Abdimas Altruis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
e-ISSN 2620-5513, p-ISSN 2620-5505, Vol. 5, No. 2, Oktober 2022, hal. 122-127
http://e-journal.usd.ac.id/index.php/ABDIMAS
Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta

PELATIHAN MANAJEMEN UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN PELAKU USAHA MIKRO DAN KECIL (UMK) BIDANG KULINER DI KOTA BANDUNG

Probowo Erawan Sastroredjo[1], Maria Merry Marianti[2], Paulina Permatasari[3], Istiharini[4], Natalia Christi[5]
[1,2,4,5] Jurusan Manajemen, Universitas Katolik Parahyangan
[3] Jurusan Akuntansi, Universitas Katolik Parahyangan
email: [1]probowoes@unpar.ac.id
https://doi.org/10.24071/aa.v5i2.4559
diterima 20 September 2022; diterbitkan 10 November 2022

Abstract

The target of this training is to increase the ability of micro and small entrepreneurs in the culinary field with the knowledge of finance, marketing, and production so that they can improve their business strategies and business management, increase sales and profits of their companies in a sustainable manner, develop and increase the size of their companies especially during COVID-19 pandemic. The training method is carried out online and offline. There are 3 stages carried out, namely: before, during, and after the training. Prior to the training, prospective participants are selected based on the criteria for the type of business and domicile that have been determined, namely in the city of Bandung. After that, training was carried out for 12 meeting sessions with varied topics covering management functions that are often applied in a company. The materials provided are Strengths Weaknesses Opportunities Threats (SWOT) Analysis and Business Model Canvas (BMC), Product Development Strategy and Digital Marketing, Brand and Copyright, Calculating Cost of Production, Making Financial Reports, Making Product Photos, Workplace Management: 5S Program, Health and Work Safety Program, Raw Material Purchase Management, Credit Management, Product Promotion Through Social Media, Product Quality Management. After the training had been completed, the trainers continued to provide regular assistance regarding the application of the knowledge that had been given during the training, as well as providing input on what Micro and Small Enterprises (MSEs) had implemented in their business.

Keywords: covid-19 pandemic, culinary business, management, micro and small enterprises

PENDAHULUAN

Usaha mikro dan kecil merupakan salah satu jenis bentuk usaha yang sering ditemui di masa sekarang ini. Hal ini dikarenakan semakin meningkatnya minat membangun sebuah usaha khususnya ditengah masa pandemi covid 19. Walaupun fakta mengatakan bahwa banyak usaha mikro dan kecil yang tutup karena ketidakjelasan pendapatan, sulitnya mencari konsumen, orang takut untuk berpergian dan berbelanja secara langsung, sekarang masyarakat sudah mulai dapat beradaptasi dengan situasi ini. Mereka mulai mencari peluang dan memanfaatkan situasi ini untuk membuat sebuah usaha baru yang diharapkan kedepannya akan memberikan dampak yang positif bagi kehidupan mereka. Usaha mikro dan kecil merupakan sebuah langkah awal bagi seseorang yang ingin memulai bisnis, dimana orang-orang yang memulai bisnis membangun usaha mereka dari awal, mengumpulkan modal, mencari bentuk manajemen usaha yang baik, beradaptasi dengan permintaan pasar, dan sebagainya.

Bandung, dikenal sebagai kota kreatif, dimana banyak orang membuka usaha mikro dan kecil dalam bidang kuliner. Adapun data yang menunjukkan perkembangan jumlah usaha kulier dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2018 adalah sebagai berikut:.

Tabel 1. Jumlah usaha kuliner di Kota Bandung tahun 2016-2018

Jenis Usaha	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018
Restoran	127	155	168
Rumah Makan	93	126	132
Restoran Waralaba	68	77	83
Kafe	267	339	394
Pujasera	42	59	65
Bar	13	32	45
Jasa Boga	82	94	98
Total	**692**	**882**	**985**

