

## PEMBERDAYAAN UMKM MAK PESEK: WARUNG TRADISIONAL YANG BERTRANSFORMASI DENGAN BRANDING DI SWK DUKUH MENANGGAL

Arnaning Tias<sup>1</sup>, Bintang Majida Shofyanti<sup>2</sup>, Elok Aderahma<sup>3</sup>, Rania Salsabila<sup>4</sup>, Aprilia Nisa<sup>5</sup>, Septi Dwi<sup>6</sup>, Tri Siwi Agustina<sup>7</sup>, John Hardi<sup>8</sup>, Noorlaily Fitdiarini<sup>9</sup>, Gurun Sudarwito<sup>10</sup>.

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga Surabaya, Indonesia.  
Jl. Airlangga No.4 - 6, Airlangga, Kec. Gubeng, Surabaya, Jawa Timur 60115.  
E-Mail: [septi.dwi.kristiyanti-2022@feb.unair.ac.id](mailto:septi.dwi.kristiyanti-2022@feb.unair.ac.id)

### ABSTRAK

Laporan ini menyajikan hasil analisis terhadap UMKM "Warung Mak Pesek." Warung Mak Pesek adalah bisnis kuliner yang menawarkan berbagai jenis makanan rumahan di Pusat Wisata Kuliner Dukuh Menanggal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi internal dan eksternal UMKM tersebut, mengidentifikasi peluang dan tantangannya, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnisnya. Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah kualitatif, dengan teknik pengumpulan data meliputi observasi dan wawancara dengan kepala Pusat Wisata Kuliner Dukuh Menanggal, pemilik, dan karyawan "Warung Mak Pesek." Data primer dikumpulkan melalui observasi langsung di lokasi bisnis, sedangkan data sekunder diperoleh dari laporan sebelumnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa "Warung Mak Pesek" memiliki produk yang disukai pelanggan dengan harga terjangkau tetapi memiliki kelemahan dalam pemasaran produk dan manajemen keuangan. Banyak warung lain yang menawarkan produk serupa, namun Ibu Sumirah, pemilik "Warung Mak Pesek," memiliki pelanggan setia dan tetap. Berdasarkan hasil penelitian, beberapa strategi pengembangan diusulkan, termasuk meningkatkan strategi pemasaran online, menerapkan sistem pencatatan keuangan, mendesain ulang spanduk yang lebih menarik, dan memberikan rekomendasi untuk pemasok bahan baku lainnya. Implementasi strategi-strategi ini diharapkan dapat membantu "Warung Mak Pesek" mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

**Kata kunci:** UMKM, Kuliner, Pengembangan, Analisis, Strategi Bisnis

### ABSTRACT

*This report presents the results of an analysis of the MSME "Warung Mak Pesek." Warung Mak Pesek is a culinary business that offers various types of homemade food at the Dukuh Menanggal Culinary Tourism Center. The study aims to analyze the internal and external conditions of the MSME, identify its opportunities and challenges, and provide recommendations to enhance its competitiveness and business sustainability. The research method used in this study is qualitative, with data collection techniques including observation and interviews with the head of the Dukuh Menanggal Culinary Tourism Center, the owner, and employees of "Warung Mak Pesek." Primary data were collected through direct observation at the business location, while secondary data were obtained from previous reports. The results indicate that "Warung Mak Pesek" has products favored by customers at affordable prices but has weaknesses in product marketing and financial management. Many other stalls offer similar products, but Mrs. Sumirah, the owner of "Warung Mak Pesek," has loyal and regular customers. Based on the research results, several development strategies are proposed, including enhancing online marketing strategies, implementing a financial recording system, redesigning a more attractive banner, and providing recommendations for other raw material suppliers. The implementation of these strategies is expected to help "Warung Mak Pesek" achieve sustainable growth.*

**Keyword:** MSME, Culinary, Development, Analysis, Business Strategy

## PENDAHULUAN

Berdasarkan data yang kami temukan dari BPS pada tahun 2014 diketahui bahwa persentase penduduk miskin di Kota Surabaya secara keseluruhan adalah 5,79% Kecamatan Gayungan, yang termasuk dalam Kota Surabaya, memiliki luas wilayah 615,078 Ha dan terbagi menjadi 4 kelurahan, termasuk Kelurahan Dukuh Menanggal. Jumlah penduduk di Kelurahan Dukuh Menanggal sendiri adalah 6.236 jiwa. Dengan demikian, dapat diperkirakan bahwa jumlah keluarga miskin di Kelurahan Dukuh Menanggal adalah sebagian dari persentase penduduk miskin Kota Surabaya secara keseluruhan, tetapi tidak dapat diperinci secara spesifik.

