



This is an open article under the
CC-BY-SA license

MANAJEMEN USAHA MENGHADAPI PANDEMI COVID-19

Farida Idayati¹, Yuliasuti Rahayu², Sapari³

^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

Email: faridaidayati@stiesia.ac.id¹, yuliasuti@stiesia.ac.id², sapari@stiesia.ac.id³

Submitted : 23 Maret 2022

Accepted: 10 April 2022

Published : 30 April 2022

Abstrak Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah agar para pelaku usaha mikro dapat bangkit dari keterpurukan usaha akibat adanya pandemi Covid-19. Segala tantangan yang dihadapi, menuntut untuk lebih kreatif dan inovatif dengan memaksimalkan strategi marketing. Kegiatan ini dimaksudkan untuk membantu ibu-ibu yang memiliki usaha kuliner dan dapat mengatur kegiatan usahanya agar dapat berjalan dengan baik dan survive di tengah pandemi Covid-19. Pemilihan obyek pengabdian kepada masyarakat adalah usaha mikro yang selanjutnya dijadikan sebagai mitra. Pemilihan ini sesuai dengan kriteria usaha mikro kelas menengah yang ditetapkan bahwa kekayaan bersih tidak lebih dari lima puluh juta rupiah dan hasil penjualannya tidak melebihi 300 juta rupiah dalam waktu satu tahun. Pelaksanaan dilakukan dengan mengadakan kunjungan langsung ke tempat mitra usaha mikro untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi. Materi pendampingan meliputi membangkitkan semangat survive dengan mengenalkan digitalisasi pengelolaan keuangan dan memecahkan pokok masalah yang dihadapi. Dalam pengelolaan keuangan banyak yang belum bisa membedakan antara uang modal usaha dan keuntungan yang diperoleh dengan kepentingan pribadi. Kegiatan ini perlu adanya kesinambungan kegiatan dan evaluasi terhadap pelatihan mengenai pembukuan sederhana agar mitra usaha mikro bisa memahami akun dasar pada pembukuan.

Kata Kunci : covid-19, digitalisasi pengelolaan keuangan, usaha mikro

1. PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 yang sudah melanda Indonesia sejak awal tahun 2020 berdampak besar bagi kehidupan manusia. Tidak hanya mempengaruhi masalah kesehatan, namun pandemi turut mengguncang berbagai sektor industri dan bisnis dengan salah satu yang berdampak paling besar yaitu usaha kuliner atau *Food*

& Beverage (F&B). Di tengah pandemi yang belum juga berakhir, para pelaku usaha terus berupaya bangkit dari keterpurukan. Untuk menghadapi segala macam tantangan yang ada, mereka dituntut untuk lebih kreatif dengan lebih memaksimalkan strategi marketing baik penjualan melalui *online* maupun *offline*. Selain itu, para pelaku usaha juga harus

kreatif membaca peluang yang ada di pasar dan kemampuan masyarakat saat ini. Hal itu penting agar pelaku usaha di bidang kuliner bisa tetap bertahan di tengah ketidakpastian dan sengitnya persaingan. Meski sempat bergeliat kembali menjelang pergantian tahun 2020 namun bisnis F&B kembali mengalami perlambatan mengingat diberlakukannya kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) pada awal tahun 2021. Meskipun tengah mengalami penurunan kembali, di masa pandemi ini bisnis yang masih bisa selamat adalah bisnis F&B dengan para pelanggan masih bisa *dine-in* (makan di tempat), *take away* (beli dimakan di rumah) atau *delivery order* (pesan antar). Kenyataannya tidak bisa dipungkiri bahwa ada banyak pengusaha dibidang kuliner yang mengurangi aktivitas usahanya, bahkan ada yang menghentikan secara total.