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Tabel 1 di atas mengindikasikan bahwa dari tahun 2016 sampai 2018, seluruh jenis usaha kuliner di Kota Bandung telah mengalami peningkatan jumlah. Pertumbuhan jumlah terbesar dialami oleh usaha kafe, lalu disusul dengan restoran, dan rumah makan. Jika dilihat dari segi jumlahnya, maka jenis usaha kafe menempati urutan tertinggi, kemudian restoran, dan rumah-makan menempati urutan ketiga. Oleh karena itu, Bandung sering kali dikenal sebagai kota dengan sejuta ragam kuliner. Mulai dari jajanan pasar sampai dengan makanan siap saji dengan beragam menu dan rasa dapat dijumpai di Kota Bandung. Banyaknya wisatawan yang datang dari luar Kota Bandung untuk berwisata kuliner, membuka peluang bertumbuhnya industri kreatif dalam bidang kuliner. Peluang ini telah dimanfaatkan oleh masyarakat Kota Bandung dengan membuka usaha dalam bidang kuliner untuk menjawab kebutuhan pangan konsumen.

Permasalahan yang muncul adalah para pelaku usaha mikro dan kecil ini terkadang memulai usaha secara otodidak dan tidak memiliki dasar pengetahuan manajemen yang baik, sehingga seringkali timbul kesulitan dalam masalah manajerial, seperti pemasaran, produksi, dan keuangan. Masalah yang cukup serius yang sering dialami oleh usaha mikro dan kecil ini. Oleh karena itu, pelatihan ini dilakukan dengan maksud memberikan edukasi dan pembelajaran lebih lanjut bagaimana cara pengelolaan usaha mikro dan kecil yang sesuai dengan kaidah manajemen agar usaha yang dibangun bisa bertahan dan berkembang ditengah situasi sulit ini.

METODE PELAKSANAAN

Metoda pelatihan ini dilakukan secara daring dan luring. Ada 3 tahapan yang dilakukan yaitu: sebelum pelatihan, saat pelatihan, dan setelah pelatihan. Sebelum pelatihan, calon peserta diseleksi berdasarkan kriteria jenis usaha dan domisili yang telah ditetapkan, yaitu memiliki usaha dalam bidang kuliner dan berdomisili di Kota Bandung.

Setelah itu, dilakukan pelatihan selama 12 sesi pertemuan dengan topik yang bervariasi yang mencakup fungsi-fungsi manajemen yang sering diterapkan di dalam sebuah perusahaan. Materi yang diberikan meliputi: Analisis *Strengths Weaknesses Opportunities Threats* (SWOT) dan *Business Model Canvas* (BMC), Strategi Pengembangan Produk dan Pemasaran Digital, Merek dan Hak Cipta, Menghitung Harga Pokok Produksi, Membuat Laporan Keuangan, Membuat Foto Produk, Manajemen Tempat Kerja Program 5S, Program Kesehatan dan Keselamatan Kerja, Manajemen Pembelian Bahan Baku, Mengelola Kredit, Promosi Produk Lewat Media Sosial, Manajemen Kualitas Produk. Setiap peserta diberi materi pelatihan yang dibahas, lalu diberi tugas untuk menerapkan materi yang telah diberikan. Pada saat mengerjakan tugas untuk menerapkan, peserta dibina dan didampingi oleh para pelatih.

Selain itu, setiap peserta pelatihan dibagi ke dalam beberapa grup kecil yang nantinya akan dipegang oleh seorang mentor yang merupakan anggota tim dosen pengabdi. Tujuan dari dibentuknya beberapa grup kecil ini adalah untuk dapat melihat tingkat keefektifan pelatihan yang dilakukan. Bimbingan secara berkala (lewat media online) juga diberikan agar para peserta pelatihan dapat menerapkan setiap materi yang telah diajarkan melalui pelatihan ini.

Setelah pelatihan selesai dilaksanakan, para pelatih tetap memberikan pendampingan secara rutin terkait penerapan ilmu yang telah diberikan selama pelatihan, serta memberikan masukan terhadap apa yang telah UMK terapkan dalam usaha peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang didapat dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia pada tahun 2019 (https://www.kemenkopukm.go.id/data-umkm), dari kurang lebih 65 juta unit usaha yang ada di Indonesia, 99% nya merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dengan tingkat perkembangan usaha 2% setiap tahunnya. Hal ini didukung dengan data bahwa UMKM menyerap kurang lebih 2,5 juta tenaga kerja setiap tahunnya dibandingkan dengan usaha besar yang hanya menyerap kurang lebih 180 ribu tenaga kerja. Hanya saja, kurangnya pemahaman dasar mengenai cara pengelolaan usaha dan faktor-faktor baik itu eksternal maupun internal dari usaha itu sendiri (Tambunan, 2008) menyebabkan usaha UMK ini mengalami pertumbuhan cenderung lambat dan sulit untuk berkembang (Tambunan, 2009).

Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi Usaha Mikro dan Kecil (UMK), khususnya di Kota Bandung ini adalah Pandemi Covid-19. Pandemi yang sudah melanda Indonesia sejak awal tahun 2020, membawa dampak yang sangat besar untuk UMK. Pandemi ini merubah pola perilaku konsumen dan cara pemilik usaha dalam beroperasi menjalankan usahanya. Beberapa usaha yang mampu beradaptasi akan mampu menangkap peluang yang ada ditengah pandemi ini, tetapi kebanyakan dari mereka, dikarenakan kurangnya pengalaman dan pengetahuan dalam mengelola usaha, mengalami penurunan penjualan dan laba, dimana akhirnya berujung pada penutupan usahanya. Berangkat dari hal tersebut di atas, maka pelatihan-pelatihan yang membahas mengenai cara untuk mengelola usaha sangat dibutuhkan agar usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan efektif dan efisin sehingga dapat terus bertahan meskipun sedang berada di situasi pandemi.

Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan

Kegiatan ini dilaksanakan sejak bulan Maret 2021 sampai dengan Agustus 2021. Pada bulan September 2021 direncanakan untuk pembuatan Laporan Akhir dan mempersiapkan Makalah untuk dipublikasikan pada Jurnal Nasional. Para pelatih dan pendamping pada pelatihan ini adalah para dosen tetap Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah berpengalaman mengajar dan memberikan pelatihan tentang kewirausahaan, manajemen, dan akuntansi, serta memiliki usaha yang sudah dijalankan dalam bidang usaha produksi seprei, usaha hotel dan restoran, usaha bidang kuliner, usaha rumah pemondokan (rumah kos), usaha perdagangan eceran kertas, dan fotografi makanan.

Materi Pelatihan Yang Diberikan

Topik materi pelatihan yang diberikan meliputi bidang pemasaran, keuangan, operasi, strategi, dan bidang lain yang sangat dibutuhkan oleh UKM seperti teknik fotografi. Berikut adalah topik materi pelatihan yang diberikan selama periode pelatihan:

1. Peluang mengembangkan bisnis, melakukan analisis Kekuatan Kelemahan Peluang Ancaman/KKPA (*Strenghs Weaknesses Opportunities Threats*/*SWOT*), menyusun strategi pengembangan bisnis, dan membuat rencana bisnis yang dapat dilaksanakan menggunakan *Business Model Canvas (BMC)* – Maria Merry Marianti (4 Maret 2021).
2. Menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP) – Paulina Permatasari (18 Maret 2021).
3. Menyusun Laporan Laba/Rugi dan Manajemen Keuangan – Probowo Erawan (1 April 2021).
4. Strategi Pengembangan Produk dan Pemasaran Digital - Istiharini (15 April 2021).
5. Pentingnya merek dan cara mengajukan hak atas merek - Natalia Christi (29 April 2021).
6. Membuat photo makanan dan minuman untuk promosi di sosial media dan katalog – Fadhillah Eka Wardhana (6 Mei 2021).
7. Manajemen Tempat Kerja (Program 5S) – Katlea Fitriani (20 Mei 2021).
8. Program Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) – Natalia Christi (3 Juni 2021).
9. Manajemen Pembelian dan Persediaan Bahan Baku – Paulina Permatasari (17 Juni 2021).
10. Cara Mengelola Kredit Bank untuk Ekspansi Usaha – Probowo Erawan (1 Juli 2021).
11. Promosi Produk di Media Sosial - Istiharini (15 Juli 2021).
12. Manajemen Kualitas Produk dan Layanan – Maria Merry Marianti (29 Juli 2021).