Oleh karena itu kami melakukan analisis lebih lanjut berdasarkan informasi yang kami peroleh dari situs website [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net) diketahui bahwa kelurahan ini pernah mendapatkan penyuluhan mengenai pengembangan perekonomian lalu pada situs website [www.academia.edu](http://www.academia.edu) juga dijelaskan bahwasanya ada salah seorang penulis jurnal yang pernah melakukan sosialisasi terkait pemanfaatan industri kreatif guna peningkatan perekonomian masyarakat. Maka dapat kami simpulkan bahwa daerah ini perlu adanya pendampingan terkait bidang perekonomian dan yang menjadi titik utama adalah di bidang kewirausahaan sesuai dengan tugas kami dapatkan. Dan tujuan yang kami pilih yakni salah satu tenant yang ada di sentra wisata kuliner di kelurahan Dukuh Menanggal.

Sentra Wisata Kuliner yang ada di kelurahan Dukuh Menanggal merupakan salah satu tempat yang menjadi incaran karyawan kantor yang ada di sekitar karena lokasinya pun yang terbilang cukup strategis. Namun karena kurangnya pengembangan dalam hal pemasaran dan banyaknya menu yang serupa maka ada beberapa tenant yang sedikit kurang terlihat oleh pengunjung terutama tenant yang ada di bagian agak ke belakang. Kebanyakan orang memilih tenant yang tempatnya dekat dengan pintu masuk. Oleh karena itu kami menganalisis dan mengamati tenant yang letaknya agak sedikit kurang terekspos. Lalu akhirnya kami memutuskan untuk menjadikan “warung Mak Pesek” sebagai tenant yang akan kami bantu untuk pengembangan dalam pemasaran produknya dengan pertimbangan letaknya yang sedikit agak di belakang sehingga kurang terlihat oleh pengunjung (Santoso, M. S,2018).

Setelah kami melakukan survei secara langsung ditemukan bahwasanya pelaku usaha yang kami tuju ternyata juga cenderung kurang memahami mekanisme penjualan secara efektif dan efisien. Hal ini dikarenakan beberapa faktor yakni faktor usia owner dan kami juga mendapati fakta bahwa ternyata owner juga buta huruf. Selain itu kami melihat juga pemasaran dari tenant tersebut adalah yang paling kurang mencolok dibandingkan tenant yang lain. Dan masih banyak hal lain yang sudah kami analisis dan akan dijabarkan lebih detail pada bagian selanjutnya (Susilo, E.2020).

Setelah kami melakukan kunjungan selama kurang lebih 3 kali dalam kurun waktu 1,5 bulan banyak sekali hal yang kami sarankan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas penjualan. Seperti contohnya kami memberikan solusi terkait keberadaan tenant yang kurang mencolok dengan membuat banner baru berdasarkan *color branding* yang cocok dan telah kami analisis sebelumnya. Berdasarkan situs website [www.colorpsychology.org](http://www.colorpsychology.org) diketahui bahwa warna kuning memberikan makna optimisme, kegembiraan, pencerahan dengan harapan bahwa dengan orang melihat banner tersebut akan merasa senang dan gembira. Selain itu kami juga memberikan template untuk mengatur pengelolaan keuangan yang akan diurus oleh asisten pemilik tenant.

Untuk hasil dari perubahan-perubahan yang telah kami berikan cukup memberikan perubahan yang baik. Karena dengan begitu secara langsung akan memudahkan penjualan baik dari segi keuangan dan marketing. Dan untuk kunjungan selanjutnya akan kami lakukan di minggu depan pada tanggal 30 Mei 2024 untuk memberikan secara langsung hasil banner yang telah kami design berdasarkan *color branding* yang cocok.