Dengan adanya vaksinasi yang dilakukan di Indonesia turut menjadi dampak baik bagi bisnis F&B khususnya restoran. Dia juga berharap agar masyarakat dapat mulai terbiasa dengan kondisi saat ini, sehingga para pelaku usaha restoran bisa kembali menjalankan usahanya dengan aman. Adanya pandemi covid-19 turut berpengaruh pada omzet restoran setiap harinya. Hal ini dikarenakan jumlah kapasitas pelanggan yang dibatasi. Namun tetap beroperasi di tengah pandemi dengan selalu menerapkan protokol kesehatan yang

berlaku, maka bisnis kuliner harus berkomitmen untuk terus memberikan pelayanan terbaik demi kesehatan, keamanan, dan kenyamanan pengunjung. Di samping itu dengan adanya pandemi virus *corona* varian baru membawa dampak signifikan pada seluruh sektor bisnis maupun perekonomian. Mungkin saja begitu vaksin ditemukan dan dijual maka kekhawatiranpun segera berakhir, tetapi pengaruh penyakit itu mungkin juga masih bertahan panjang dan lama. Belum lagi guncangan pandemi Covid-19 yang lalu masih membuka celah bagi potensi berlanjutnya ampak resesi pada 2021 terhadap bisnis. Meskipun demikian, banyak pemilik bisnis masih tidak sadar dengan risiko jangka panjang pandemi Covid-19 ini dan khawatir tentang bagaimana menjaga usaha mereka tetap terbuka. Padahal dunia diperkirakan masih akan bergumul dengan masalah ekonomi tersebut dalam beberapa bulan mendatang. Menurut pernyataan *International Monetary Fund* atau IMF alias Dana Moneter Internasional, prospek pertumbuhan global pada tahun 2020 negatif, dan setidaknya butuh satu tahun lagi sampai mulai ada pemulihan ekonomi. (Fauzia, 2020)

Dimasa pandemi Covid-19 yang sedang terjadi saat ini, salah satu peluang usaha yang masih berpotensi mendatangkan pundi-pundi rupiah adalah bisnis kuliner.

Tips menjalankan bisnis kuliner disaat pandemi adalah dengan menekankan pada adaptasi kebiasaan baru. Selain memanfaatkan platform online, bisnis kuliner dengan membuka lapak langsung juga bisa dilakukan dengan menerapkan protokol kesehatan (prokes). Pemerintah sendiri sangat mendukung masyarakat yang ingin memulai usaha kecil dan menengah di tengah pandemi. Menjalankan bisnis saat perekonomian Indonesia terdampak virus Corona sangat sulit. Sejumlah pelaku bisnis sedang kesulitan untuk mencapai target-target yang harus dicapai dan kesulitan melakukan ekspansi karena adanya pemberlakuan *social distancing*. Keuangan perusahaanpun juga terganggu karena menurunnya pendapatan yang menyebabkan keseimbangan perusahaan terganggu.

Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini untuk mendampingi para pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) agar dapat bangkit dari keterpurukan bisnis usaha akibat adanya pandemi Covid-9. Segala macam tantangan telah dihadapi, menuntut mereka untuk lebih kreatif dan inovatif dengan memaksimalkan strategi marketing. Kegiatan ini dimaksudkan untuk membantu ibu-ibu yang memiliki usaha kuliner agar dapat mengatur kegiatan usahanya dapat

berjalan dengan baik dan survive ditengah Pandemi Covid-19.

Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah telah memberikan pelatihan dan pendampingan kepada usaha mikro dengan mengenalkan pemasaran produk secara digital, yaitu dengan cara produk yang dihasilkan di video kemudian dipajang di toko online melalui aplikasi yang dimiliki oleh pelaku usaha mikro. Dengan demikian para usaha mikro mulai dapat memanfaatkan teknologi digital dan memanfaatkan internet dalam menjalankan bisnisnya. Dengan digitalisasi diharapkan usaha mikro akan bangkit dan berkembang.

