020). Digital Marketing: An Influence towards Business Performance among Entrepreneurs of Small and Medium Enterprises. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(9), 126-141. DOI:10.6007/IJARBS/v10i9/7709.
- Pemerintah Kota Surabaya. (2018). *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Surabaya 2016-2021*. <http://bappeko.Surabaya.go.id/dokumen/itemlist/category/15-rpjmd?start=4>. Diunduh 1 November 2020.
- Purbasari, R., Wijaya, C., & Rahayu, N. (2020). IDENTIFIKASI AKTOR DAN FAKTOR DALAM EKOSISTEM KEWIRAUSAHAAN: KASUS PADA INDUSTRI KREATIF DI WILAYAH PRIANGAN TIMUR, JAWA BARAT. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 241–262.
- Qubtan, Taha Redha Al., & Tha, Gan Pei. (2020). Risk, Challenges and Opportunities: Insights from Small and Medium Enterprises in Oman. *European Journal of Economic & Financial Research*, 4(2), 78-88. doi:10.46827/ejfr.v4i2.855.
- Safrianti, Sintia., & Puspita, Veny. (2021). Peran Manajemen Keuangan UMKM di Kota Bengkulu sebagai Strategi pada Masa New Normal COVID-19. *Creative Research Management Journal*, 4(1), 61-76. doi.org/10.32663/crmj.v4i1.1923.
- Sugiarti, Yenny., Sari, Yenny., & Hadiyat, Mochammad Arbi. (2020). Peran E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal di Jawa Timur. *Kumawula*, 3(2), 298-309. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v3i2.28181>
- Sumadi, Fibrianti Marantika., & Prathama, Ananta. (2021). Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) "Handycraft" Limbah Kayu Jati Sebagai Produk Unggulan Kabupaten Bojonegoro. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(5), 2322-2335. doi:10.36418/syntax-literate.v6i5.2701.
- UKM Indonesia. (2019, 29 Juli). *Potret UMKM Indonesia: Si Kecil yang Berperan Besar*. <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>. Diunduh 1 November 2020.
- Vania, Hanna Farah. (2021, 20 September). *UMKM Perkuat Perekonomian Indonesia*. Katadata. <https://katadata.co.id/padjar/infografik/6155aff04440d/umkm-perkuat-ekonomi-indonesia>