## METODE

### Metode Penelitian

Strategi penelitian yang digunakan adalah deskriptif, yaitu suatu rumusan masalah yang berkenaan menggunakan pertanyaan terhadap eksistensi variable mandiri, baik hanya di suatu variabel ataupun lebih (Sugiyono, 2013)

Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme ataupun interpretatif, dipergunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah, dimana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan observasi, wawancara, dokumentasi), data yang diperoleh cenderung kualitatif, analisis data bersifat induktif/kualitatif, serta hasil penelitian bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena, serta menemukan hipotesis.

Dalam penelitian ini kami para peneliti mengumpulkan data kualitatif berupa profil usaha, operasional usaha, dan produksi. Kami juga mendapatkan data kuantitatif dari segi pendapatan dan laporan keuangan.

### **Metode Pelaksanaan**

Kelompok kami melakukan 2 kali kunjungan ke SWK Dukuh Menanggal untuk survei dan turun di lapangan. Pada Jumat, 19 April 2024 dengan meminta izin terlebih dahulu kepada penanggung jawab SWK Dukuh Menanggal yaitu Bu Okta dan Bu Sumirah selaku yang mempunyai tenan "warung mak pesek". Dari pihak Bu Okta memberikan persetujuan untuk tim kami melakukan wawancara kepada Bu Sumirah. Survey ini kami lakukan dengan menganalisa situasi SWK Dukuh Menanggal dan terkhusus untuk "Warung Mak Pesek". Dengan adanya persetujuan dan perizinan tersebut tim kami merencanakan untuk melakukan kunjungan kedua (Jumat, 17 Mei 2024) untuk mengidentifikasi lebih lanjut mengenai warung Bu Sumirah.

Kunjungan pertama, (Jumat, 19 April 2024), kami survey dengan melakukan wawancara terhadap Bu Sumirah selaku pemilik tenan "Warung Mak Pesek". Dari wawancara tersebut kita menemukan informasi bahwa Bu Sumirah memiliki 2 tenant yang menjual makanan dan minuman, lalu dijelaskan juga mengenai jam operasional, pengumpulan bahan baku, situasi sehari-hari pada tenant, dan penjelasan mengenai pelanggan yang berpotensi membeli pada "Warung Mak Pesek" di SWK Dukuh Menanggal. Hasil dari wawancara tersebut tim kami juga menanyakan beberapa pertanyaan mengenai proses usulan digitalisasi yang kami usulkan untuk mencapai target pasar yang tinggi atau meningkat, namun dari pihak pemilik mengungkapkan bahwa kurang setuju karena ada beberapa alasan yang cukup signifikan.

Kunjungan kedua, (Jumat, 17 Mei 2024), kami melakukan wawancara dengan membagi tim kami menjadi 2 kelompok untuk efisiensi waktu. Kelompok pertama yang terdiri dari Tias, Elok, dan April melakukan wawancara kepada penanggung jawab SWK Dukuh Menanggal (Bu Okta) mengenai jumlah kapasitas tempat duduk dan kunjungan di tempat tersebut untuk menganalisa lebih lanjut mengenai pengaruh jumlah kapasitas terhadap pendapatan di SWK Dukuh Menanggal. Kelompok kedua yang meliputi Septi, Rania, dan Bintang melakukan wawancara lanjutan dengan Bu Sumirah mengenai keuangan atas pendapatan perhari dan menanyakan perihal catatan keuangan untuk pemasukan dan pengeluaran. Pada kunjungan kali ini, kami juga meminta izin untuk pemasangan banner baru untuk "Warung Mak Pesek". Hal ini mendapat persetujuan, selanjutnya kami akan melakukan pemasangan pada Jumat, 31 Mei 2024.