Berdasarkan survei The World Bank IBRD-IDA terkait dampak pandemi di Indonesia, ternyata sebanyak 42 persen UMKM menggunakan media sosial atau *digital platform* sebagai antisipasi kebijakan *social distancing* (Kemenkop UKM, 2021). Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak positif kepada masyarakat sehingga dunia digital sudah tidak asing lagi bahkan bagi "emak-emak berdaster" Dengan bekal ilmu pengetahuan yang diperoleh dari sektor digital, mendorong para usaha mikro membangkitkan daya juang mereka dengan meningkatkan kualitas produk maupun melakukan terobosan-terobosan menciptakan kreativitas dan menghasilkan produk-produk yang inovatif (Munadie, 2018)

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Manajemen Usaha

Manajemen usaha merupakan suatu seni dalam mengelola suatu usaha agar usaha tersebut lebih terstruktur dan terpola sehingga bisa berjalan dengan baik dan tercapai tujuan yang diharapkan (jurnal entrepreneur).

Ada berbagai teori yang membahas mengenai fungsi daripada manajemen, namun pada dasarnya semuanya berkaitan dengan: (1) Planning, bahwa segala sesuatu harus direncanakan dengan cermat; (2) Organizing, yaitu berkaitan dengan adanya kerjasama yang baik antar individu dan masing-masing mempunyai tanggungjawab untuk mencapai suatu tujuan; (3) Motivating, yaitu pemberian dorongan dan semangat bagaimana agar usahanya tetap bisa survive, dan (4) Pentingnya adanya Controlling atau pengawasan. (Jonh F. Mee, dalam Rohman, 2017).

2.2. Strategi usaha agar roda usaha tetap survive

Mengelola suatu usaha bukanlah hal yang mudah dilakukan. Manajemen usaha merupakan kegiatan mengatur suatu usaha agar bisa berjalan dengan baik. Pelaku usaha harus bisa memastikan roda usaha berjalan dengan baik untuk mencapai target yang ditetapkan. Untuk memulai suatu usaha harus memiliki strategi yang baik.

Strategi untuk mencapai sasaran misalnya tujuan dan cara memasarkan produk, jenis produk yang akan dipasarkan. Deskripsi usaha diperlukan sebagai jati diri atau identitas usaha.

Strategi usaha agar roda usaha tetap berjalan menurut Handojo, 2020 adalah

1. *Cashflow* harus terjaga dan sehat. Uang tunai yang ada harus dikelola dengan optimal agar usaha tetap berjalan. Biaya produksi harus ditekan namun kualitas produksi tetap terjaga. Buat prioritas anggaran untuk menunjang usaha.
2. Buat terobosan layanan *delivery order* untuk membantu konsumen mempermudah untuk melakukan pemesanan produk yang diinginkan. Daftarkan gerai makanan kita kepada mitra ojek *online* seperti GoFood, GrabFood atau ShopeeFood.
3. Ciptakan produk yang bervariasi dan beraneka varian. Produk-produk frozen bisa sebagai alternatif untuk menyediakan konsumen yang menjalani *work from home* (WFH). Bisa juga disediakan menu bahan baku atau *ready to cook* dengan menjual paket bahan bakunya, tinggal dimasak sendiri.
4. Meningkatkan promo dengan strategi *bundling* yaitu menawarkan beberapa produk dalam satu paket tentunya harganya menjadi lebih murah. Atau pemberian voucher ongkos kirim gratis untuk pembelian dalam jumlah tertentu.

Protokol kesehatan (prokes) harus diterapkan dengan disiplin agar konsumen merasa lebih aman dan percaya terhadap produk kita.

2.3. Membangkitkan Semangat Mitra Usaha Mikro Menghadapi Pandemi Covid-19

Seperti yang kita ketahui bahwa bisnis usaha mikro kecil menengah menjadi salah satu sektor yang paling merasakan dampak wabah virus corona (Covid-19). Berdasarkan info dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah, setidaknya terdapat 949 laporan dari pelaku koperasi serta usaha mikro, kecil, dan menengah yang terkena dampak wabah virus Covid-19 (Kompas, 27 Maret 2020). Teten Masduki, MenKop dan UMKM pun mengajak semua pihak termasuk swasta, BUMN, serta masyarakat untuk membantu para pelaku usaha mikro untuk bisa tetap produktif ditengah pandemi Corona. Terlebih, ada puluhan juta unit usaha di sektor mikro. Jika hal ini tidak ditangani, tentunya hal tersebut akan menjadi persoalan yang besar.