Realisasi Kegiatan Pelatihan

Rencana kegiatan pelatihan ini sudah mulai dilakukan sejak awal Bulan Januari sampai Maret 2021. Kegiatan pelatihan dimulai pada tanggal 4 Maret 2021 sampai dengan 29 Juli 2021. Peserta pelatihan merupakan para peserta yang memiliki usaha mikro dan kecil dalam bidang kuliner khususnya di Kota Bandung. Peserta di prioritaskan dari anggota Gereja Baptis Pertama (GBP) karena GBP merupakan mitra

kegiatan pelatihan ini. Karena peserta dari GBP belum memenuhi target jumlah peserta, maka ditambah dengan peserta dari luar GBP. Pelatihan secara daring dilaksanakan sebanyak 12 (dua belas) kali pertemuan menggunakan *google.meet* dan 2 (dua) kali pertemuan secara luring di Bandung. Pada awalnya direncanakan akan diselenggarakan 12 kali pertemuan secara luring, namun karena adanya Pandemi Covid-19 dan ada Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) yang diakibatkan Pandemi Covid-19, maka akhirnya hanya dilakukan 2 kali pertemuan tatap muka dengan melakukan Protokol Kesehatan yang ketat. Pada pertemuan tatap muka tersebut, dilakukan kegiatan pelatihan yang lebih intensif menggunakan studi kasus pada usaha masing-masing peserta. Hasil dari pertemuan tatap muka ini cukup baik, dimana para peserta lebih memahami materi dan kondisi usaha serta mendapatkan solusi dari masalah yang dihadapi terkait pemasaran dan keuangan.

Evaluasi Keberhasilan Kegiatan Pelatihan

Evaluasi pelatihan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar manfaat yang dirasakan oleh peserta dari kegiatan pelatihan yang sudah diberikan, hal-hal yang masih harus diperbaiki terkait kegiatan pelatihan, dan saran untuk kegiatan pelatihan selanjutnya. Evaluasi dilakukan dengan cara menggunakan angket yang disebarkan melalui *google form* kepada peserta pelatihan. Angket ini berisi mengenai pertanyaan-pertanyaan seputar kondisi usaha selama pandemi beserta evaluasi mengenai materi pelatihan yang diberikan. Sebagian besar peserta menyatakan bahwa pelatihan ini memberikan banyak manfaat bagi usaha yang mereka jalankan dan akan merekomendasikan kepada teman untuk mengikuti pelatihan ini di masa yang akan datang. Akan tetapi, selama masa pelatihan, kurangnya waktu dan komitmen dari para peserta, serta kendala fasilitas internet menjadi tantangan dalam pelatihan ini. Untuk pengembangan pelatihan ini kedepannya, kami akan mencoba memberikan materi yang belum kami berikan, namun sangat dibutuhkan oleh para peserta, yaitu UMK dalam bidang kuliner, serta terus memberikan pendampingan dalam menerapkan pengetahuan yang telah kami berikan.

Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Peserta Pelatihan

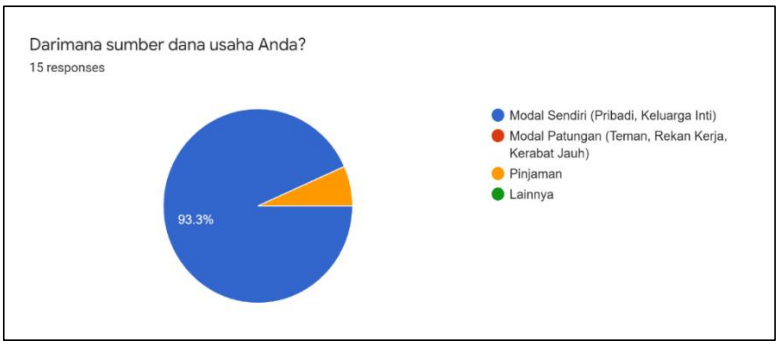
Berdasarkan hasil dari angket yang kami sebarkan melalui *google form* kami mendapatkan data sebagai berikut: sebanyak 33,3% dari peserta pelatihan sudah menekuni bidang usaha kuliner selama lebih dari 5 tahun (sebelum pandemi covid-19). Sedangkan peserta yang baru memulai usahanya ketika masa pandemi (sekitar 1 tahun terakhir) terdapat sebanyak 25% (Gambar 1).



Gambar 1. Lama usaha didirikan

Dengan demikian, sebagian besar peserta pelatihan ini sudah memulai usahanya lebih dari satu tahun dan masih berjalan hingga pelatihan dilakukan. Akan tetapi, sebagian besar usaha tersebut dijalankan sebagai *business as usual* dimana tidak ada pengembangan usaha yang signifikan. Dengan demikian, ketika pandemi melanda, usaha-usaha tersebut mengalami penurunan omset yang cukup besar sehingga beberapa peserta ada yang merencanakan untuk menutup usahanya.