Secara keseluruhan selama kegiatan tim kami menggunakan metode kualitatif yaitu survey dan wawancara, untuk penggalan informasi pada narasumber kami menggunakan metode wawancara secara langsung dengan probing questions metode corong (Funnel Method) Menurut Barron (2023), Teknik corong pada probing questions mengacu pada mengajukan pertanyaan yang tepat untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang suatu situasi. Metode tersebut kami terapkan sebagai teknik yang digunakan dalam melakukan wawancara, khususnya ketika mengajukan pertanyaan menyelidik/penggalian informasi. Metode ini melibatkan mengajukan serangkaian pertanyaan yang dimulai dengan pertanyaan yang luas dan terbuka dan secara bertahap menyempit ke pertanyaan yang lebih spesifik dan terfokus. Tujuan dari metode corong adalah mendorong narasumber untuk memberikan tanggapan yang komprehensif dan mendetail sekaligus memandu percakapan topik bahasan tertentu yang kami inginkan.

Alasan dari digunakannya metode ini karena kami ingin menggali lebih lanjut terkait profil dari usaha Ibu Sumirah tersebut. Dari metode yang digunakan, kami mendapatkan hasil laporan yang kami fokuskan pada konsep dan pendekatan 5W+1H.

#### **1. What**

Warung Mak Pesek merupakan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di bidang kuliner yang menawarkan berbagai makanan dengan harga terjangkau. Terdapat berbagai menu yang ditawarkan oleh mak pesek

## 2. When

Warung Mak Pesek mulai didirikan dan beroperasi sejak 2013, namun berdiri sendiri tanpa bantuan dari pemerintah. Usaha tersebut tergolong kecil dan belum memiliki target pasar yang tetap, serta varian menu yang ditawarkan juga terbatas karena kendala financial. Mulai tahun 2016 Warung Mak Pesek mendapat fasilitas berupa tempat dan perlengkapan dari pemerintah kota Surabaya untuk berjualan dan beroperasi di SWK Dukuh Menanggal.

Adapun jam operasional di SWK Dukuh Menanggal adalah mulai pukul 06.30 hingga 16.00 pada hari Senin hingga Sabtu. Akan tetapi jam tutup setiap warung berbeda-beda, tergantung penjualan tersebut habis dan tetap mematuhi aturan tutup maksimal pada pukul 16.00

## 3. Who

Bu Sumirah adalah pemilik dari usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Warung Mak Pesek. Di warung ini, Bu Sumirah bekerja dengan bantuan 1 karyawan yaitu Mbak Irma (keponakannya). Adapun target pasar utama beliau adalah para pegawai kantor sekitar SWK Dukuh Menanggal, pelanggan yang berdomisili di daerah sekitar, dan pelanggan yang melewati daerah SWK Dukuh Menanggal

## 4. Why

Bu Sumirah membuka usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) Warung Mak Pesek untuk memperoleh penghasilan. Bu Sumirah memilih usaha mikro sebagai mata pencahariannya karena merasa bahwa usaha tersebut bisa memberikan penghasilan atau keuntungan yang dirasa cukup untuk kehidupan beliau. Namun usaha ini menurut Bu Sumirah bukan dijadikan sebagai beban, karena hanya sebagai pengisi waktu luang yang menghasilkan profit

## 5. Where

Warung Mak Pesek terletak di SWK Dukuh Menanggal dengan alamat lengkap Jalan Dukuh Menanggal No. 1A, Dukuh Menanggal, Kecamatan Gayungan, Surabaya, Jawa Timur. Letak warung mak pesek berada di bagian tengah SWK Dukuh Menanggal, yang tentunya strategis dan mudah dijangkau oleh pelanggan tetap maupun pelanggan baru Bu Sumirah

## 6. How

Latar belakang bagaimana Bu Sumirah mendirikan warung Mak Pesek adalah karena ia merasa bahwa dengan berdiam diri di rumah saja membuatnya merasa tidak produktif. Oleh karena itu ia berinisiatif untuk membuat sebuah bisnis di bidang yang ia kuasai yakni memasak. Pada mulanya ia mendirikan warung ini bersama asistennya, namun dikarenakan asistennya pada akhirnya juga ingin mendirikan bisnis miliknya sendiri maka Bu Sumirah melanjutkan usahanya sendirian. Tak berapa lama kemudian Bu Sumirah merekrut asisten baru lagi yakni keponakannya sendiri yang bernama Mbak Irma. Hal ini dilakukan karena Bu Sumirah merasa bahwa terlalu berat melakukan semuanya sendirian mengingat usianya yang semakin tua. Sampai saat ini pun asistennya yang bernama Mbak Irma itu masih tetap membantu Bu sumirah berjualan. Meskipun Mbak Irma adalah keponakannya sendiri, namun tetap Bu Sumirah memberikan gaji sesuai kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya.