Krisis ekonomi akibat pandemi Covid-19 telah berdampak terhadap kelangsungan usaha mikro, kecil, dan menengah. Berbeda pada saat krisis moneter tahun 1998 di mana usaha mikro justru menjadi penyelamat ekonomi

nasional yang pada saat itu mampu meningkat hingga 350 persen ketika banyak usaha besar yang kolaps. Dampak dari sulitnya berusaha mengakibatkan banyaknya tenaga kerja yang terpaksa di rumahkan, karena adanya lock-down memaksa orang harus tetap tinggal di rumah. Pertokoan dan perkantoran harus ditutup bahkan pasar tradisionalpun dibatasi keramaiannya.

Pada masa pandemi terjadi perubahan pola konsumsi barang dan jasa masyarakat dari *offline* ke *online*. Pelaku usaha mikro pasti kesulitan dalam mencapai target-target yang harus dicapai saat perekonomian terganggu. Perubahan pola tersebut, seyogyanya diikuti pelaku usaha mikro, agar dapat survive dan bisa tetap bertahan, serta bisa berkembang sehingga mampu menghadapi kondisi new normal yaitu suatu keadaan dimana orang harus bangkit, kehidupan harus tetap berjalan normal namun terbatas. Terbatas yang dimaksud disini adalah mengikuti aturan Kesehatan misalnya harus memakai masker, sering-sering cuci tangan atau menggunakan hand sanitizer, jaga jarak dan tidak saling berjabat tangan.

Terobosan melalui digitalisasi menjadi sebuah kebutuhan yang penting, terbukti pada masa diberlakukannya pembatasan sosial berskala besar mendorong adanya peningkatan pada

pemanfaatan *e-learning* (system pembelajaran dengan menggunakan elektronik), demikian pula transaksi didunia perdagangan juga menggunakan apa yang disebut *e-commerce* yaitu transaksi keuangan secara elektronik.

Namun tidak dapat dipungkiri adanya kendala mengenai digitalisasi yang terjadi pada usaha mikro. Masih banyak orang yang belum bisa mengoperasikannya. Di beberapa daerah terpencil keterbatasan akses internet masih menjadi kendala. Pemahaman dari pelaku usaha kecil terhadap teknologi, pemasaran online terbatas, proses produksi dan akses pasar online yang masih dinilai belum cukup maksimal. Selanjutnya, konsumen masih merasa tak aman dalam melakukan transaksi digital.

2.4. Digitalisasi Mendorong Mitra Usaha Mikro Sektor Kuliner Bisa Survive

Pandemi Covid-19 memberi dampak langsung ke berbagai aspek ekonomi masyarakat, terutama Usaha Mikro Kecil Menengah. Banyak usaha mikro yang turun omzetnya namun beberapa usaha mikro masih cukup kuat bertahan di antaranya usaha mikro sektor kuliner. Deputi Bidang Usaha Mikro Kemenkop Usaha Kecil Menengah Eddy Satriya menyampaikan, Usaha Mikro Kecil Menengah menjadi salah satu penyangga perekonomian Indonesia. Terbukti ketika Indonesia

mengalami dua kali krisis, usaha mikro ini yang paling mampu bertahan.

Terkait dampak pandemi di Indonesia, ternyata telah banyak usaha mikro telah menggunakan media sosial atau *digital platform*. Sebagian besar telah mengantisipasi adanya kebijakan *social distancing*. Teknologi digital mulai dimanfaatkan oleh para pelaku usaha mikro dan memanfaatkan internet dalam menjalankan usahanya. Dengan adanya pandemi Covid-19 telah memaksa orang beralih menggalakkan dunia digital yang saat ini bukan lagi menjadi monopoli anak muda milenial tetapi sudah merambah kesemua jenjang masyarakat

Dengan memanfaatkan fasilitas internet siapapun dapat dengan mudah memperoleh ilmu pengetahuan baru tanpa sekolah khusus. Adanya dorongan yang kuat dan keras, khususnya dari para ibu-ibu dapat membangkitkan daya juang mereka. Mereka tergerak untuk memanfaatkan ilmu yang telah diperolehnya dengan mencoba untuk membuka usaha baru.

