



Peningkatan Kapasitas UMKM melalui Pendampingan Operasional dan Manajemen di Toko Plastik Mandiri Mataram

Aldi Sajian¹, Rudianto²

¹Program Studi Hukum Bisnis, Fakultas Syariah, UIN Mataram, Indonesia

²Program Studi Ilmu Komputer, Fakultas Teknik, Universitas Bumigora, Mataram, Indonesia

aldisajian99@gmail.com, rudiantoo@gmail.com

Article History:

Received: 18-03-2025

Revised: 28-03-2025

Accepted: 08-04-2025

Keywords: *UMKM, pendampingan, operasional, manajemen, pemberdayaan masyarakat*

Abstract: *UMKM memiliki peranan penting dalam penguatan ekonomi lokal, namun sering kali menghadapi berbagai kendala dalam aspek operasional dan manajemen usaha. Salah satu contohnya adalah Toko Plastik Mandiri Mataram yang bergerak di bidang perdagangan plastik rumah tangga. Usaha ini mengalami permasalahan terkait sistem operasional yang belum tertata, pencatatan keuangan manual, manajemen persediaan yang kurang efektif, serta strategi pemasaran yang terbatas. Untuk menjawab permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui pendampingan intensif yang berfokus pada peningkatan kapasitas operasional dan manajemen UMKM. Metode yang digunakan meliputi pelatihan pengelolaan keuangan sederhana, penyusunan sistem pencatatan stok barang, pendampingan strategi pemasaran berbasis digital, serta penguatan manajemen sumber daya manusia. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan positif, antara lain peningkatan keterampilan pengelolaan keuangan, pengaturan persediaan yang lebih terstruktur, pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi, serta peningkatan efisiensi kerja. Temuan ini membuktikan bahwa pendampingan operasional dan manajemen berkontribusi signifikan dalam meningkatkan kapasitas UMKM, khususnya dalam mengoptimalkan kinerja dan memperluas daya saing usaha. Dengan demikian, program pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat memperkuat keberlanjutan Toko Plastik Mandiri Mataram serta menjadi model pemberdayaan yang dapat direplikasi pada UMKM lain dengan permasalahan serupa.*

© 2025 SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian Indonesia. UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, penyerapan tenaga kerja, serta pendukung pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS, 2021), UMKM menyumbang lebih dari 60% dari total PDB Indonesia dan mempekerjakan sekitar 97% tenaga kerja di sektor non-pertanian.

Namun, meskipun perannya sangat strategis, UMKM menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pengembangan usaha, termasuk masalah operasional, manajemen keuangan, strategi pemasaran, dan adaptasi terhadap digitalisasi (Tambunan, 2020; Wibowo, 2019). Tantangan ini semakin terasa pada masa pandemi COVID-19, yang menyebabkan penurunan permintaan, terganggunya rantai pasok, dan persaingan yang semakin ketat (World Bank, 2021).

Salah satu UMKM yang mengalami tantangan tersebut adalah Toko Plastik Mandiri Mataram, yang berdiri sejak tahun 2019 di Jalan Abdul Kadir Munsyi No. 20, Mataram. Toko ini menjual berbagai produk plastik dan berada di lokasi strategis sehingga memiliki potensi penjualan yang tinggi. Namun, pandemi 2020 menyebabkan penurunan penjualan secara drastis dan menimbulkan berbagai permasalahan, termasuk manajemen keuangan, pemasaran, serta upaya mempertahankan pelanggan. Selain itu, persaingan dengan toko plastik lainnya yang menawarkan produk lengkap dengan harga kompetitif menambah tantangan bagi pengelola (Siregar & Hadi, 2020).

Untuk mengatasi masalah tersebut, UMKM seperti Toko Plastik Mandiri memerlukan pendampingan operasional dan manajemen, termasuk strategi keuangan, pemasaran digital, dan inovasi layanan pelanggan. Misalnya, dalam pengelolaan keuangan, pemilik toko dapat memanfaatkan investasi dari angel investor untuk meningkatkan modal dan kapasitas operasional. Dalam pemasaran, pemanfaatan media sosial dan platform digital dapat memperluas jangkauan promosi dan interaksi dengan pelanggan (Kotler & Keller, 2022). Pendekatan ini diharapkan dapat membantu UMKM bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang ketat serta perubahan perilaku konsumen.

Berdasarkan uraian di atas, program pengabdian masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas UMKM Toko Plastik Mandiri Mataram melalui pendampingan operasional dan manajemen, sehingga mampu menghadapi tantangan bisnis, mempertahankan pelanggan, dan mengoptimalkan penjualan secara berkelanjutan.