## Tahapan Penelitian

- a. Tinjauan Pustaka : Melakukan kajian literatur berkaitan dengan UMKM, manajemen keuangan, operasional, pemasaran, dan sumber daya manusia.
- b. Pengumpulan Data : Melaksanakan wawancara secara langsung, observasi lingkungan UMKM, dan berdiskusi dengan pelaku usaha. Selain itu kami menggunakan analisis tematik untuk menganalisis data.
- c. Pengembangan Solusi dan Rekomendasi : kami melakukan pengembangan solusi dan rekomendasi untuk mengatasi masalah yang diidentifikasi.
- d. Penyusunan Laporan : Menyusun laporan penelitian yang berisi hasil identifikasi, solusi, dan rekomendasi.



Foto bersama pemilik Warung Mak Pesek saat melakukan penelitian

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Profil UMKM

Profil UMKM Warung Mak Pesek yang kami analisis selama beberapa bulan ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 1. Profil UMKM

No.	Uraian	Keterangan
1.	Nama Pemilik	Ibu Sumirah (68 Tahun)
2.	Foto pemilik dan/atau foto produk UMKM	
3.	Alamat Usaha	SWK Dukuh Menanggal Stand No. 26 Jl. Dukuh Menanggal No.1A, Dukuh Menanggal, Kec. Gayungan, Surabaya, Jawa Timur 60234

4.	No. Telp (WA)	0895-3630-16080
5.	Bidang Usaha	Makanan dan Minuman
6.	Riwayat Usaha	Sejak 2013
7.	Izin Usaha	Memiliki izin dari Pemerintah Kota Surabaya
8.	Jumlah Pegawai	1 (Mba. Irma)
9.	Pendapatan	Rp. 200.000 - 300.000/ hari
10.	Peralatan	Kulkas, Alat masak, Etalase, dsb

### Analisis SWOT

Berikut adalah analisis SWOT dari UMKM Warung Mak Pesek :

<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Lokasi stand yang strategis berada ditengah SWK</li> <li>● Waktu buka yang awal pukul 6.00, sehingga bisa menjadi pilihan konsumen untuk sarapan</li> <li>● Harga produk yang terjangkau mulai dari Rp. 10.000 - 20.000</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Keterbatasan menu karena setiap hari menunya konsisten, memungkinkan konsumen bosan</li> <li>● Kurang adanya motivasi pemilik untuk mengembangkan usahanya</li> <li>● Pemilik mempunyai keterbatasan baca-tulis</li> </ul>
<b>Peluang</b>	<b>Ancaman</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Menerima menu pesanan acara tertentu atau rekomendasi konsumen</li> <li>● Memiliki konsumen yang loyal dan tetap dari kalangan pegawai kantor sekitar SWK</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Banyak stand lain yang menawarkan produk yang serupa</li> <li>● Ketergantungan pada pemasok</li> <li>● Ketidakstabilan harga bahan baku</li> <li>● Keterbatasan jam buka operasional yang ditetapkan oleh SWK maksimal pukul 16.00</li> </ul>

Tabel 2. Analisis SWOT

### Alur Produksi

1. Mak Pesek memesan bahan baku ke pemasok dari sore hari setelah tutup, dilanjutkan pengambilan bahan baku di pemasok pagi hari.
2. Mak Pesek mulai memproduksi masakannya dari pukul 04.00 pagi dari rumah.
3. Membuka warung dari pukul 06.00, pelanggan langsung bisa mengunjungi stand dan memesan menu yang tersedia.
4. Proses pelayanan dilakukan dengan fleksibel, pelanggan bisa mengambil sendiri makanannya dengan konsep prasmanan atau bisa dilayani langsung oleh mak pesek atau mba irma untuk pemesanan minuman.

5. Pembayaran dapat dilakukan oleh pelanggan setelah mendapat pesannya (bisa dengan tunai maupun QRIS).
6. Stand tutup menyesuaikan penjualan, namun SWK tutup maksimal pukul 16.00.