2.5. Masalah Utama Mitra Usaha Mikro Menghadapi Pandemi Covid-19

Sektor usaha mikro memegang peranan penting dalam perekonomian negara. Sektor usaha mikro memiliki pasar yang luas dan mampu menyerap banyak tenaga kerja. Di samping besarnya peluang, ada beberapa tantangan yang harus diketahui oleh pelaku

usaha mikro. Ada beberapa kendala yang menghadang pelaku usaha mikro untuk mengembangkan bisnis, yaitu permodalan, administrasi, dan teknologi.

Dari sekian banyak permasalahan usaha mikro yang terjadi di Indonesia, beberapa permasalahan di bawah ini yang paling sering terjadi. Namun permasalahan ini bukan berarti sebagai penghalang, melainkan sebuah tantangan yang harus dilalui demi kelangsungan usaha Mitra Usaha Mikro. Permasalahan tersebut adalah minimnya modal, pengelolaan keuangan tidak efisien, kurangnya inovasi, belum memaksimalkan pemasaran online, pembukuan masih manual, tidak memiliki ijin.

2.5. Strategi Pemasaran yang harus diubah

Bila seseorang ingin memulai usahanya sebaiknya tidak hanya terfokus pada produk yang akan dihasilkan saja. Namun yang lebih penting adalah bagaimana kita bisa mengenalkan produk kita ke konsumen. Yang tidak kalah pentingnya adalah perlu diperhatikan yang berkaitan dengan Segmentasi, Target dan Posisi produk yang biasa dikenal dengan istilah Strategi STP.

Ada beberapa cara efektif untuk memasarkan produk (Indra, 2021) diantaranya adalah:

1. Tentukan pangsa pasar yang dituju sehingga bisa ditentukan produk yang sesuai dengan target penjualan.
2. Pilih lokasi usaha yang strategis agar mudah dijangkau konsumen
3. Anggaran untuk promosi/pemasaran produk harus realistis sesuai dengan target.
4. Tempuh pemasaran yang efektif bisa dilakukan melalui offline maupun online.
5. Memanfaatkan kehidupan digitalisasi, media sosial sudah menjadi kehidupan masyarakat saat ini.
6. Bangun toko online sendiri dengan membuat blog atau website untuk memasarkan semua produk yang dihasilkan

2.6. Prinsip Entitas Ekonomi

Sebagaimana dikutip dari prinsip-prinsip dasar akuntansi di Indonesia, salah satunya adalah prinsip entitas ekonomi yang menganggap bahwa suatu usaha merupakan satu kesatuan ekonomi yang tidak boleh dicampur dengan kepentingan pribadi. Jadi catatan transaksi usaha harus terpisah dari hal-hal yang berkaitan dengan kekayaan maupun kewajiban pemilik usaha (jurnal entrepreneur, 2017). Prinsip ini menjawab fenomena yang terjadi pada para usaha mikro, sehingga perlu diinformasikan

dan ditanamkan dengan baik agar bisa dipahami mana yang diperbolehkan dan yang tidak.

3. METODE PELAKSANAAN

3.1. Metode Pengabdian

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode pelatihan dan pendampingan. Metode pelatihan dilakukan dengan cara memberikan pemaparan materi mengenai Manajemen usaha untuk membangkitkan semangat survive bagi mitra usaha mikro menghadapi pandemi Covid-19. Pemaparan materi dilakukan melalui zoom meeting mengingat masih masa pandemi dan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat yang biasa dikenal dengan istilah PPKM. Sementara itu metode pendampingan dilakukan dengan cara mendatangi lokasi tempat usaha para ibu-ibu mitra usaha mikro secara langsung. Hal ini dilakukan untuk mengetahui sejauhmana proses produksi