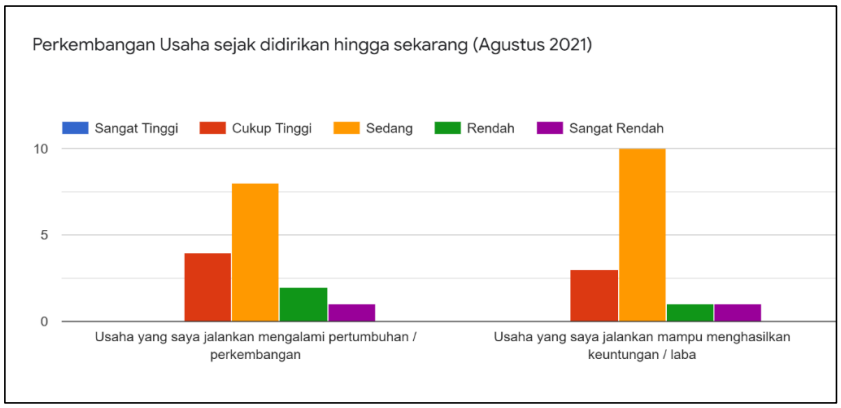
Mayoritas pemilik usaha didalam pelatihan ini (sekitar 93,3% dari total peserta) menggunakan modal sendiri dalam menjalankan usahanya (Gambar 2).



Gambar 2. Sumber dana usaha yang digunakan

Hal ini mencerminkan bahwa para peserta tidak perlu untuk membayar bunga untuk pinjaman modal. Kondisi tersebut dapat mengurangi kemungkinan usaha mengalami kerugian yang lebih besar pada masa pandemi covid-19 ini.

Ketika kami mencoba mendalami lebih jauh, kami mendapatkan data bahwa ada beberapa usaha yang bisa bertumbuh dan berkembang selama pandemi covid-19 ini, walaupun dalam kenyataannya ada beberapa usaha yang terkendala dalam menghasilkan keuntungan (Gambar 3).



Gambar 3. Perkembangan usaha

Usaha yang dapat berkembang selama pandemi covid-19 ini sebagian besar dikarenakan adanya strategi baru yang diterapkan untuk menjual produknya, diantaranya bekerjasama dengan Gojek, Tokopedia, dan/atau Shopee untuk berjualan secara *online*. Selain itu peserta selaku pemilik usaha juga mempunyai terobosan untuk menambah variasi produk yang dapat meningkatkan penjualan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang didapat dari peserta pelatihan, dapat disimpulkan bahwa hampir seluruh peserta pelatihan mengalami dampak dari pandemi Covid-19. Persoalan yang dihadapi peserta pelatihan saat ini yaitu kurangnya kemampuan menjual dikarenakan konsumen mulai beralih dari pembelian secara langsung (luring) ke pembelian secara daring (menggunakan internet), mengenai cara mengelola biaya produksi, cara menghitung Harga Pokok Penjualan (HPP), cara menetapkan harga jual dan lain-lain.

Saran

Berdasarkan informasi di atas, untuk pelatihan kedepannya, ada beberapa topik pelatihan yang akan kami berikan yaitu pengelolaan usaha tanpa modal besar, Penghitungan harga pokok penjualan (HPP, pemasaran secara digital, pembangunan jejaring kerja sama dengan pihak eksternal, mendisain kemasan yang menarik dan ramah lingkungan, peningkatkan kualitas produk dan layanan, dan pengembangan inovasi produk. Topik-topik pelatihan yang baru ini akan menjawab kebutuhan-kebutuhan akan pengembangan usaha yang sesuai dengan perkembangan usaha kuliner di era digital ini. Topik-topik tersebut direncanakan akan diberikan pada pelatihan di tahun 2022.

DAFTAR REFERENSI

Tambunan, T. (2008). SME development in Indonesia: Do economic growth and government supports matter? *SSRN Electronic Journal*. https://doi.org/10.2139/ssrn.1218922

Tambunan, T. (2009). Export-oriented small and medium industry clusters in Indonesia. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, *3*(1), 25–58. https://doi.org/10.1108/17506200910943661

https://www.kemenkopukm.go.id/data-umkm