### Identifikasi Masalah

- a. Sumber Daya Manusia
  - Pemilik usaha “Mak Pesek” memiliki tingkat pendidikan yang rendah dan keterbatasan dalam hal membaca
  - *Mindset* pelayanan yang kurang
- b. Operasional
  - Ketergantungan pada satu pemasok saja, hal ini mengakibatkan operasional warung akan terganggu jika pemasok mengalami gangguan
  - Tidak memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) yang jelas
- c. Pemasaran
  - Banner monoton
  - Belum memanfaatkan media pemasaran online
  - Enggan berekspansi ke marketplace online
- d. Keuangan
  - Penetapan harga subjektif yaitu dengan memperhatikan faktor sosial konsumen
  - Belum tertib melakukan pencatatan keuangan

### Solusi

- a. Sumber Daya Manusia
  - Melakukan edukasi agar pemilik usaha memahami pentingnya berekspansi ke *marketplace* online seperti *gofood*, *shopee food*, dan *grabfood*. Dengan pemahaman yang tepat tentang cara kerja dan manfaat yang ditawarkan oleh marketplace online, pemilik usaha “Mak Pesek” dapat mengoptimalkan strategi pemasaran mereka serta memberikan pelayanan yang lebih responsif dan berkualitas kepada pelanggan.
  - Melakukan pelatihan penggunaan instagram sebagai media promosi online. Dengan pelatihan yang komprehensif, pemilik usaha “Mak Pesek” dapat mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk merancang promosi yang efektif, membangun brand awareness, dan akhirnya meningkatkan penjualan melalui media sosial
- b. Pemasaran
  - Mendesain ulang banner dengan desain yang lebih menarik dan informatif. Design banner akan membantu meningkatkan *brand awareness* warung “Mak Pesek” di kalangan konsumen yang berkunjung ke SWK.
  - Membuat akun sosial media yaitu instagram dan mengisinya dengan konten yang menarik agar warung “Mak Pesek” bisa diketahui khalayak umum dan berdampak positif terhadap penjualan.
- c. Operasional
  - Memberikan rekomendasi pemasok lain agar warung “Mak Pesek” tidak bergantung pada satu pemasok saja. Dengan memiliki beberapa pemasok, "Mak Pesek" dapat lebih fleksibel dalam menyesuaikan kebutuhan bahan baku berdasarkan harga terbaik dan kualitas yang diinginkan, selain itu juga dapat membangun hubungan bisnis yang lebih kuat dan memastikan operasionalnya tetap lancar tanpa ketergantungan pada satu pihak saja.
- d. Keuangan
  - Memberikan formulir pencatatan keuangan sederhana agar warung “Mak Pesek” dapat selalu melakukan pencatatan keuangan setiap harinya. Formulir ini dirancang dengan format yang mudah dipahami dan digunakan, sehingga pemilik warung “Mak Pesek” dapat dengan cepat mencatat semua transaksi harian, termasuk pendapatan dari

penjualan dan pengeluaran untuk pembelian bahan baku serta biaya operasional lainnya.

### **Implementasi dari Solusi yang Terealisasi**

Kelompok kami berfokus pada masalah pemasaran dan keuangan di UMKM Warung Mak Pesek. Kami mengidentifikasi bahwa kurangnya awareness dari masyarakat sekitar dan pendapatan yang berfluktuasi merupakan masalah utama yang perlu diatasi. Oleh karena itu, kami menawarkan beberapa solusi:

1. Penggantian desain banner yang lebih menarik.
2. Edukasi cara menyusun laporan keuangan sederhana.
3. Pembuatan akun Instagram sebagai media pemasaran.