3.2. Sasaran Kegiatan

Sasaran kegiatan ini adalah ibu-ibu rumah tangga yang dijadikan sebagai mitra yang selanjutnya kami beri sebutan Mitra Usaha Mikro, yang bergerak pada pengolahan makanan (catering), kue-kue, dan kue kering yang berlokasi di wilayah kelurahan Bendul Merisi, Kec. Wonocolo Kota Surabaya. Usaha pengolahan makanan ada yang berdasarkan pesanan dan ada yang

yang telah dilakukan, kemudian mendiskusikan tentang permasalahan dan kendala-kendala yang dihadapi dalam bisnis kuliner di masa Pandemi Covid 19 dan mencari solusi agar bisnis kuliner bisa tetap bertahan dan tetap survive. Di tengah pandemi yang belum juga berakhir, para mitra usaha mikro harus terus berupaya bangkit dari keterpurukan. Untuk menghadapi segala macam tantangan yang ada, mereka dituntut untuk lebih kreatif dengan lebih memaksimalkan strategi marketing baik penjualan melalui *online* maupun *offline*. *Marketing by online* sudah dilakukan oleh mitra usaha mikro dengan membuka grup WhatsApp. Disamping itu mereka juga harus kreatif membaca peluang yang ada di pasar dan kemampuan masyarakat saat ini. Hal itu penting agar mitra usaha mikro dibidang makanan bisa tetap bertahan di tengah ketidakpastian dan sengitnya persaingan.

berdasarkan proses. (Priyadi, 2020). Dengan usaha ini dapat meningkatkan pendapatan keluarga, sehingga kaum perempuan dapat dikatakan sebagai pahlawan ekonomi bagi keluarga. Peran dan keterlibatan ibu-ibu dalam fungsi ekonomi keluarga akan meningkatkan kesejahteraan dan pemenuhan kesehatan keluarga (Kemen PPPA, 2020)

Mengelola suatu usaha bukanlah hal yang mudah dilakukan. Manajemen usaha merupakan kegiatan mengatur suatu usaha agar bisa berjalan dengan baik (Bismala, 2016). Pelaku usaha harus bisa memastikan roda usaha berjalan dengan baik untuk mencapai target yang ditetapkan. Untuk memulai suatu usaha harus memiliki strategi yang baik. Strategi untuk mencapai sasaran misalnya tujuan dan cara memasarkan produk, jenis produk yang akan dipasarkan. Deskripsi usaha diperlukan sebagai jati diri atau identitas usaha.

3.3. *Pelaksanaan Kegiatan*

Kegiatan ini dilakukan baik melalui zoom meeting maupun secara langsung datang ke Lokasi Mitra Usaha Mikro di wilayah kelurahan Bendul Merisi, Kec. Wonocolo Kota Surabaya. Kegiatan ini di

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Mitra Usaha Mikro

4.1.1 *Zahrakoe*

Pemilik usaha ini adalah ibu Zahra yang mengawali usahanya karena hobi memasak. Semula memasak hanya untuk keluarga saja, kemudian coba-coba untuk ditawarkan ke teman terdekat, ternyata banyak yang cocok dan menyukai masakan ibu Zahra ini. Usaha ini berkembang

laksanakan pada Tanggal 21-26 Juni 2021 Pukul 10.00-12.00.

1. Kegiatan ini diawali dengan kunjungan yang dilakukan oleh dua orang mahasiswa untuk mencari obyek agar bisa dijadikan sebagai mitra pada hari sabtu tanggal 19 Juni 2021. Mereka melakukan survey pendahuluan.
2. Pada hari senin tanggal 21 Juni 2021 disepakati kami melakukan pertemuan by zoom meeting untuk menyampaikan materi pelatihan.
3. Kemudian dilanjut dengan kunjungan langsung ke lokasi untuk mendiskusikan mengenai hambatan dan kendala apa yang dihadapi oleh para ibu-ibu Mitra Usaha Mikro, kebanyakan mereka adalah ibu rumah tangga yang menekuni usahanya dalam bidang kuliner yaitu berupa makanan harian siap saji, kue kering dan kue basah.

menjadi usaha catering yang setiap hari menerima pesanan masakan sayuran dan lauk pauk. Secara berkala juga menerima pesanan bermacam-macam kue untuk acara hajatan. Kegiatan ini dilakukan sejak sebelum pandemi covid-19.