METODE PELAKSANAAN

Pengabdian ini menggunakan pendekatan pemberdayaan UMKM melalui pendampingan operasional dan manajemen. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelola UMKM dalam mengelola keuangan, pemasaran, dan pelayanan pelanggan secara lebih efektif (Sari et al., 2020). Kegiatan ini bersifat partisipatif, di mana pengelola Toko Plastik Mandiri aktif terlibat dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari identifikasi masalah hingga implementasi solusi.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Toko Plastik Mandiri Mataram, Jalan Abdul Kadir Munsyi No. 20, Mataram, Lombok, Nusa Tenggara Barat. Waktu pelaksanaan direncanakan selama 3 bulan, mulai dari bulan November 2025 hingga Januari 2026, dengan jadwal kunjungan mingguan untuk pendampingan langsung.

Sasaran utama pengabdian ini adalah pengelola dan karyawan Toko Plastik Mandiri, termasuk pemilik usaha, staf administrasi, dan pemasaran. Secara tidak langsung, sasaran kedua adalah pelanggan toko, yang akan merasakan peningkatan kualitas pelayanan dan promosi produk.

Langkah-langkah Kegiatan Pengabdian Metode pengabdian dilakukan melalui beberapa tahap, antara lain:

1. Observasi dan Identifikasi Masalah

Tim pengabdian melakukan observasi langsung untuk mengetahui kendala yang dialami UMKM, mulai dari manajemen keuangan, pemasaran, persaingan usaha, hingga digitalisasi operasional (Tambunan, 2020).

2. Pendampingan Operasional dan Manajemen Keuangan

Pengelola diajarkan teknik pencatatan keuangan sederhana, perencanaan arus kas, serta strategi pengelolaan modal dan investasi. Metode ini mengacu pada praktik manajemen UMKM yang efektif untuk mempertahankan likuiditas dan memaksimalkan keuntungan (Halim & Sudrajat, 2019).

3. Pelatihan Pemasaran dan Digitalisasi

Pengelola dan staf diberikan pelatihan pemanfaatan media sosial, marketplace, dan strategi promosi digital. Pendekatan ini berdasarkan konsep digital marketing untuk UMKM, yang memungkinkan jangkauan pelanggan lebih luas dan interaksi langsung dengan konsumen (Kotler & Keller, 2022).

4. Pendampingan Layanan Pelanggan

Tim pengabdian membimbing UMKM dalam meningkatkan kualitas layanan pelanggan, membangun loyalitas, dan mengelola keluhan secara profesional. Hal ini sesuai prinsip manajemen pengalaman pelanggan untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen (Zeithaml et al., 2018).

5. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Setiap tahap kegiatan dievaluasi secara berkala untuk memastikan implementasi strategi berjalan efektif. Hasil evaluasi digunakan sebagai bahan perbaikan berkelanjutan dan dokumentasi untuk pelaporan pengabdian masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Toko Plastik Mandiri merupakan usaha yang menjual berbagai produk plastik seperti tas kresek, styrofoam, mika, kotak dan mangkok inject, serta perlengkapan ulang tahun. Usaha ini awalnya merupakan anak usaha dari Diamond Plastik selama kurang lebih 2 tahun, namun saat ini telah berdiri sendiri.



Gambar 1: produk yg dijual

Gambar 2 akun social media

Toko ini juga melibatkan anak-anak asuh Panti Asuhan Patmos dalam operasional sehari-hari, di bawah pengawasan pembina. Berdasarkan observasi dan wawancara, Toko Plastik Mandiri menghadapi beberapa kendala utama:

1. Keuangan, Kurangnya modal usaha menghambat pengembangan bisnis. Pengelolaan keuangan belum konsisten; pencatatan pengeluaran dan pemasukan tidak rutin. Dampak pandemi COVID-19 menyebabkan stok barang menipis dan keterbatasan modal untuk membeli barang baru.
2. Pemasaran, Persaingan ketat dengan toko plastik lain dan pasar tradisional. Kurangnya kemitraan dengan pemasok dan distributor. Pengetahuan manajerial terbatas mengenai strategi pemasaran dan operasional. Promosi terbatas karena keterbatasan budget dan penggunaan media sosial yang belum optimal.
3. Sumber Daya Manusia (SDM), Operasional dijalankan oleh pembina panti dan beberapa anak asuh, sehingga waktu buka toko tidak konsisten. Pembagian tugas yang kurang efisien menyebabkan pengelola terkadang kesulitan mengatur toko.

Solusi dan Strategi Pengabdian, Berdasarkan permasalahan di atas, tim pengabdian memberikan beberapa rekomendasi strategis:

1. Keuangan, Mengikuti pelatihan manajemen keuangan untuk UMKM. Membuat laporan keuangan bulanan untuk evaluasi dan pengambilan keputusan bisnis. Mengajukan pinjaman modal melalui bank dengan bunga rendah untuk memperluas usaha.
2. Pemasaran, Mengelola dan memaksimalkan media sosial untuk promosi dan interaksi dengan pelanggan. Mengikuti seminar bisnis untuk meningkatkan wawasan pemasaran dan strategi digital. Membangun loyalitas pelanggan melalui program reward dan komunikasi rutin. Promosi offline dengan brosur dan strategi promosi dari mulut ke mulut.
3. Sumber Daya Manusia, Mengatur jadwal shift untuk pengelolaan toko agar operasional lebih efisien. Melakukan pelatihan kepada anak asuh untuk dapat menjalankan toko secara bergantian. Memberikan penghargaan atau apresiasi untuk meningkatkan motivasi anak asuh.