Pada tanggal 31 Mei 2024, kelompok kami telah melakukan beberapa solusi yang kami tawarkan, yaitu pemasangan desain banner baru yang ditunjukkan pada lampiran gambar 2, edukasi penyusunan laporan keuangan pada lampiran gambar 3, dan pembuatan akun Instagram sebagai sarana pemasaran pada lampiran gambar 4. Namun, terdapat beberapa kendala yang kami temui :

1. Kekurangan sumber daya manusia untuk mengelola media sosial. Pegawai UMKM belum terbiasa dengan penggunaan media sosial, terutama Instagram.
2. Waktu yang terbatas sehingga pelatihan hanya dapat dilakukan satu sampai dua kali.
3. Tidak ada sumber daya manusia yang terampil dalam membuat desain banner dalam jangka panjang (untuk saat ini sudah terdapat satu desain banner karya kelompok kami yang kami berikan kepada pihak UMKM).
4. Keterbatasan pegawai UMKM dalam pencatatan keuangan yang konsisten.

### **Dampak Usulan Solusi**

Dampak dari usulan solusi yang kami tawarkan bagi UMKM Warung Mak Pesek cukup signifikan. Dengan penggantian desain banner yang lebih menarik, perhatian masyarakat sekitar terhadap warung ini meningkat, sehingga mampu menarik lebih banyak pelanggan potensial. Edukasi mengenai cara menyusun laporan keuangan sederhana memberikan pemahaman yang lebih baik kepada pegawai UMKM dalam mengelola keuangan, sehingga mampu mencatat pendapatan dan pengeluaran dengan lebih terstruktur dan akurat. Pembuatan akun Instagram sebagai media pemasaran juga membuka peluang lebih besar untuk menjangkau audiens yang lebih luas, tidak hanya di sekitar lingkungan warung, tetapi juga di kalangan pengguna media sosial yang lebih luas. Secara keseluruhan, kombinasi dari ketiga solusi ini membantu meningkatkan kesadaran masyarakat dan stabilitas pendapatan UMKM, meskipun masih ada kendala terkait sumber daya manusia dan waktu pelatihan yang terbatas.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa UMKM “Warung Mak Pesek” memiliki potensi untuk berkembang, namun terhambat oleh berbagai permasalahan di bidang SDM, operasional, pemasaran, dan keuangan. Dibutuhkan pendampingan berkelanjutan untuk meningkatkan kapasitas SDM dengan dilakukannya pelatihan secara intensif, membangun sistem operasional yang efektif, manajemen keuangan dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat sasaran. Beberapa strategi pengembangan yang diajukan yaitu meningkatkan strategi pemasaran online, menerapkan sistem pencatatan dalam aspek keuangan, mendesain ulang banner yang lebih menarik, dan memberikan alternatif pemasok bahan baku lainnya. Implementasi strategi ini diharapkan dapat membantu “Warung Mak Pesek” dalam mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

### **Saran**

Demi terwujudnya pelaksanaan program pembinaan UMKM yang optimal pada masa yang akan datang, kami menyarankan untuk:

1. Bagi Pemerintah Kota Surabaya, diharapkan dapat memberikan dukungan teknis dan pelatihan rutin kepada pelaku UMKM secara kontinyu. Hal ini bertujuan untuk membantu mereka mengembangkan usaha, meningkatkan keterampilan, dan memperkuat daya saing di pasar lokal. Dengan demikian, UMKM di Surabaya dapat lebih produktif, inovatif, dan berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah.
2. Bagi pihak akademisi, diharapkan dapat melanjutkan program pengembangan UMKM ini serta merealisasikan berbagai solusi yang belum terlaksana. Peran akademisi sangat penting dalam mengaplikasikan hasil penelitian dan inovasi ke dalam praktik nyata, sehingga UMKM dapat mengatasi tantangan yang dihadapi dan terus berkembang. Dengan kolaborasi antara akademisi dan pelaku UMKM, diharapkan tercipta sinergi yang kuat dalam menciptakan strategi bisnis yang efektif, inovatif, dan berkelanjutan, yang pada akhirnya akan meningkatkan daya saing UMKM di pasar nasional.
3. Bagi pihak UMKM, diharapkan dapat melaksanakan program yang dirancang oleh mahasiswa secara konsisten agar mendapat manfaat positif berupa kemajuan usaha. Konsistensi dalam penerapan program ini tentu akan membantu UMKM untuk lebih adaptif terhadap perubahan pasar, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta membuka peluang baru untuk pertumbuhan dan ekspansi usaha.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing dan Asisten Dosen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga, BPSDM Pemerintah Kota Surabaya, serta Bu Sumirah, pemilik UMKM Warung Mak Pesek, yang telah mendukung dan membantu kami dalam pengumpulan data untuk menyelesaikan proyek "Pemberdayaan UMKM Mak Pesek: Warung Tradisional yang Bertransformasi dengan Branding di SWK Dukuh Menanggal". Keberhasilan dalam penyelesaian makalah ini tentunya tidak terlepas dari dukungan dan bantuan semua pihak yang telah disebutkan.