Saat awal adanya pandemi covid-19 usaha ini sempat terhenti, karena banyak orang yang takut untuk saling berinteraksi. Kehidupan harus tetap berjalan, maka dibuatlah grup WhatsApp yang anggotanya

dibatasi hanya khusus warga muslim untuk wilayah Bendul Merisi saja. Namun dengan berjalannya waktu WAG ini berkembang dengan pesatnya sehingga saat ini



Gambar 1.
Contoh Hasil Produksi Zahrakoe

4.1.2 *Cici's Cookies*

Seorang ibu rumah tangga yang ingin mengisi waktunya dengan kegiatan positif dan bisa menambah pemasukan keluarga, beliau adalah ibu Cici. Ibu Cici ini juga tergabung dalam WAG Bukalapak. Dengan adanya grup ini ada komunikasi timbal balik antara penjual dan pembeli. Produk-produk yang dihasilkan berupa masakan harian yang biasanya didistribusikan pada jam 16.00 sore.

Namun moment lebaran seringkali dimanfaatkan untuk membuat kue kering seperti: Kastengel, Nastar, Putri Salju, dll.

4.2.3 *Enaque*

Enaque adalah merk dagang yang diberikan untuk kue lumpur produk ibu Ita. Niat awalnya adalah untuk melestarikan resep keluarga karena diperoleh dari neneknya, kemudian dicoba ditawarkan ke lingkungan tetangga dan teman-teman terdekat,

anggotanya telah mencapai 250 peserta yang terdiri dari pembeli dan penjual.

Di bawah ini merupakan contoh produk yang dihasilkan oleh Zahrakoe.

Konsumen hanya sekitar daerah Bendul Merisi saja. Berikut adalah contoh produk yang dihasilkan oleh Cici's Cookies.



Gambar 2.
Kue Kering Produksi Cici's Cookies

ternyata banyak yang menyukainya. Akhirnya ditekuni menjadi usaha yang hasilnya dapat meningkatkan income keluarga. Kue lumpur Enaque telah didaftarkan ke Departemen Perdagangan dan telah mendapat sertifikasi halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia).

Produknya telah dipasarkan di gerainya sendiri di Bendul Merisi dan telah membuka cabang di Yakaya Supermarket.

Dalam rangka kunjungan ke dapur kue lumpur Enaque, kami dapati tungku untuk memproduksi kue lumpur sebagaimana tampak pada gambar berikut.



Gambar 3
Tungku dan Alat Produksi
Kue Lumpur Enaque

Sementara itu produk andalan yang dihasilkan oleh Enaque sebagaimana tampak pada gambar di bawah ini.



Gambar 4.
Aneka Varian Kue Lumpur Enaque

4.2.4 Pawon Lakon Iwak

Pandemi Covid-19 bisa memberikan dampak negative dan positif bagi masyarakat, sebagaimana yang telah dialami oleh ibu Dewi. Pemutusan hubungan kerja (PHK) dari kantornya tidak menciutkan nyalinya untuk membuka usaha sesuai dengan minat bakatnya. Kebetulan orang tuanya memiliki sebidang tambak ikan bandeng. Dari hasil bandeng yang dipanennya, terbersit untuk mengolah bandeng tersebut dengan berbagai menu olahan bandeng.

Berebekal pengalaman memasak untuk keluarga dikembangkan ditawarkan ke teman terdekat, ternyata banyak yang cocok dan suka, bahkan pesanan sampai ke pulau Bali. Dalam keseharian menerima pesanan by online dengan tergabung dengan beberapa WAG. Berikut adalah hasil produk olahan ikan Pawon Lakon Iwak.