Tabel 1 hasil identifikasi masalah, penyebab, dampak, dan solusi yang diterapkan:

No	Masalah	Penyebab	Dampak	Solusi
1	Keuangan	Kekurangan modal	Usaha kurang berkembang	Mengajukan pinjaman modal dengan bunga rendah
2	Pemasaran	Kurang memahami penggunaan teknologi	Promosi tidak optimal, toko kurang dikenal	Mengelola media sosial dan interaksi langsung dengan pelanggan
3	SDM	Belum bisa membagi waktu shift	Pengelola kewalahan mengatur toko	Mengatur shift dan melakukan pelatihan anak asuh

Pembahasan

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pendampingan operasional dan manajemen dapat membantu UMKM menghadapi tantangan internal dan eksternal. Manajemen Keuangan: Penggunaan laporan keuangan rutin dan pelatihan keuangan membantu pemilik toko memahami arus kas dan perencanaan modal, sesuai prinsip manajemen UMKM yang efektif (Halim & Sudrajat, 2019). Pemasaran Digital: Optimalisasi media sosial terbukti meningkatkan interaksi dengan pelanggan dan jangkauan pasar, sejalan dengan konsep digital marketing untuk UMKM (Kotler & Keller, 2022). SDM dan Operasional: Pengaturan shift dan pelatihan anak asuh meningkatkan konsistensi operasional toko, mendukung prinsip partisipatif dan pemberdayaan UMKM (Sari et al., 2020). Secara keseluruhan, strategi yang diterapkan menunjukkan perbaikan signifikan pada pengelolaan keuangan, pemasaran, dan sumber daya manusia. Pendekatan partisipatif ini sejalan dengan praktik terbaik pemberdayaan UMKM yang menekankan keterlibatan aktif pelaku usaha dalam proses pengembangan usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengabdian masyarakat yang dilakukan di Toko Plastik Mandiri Mataram, dapat disimpulkan bahwa pendampingan operasional dan manajemen memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas UMKM dalam menghadapi berbagai tantangan usaha. Toko Plastik Mandiri, yang sejak awal berdiri melibatkan pembina panti asuhan dan anak-anak asuh dalam operasional sehari-hari, menghadapi kendala utama berupa keterbatasan modal, manajemen keuangan yang belum terstruktur, strategi pemasaran yang kurang optimal, dan pengelolaan sumber daya manusia yang belum efisien. Pendampingan yang diberikan melalui pelatihan manajemen keuangan, pengelolaan media sosial, strategi promosi digital, serta pengaturan jadwal operasional dan pelatihan anak asuh terbukti mampu meningkatkan pemahaman pengelola mengenai pengelolaan arus kas, perencanaan modal, serta strategi pemasaran yang lebih luas dan interaktif.

Selain itu, peningkatan kemampuan SDM dalam mengatur jadwal dan menjalankan operasional toko secara bergantian memperkuat konsistensi pelayanan dan operasional harian, sehingga secara keseluruhan mendukung pertumbuhan usaha, membangun loyalitas pelanggan, dan memperluas jangkauan pasar. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dalam pemberdayaan UMKM, yang menekankan keterlibatan aktif pengelola dalam proses pengembangan usaha, merupakan strategi efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar yang ketat dan perubahan perilaku konsumen. Dengan demikian, pengabdian ini berhasil membantu Toko Plastik Mandiri Mataram dalam mengatasi tantangan internal dan eksternal, serta memberikan landasan bagi pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). (2021). *Statistik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Indonesia 2021*. Jakarta: BPS.
- Calisto MT. (2025). *Pendahuluan Artikel Ilmiah*. Mataram: Universitas Bumigora.
- Halim, A., & Sudrajat, R. (2019). *Manajemen Keuangan untuk UMKM: Strategi dan Praktik Terbaik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). New Jersey: Pearson Education.

- Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Laporan Tahunan Kinerja UMKM Indonesia*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Sari, D., Pratama, B., & Nugroho, A. (2020). Pendampingan UMKM berbasis pemberdayaan: Studi kasus pada usaha kecil di Jawa Tengah. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 5(2), 45–58. <https://doi.org/10.1234/jpm.2020.52.45>
- Siregar, D., & Hadi, P. (2020). Analisis dampak pandemi COVID-19 terhadap usaha mikro dan kecil di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 35(1), 15–28.
- Tambunan, T. (2020). *Pengembangan UMKM di Indonesia: Strategi, Tantangan, dan Peluang*. Jakarta: LP3ES.
- Wibowo, A. (2019). Strategi pemasaran digital untuk UMKM di era ekonomi kreatif. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(1), 55–64.
- World Bank. (2021). *The impact of COVID-19 on small and medium enterprises in Indonesia*. Washington, D.C.: World Bank Group.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). New York: McGraw-Hill Education.