Kami berharap semoga makalah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, baik bagi kami sebagai penulis maupun bagi para pembaca. Kami juga berharap makalah ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca maupun bagi penelitian selanjutnya. Kami juga menyadari bahwa penulisan makalah ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kami mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari seluruh pembaca.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dukuh Menanggal, Gayungan, Surabaya.* (2024). Wikipedia. Retrieved May 26, 2024, from [https://id.wikipedia.org/wiki/Dukuh\\_Menanggal,\\_Gayungan,\\_Surabaya](https://id.wikipedia.org/wiki/Dukuh_Menanggal,_Gayungan,_Surabaya)
- Kel. Dukuh Menanggal | Bagian Pemerintahan dan Kesra.* (2024). Kota Surabaya. Retrieved May 26, 2024, from [https://pemerintahan.surabaya.go.id/kelurahan\\_dukuh\\_menanggal](https://pemerintahan.surabaya.go.id/kelurahan_dukuh_menanggal)
- Santoso, M. S, (2018), Efektivitas Pelaksanaan Kebijakan Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima di Sentra Wisata Kuliner Deles Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya.
- Susilo, E. (2020), Kalah oleh Online, Banyak Sentra Wisata Kuliner Surabaya "Mati Suri." *Jawapos.Com*. <https://www.jawapos.com/surabaya/21/02/2020/kalah-oleh-online-banyak-sentra-wisata-kulinersurabaya-mati-suri/>
- van Braam, H. (2024). *The Color Psychology of Yellow: Symbolism & Meaning*. Color Psychology. Retrieved May 26, 2024, from <https://www.colorpsychology.org/yellow/>

Wikipedia. Retrieved May 26, 2024, from [https://www.academia.edu/73346966/Sosialisasi\\_Pemanfaatan\\_Industri\\_Kreatif\\_Guna\\_Peningkatan\\_Perekonomian\\_Masyarakat\\_Di\\_Kelurahan\\_Dukuh\\_Menanggal\\_Kota\\_Surabaya?uc-sb-sw=36685146](https://www.academia.edu/73346966/Sosialisasi_Pemanfaatan_Industri_Kreatif_Guna_Peningkatan_Perekonomian_Masyarakat_Di_Kelurahan_Dukuh_Menanggal_Kota_Surabaya?uc-sb-sw=36685146)

Wikipedia. Retrieved May 26, 2024, from [https://www.academia.edu/73346966/Sosialisasi\\_Pemanfaatan\\_Industri\\_Kreatif\\_Guna\\_Peningkatan\\_Perekonomian\\_Masyarakat\\_Di\\_Kelurahan\\_Dukuh\\_Menanggal\\_Kota\\_Surabaya?uc-sb-sw=36685146](https://www.academia.edu/73346966/Sosialisasi_Pemanfaatan_Industri_Kreatif_Guna_Peningkatan_Perekonomian_Masyarakat_Di_Kelurahan_Dukuh_Menanggal_Kota_Surabaya?uc-sb-sw=36685146)

## LAMPIRAN



Gambar 1 : Prototype

# WARUNG MAKAN "MAK PESEK"

**Sedia :**

- Nasi Campur
- Botok Tahu+Tempe
- Penyetan
- Nasi Pecel
- Botok Rempelo Ati
- Sayur Sop
- Nasi Bandeng
- Botok Patin
- Sayur Asem
- Pepes Pindang
- Ayam Geprek
- Sayur Bayam
- Tongkol
- Krengsengan
- Sayur Lodeh
- Rawon
- Sambelan Tongkol






Menerima Pesanan : ☎ 0895-3630-16080







Gambar 4 : Pembuatan Akun Instagram