Gambar 5.
Hasil Produk Pawon Lakon Iwak

5 SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa ibu-ibu Mitra Usaha Mikro yang berlokasi di wilayah kelurahan Bendul Merisi, Kec. Wonocolo Kota Surabaya, merupakan ibu-ibu tangguh yang tetap semangat menghadapi pandemic Covid-19. dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pada awalnya para mitra tidak mengetahui bagaimana agar usaha bisnis kulinernya bisa tetap bertahan di

masa pandemi Covid 19, kemudian dengan memanfaatkan media social yaitu WhatsApp Grup akhirnya bisa berkembang, anggotanya sampai mencapai 250 orang terdiri dari penjual dan pembeli.

2. Antara penjual dan pembeli menjaga saling percaya, maka prokes harus dijaga.
3. Sistem layanan *delivery order* sudah dilaksanakan.

SARAN

Saran yang bisa kami sampaikan kepada adalah Mitra Usaha Mikro adalah:

1. Agar usaha dapat berkembang, mitra harus meningkatkan kreativitas dan inovasi-inovasi terhadap produk yang dihasilkan agar omzet penjualan dapat meningkat.
2. Perlu mempromosikan produk-produk yang dihasilkan melalui media sosial.
3. Pencatatan keuangan harus dilakukan secara tertib administrasi dan sederhana.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada:

1. Ketua dan Kepala Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M), Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya,
2. Para peserta Usaha Kecil Mandiri daerah Bendul Merisi Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

Bismala L, "Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah". Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship, Volume 5, Nomor 1, Maret 2016.

<https://journal.uc.ac.id>. Diunduh 4 Juli 2021.

Fauzia. M, 2020. "Dampak Corona Lebih Parah, IMF Proyeksi Pertumbuhan Ekonomi Global -4,9 Persen Tahun Ini" Diunduh tgl 3 Juli 2021.

<https://money.kompas.com/read/2020/06/25/054100526/dampak-corona-lebih-parah-imf-proyeksi-pertumbuhan-ekonomi-global-4-9-persen?page=all>.

Handojo, A, 2020. "Strategi Bisnis Kuliner Agar Tetap Bertahan di Tengah Pandemi".

<https://www.daya.id>. Diunduh tgl 3 Juli 2021.

Indra R., 2021. Inilah 6 Cara Memasarkan Produk dengan Baik dan Efektif.

<https://www.lemonilo.com/blog/inilah-6-cara-memasarkan-produk-dengan-baik-dan-efektif>

Jurnal Entrepreneur, 2017. Tips Terapkan Manajemen Usaha untuk Bisnis Kecil

https://www.jurnal.id/id/blog/tips-terapkan-manajemen-usaha-untuk-bisnis-kecil/#Apa_itu_Manajemen_Usaha

Jurnal Entrepreneur, 2017. 10 Prinsip Dasar Akuntansi yang Perlu Anda Ketahui.

<https://www.jurnal.id/id/blog/2017-10-prinsip-akuntansi-yang-perlu-anda-ketahui>. Diunduh 4 Juli 2021.

Kemen PPPA,2020. "Geliatkan UMKM Indonesia, Perempuan Jadi Pahlawan Ekonomi Keluarga."

HUMANISM

JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT

<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/HMN>

- <https://www.kemempppa.go.id>. 26 Nov 2020. Diunduh tgl 3 Juli 2021.
- KemenkopUKM, 2021. “Terhubung Secara Digital, UMKM Sektor Kuliner Tetap Bertahan Di Saat Pandemi”. Humas Kementerian Koperasi dan UKM. <https://kemenkopukm.go.id>. Diunduh pada tgl 3 Juli 2021
- Munadie F., 2018. Kreatif dan Inovatif Dalam Berwirausaha. <https://bbs.binus.ac.id/business-creation/2018/04/kreatif-dan-inovatif-dalam-berwirausaha/>
- Priyadi, 2020. “Akuntansi Biaya Pendekatan Konvensional Dengan Nilai-Nilai Islam.” Penerbit Kyta, Perum Nogotirto Aden, Yogyakarta
- Rohman, A, 2017. Dasar-Dasar Manajemen. Penerbit: Intelejensia Media, Malang Indonesia.