

PEMBERDAYAAN UMKM DI PERMUKIMAN VERTIKAL: STRATEGI DAN PRAKTIK PENGELOLAAN BISNIS DARI NOL DI RUSUN JATINEGARA KAUM

Siti Sunawati¹, Ade Fajar.SE.M.Si², Indah Suwarni.MM³

Universitas Ibnu Chaldun

Alamat: Jl. Pemuda 1, Kav.97, Rawamangun 13220 Jakarta, Indonesia Jakarta

Email: Wati89678@gmail.com

ABSTRACK

Managing micro, small and medium enterprises (MSMEs) from scratch is a challenge that requires the preparation of the right business strategy, perseverance, and adaptability to market conditions. This paper aims to provide practical guidance and identify key success factors for MSMEs through seminars featuring successful MSME entrepreneurs who have built their businesses from scratch. Careful business planning, product innovation, the use of digital technology, and the ability to adapt to market changes are important elements in MSME management. In addition, social network support and the ability to manage finances effectively are also the key to business sustainability. In this journal, the author will provide practical guidance in the form of tips and tricks that can be applied by MSME business people. Such as starting from market needs, building a strong brand, and investing in self-development. This study is expected to help entrepreneurs minimize risks and enhance their chances of successfully managing MSMEs from their inception to expansion.

Keywords: MSMEs, business management, business strategy, tips and tricks

ABSTRAK

Mengelola usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dari nol merupakan tantangan yang membutuhkan persiapan strategi bisnis yang tepat, ketekunan, mampu beradaptasi dengan perubahan kondisi pasar. Penulisan ini bertujuan untuk memberikan panduan yang praktis serta mengidentifikasi faktor-faktor kunci keberhasilan UMKM melalui seminar yang diselenggarakan dengan menghadirkan langsung pelaku bisnis UMKM yang telah berhasil membangun usahanya. Perencanaan bisnis yang matang, inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar adalah elemen penting dalam pengelolaan UMKM. Selain itu, dukungan jaringan sosial dan kemampuan mengelola keuangan secara efektif juga menjadi kunci keberlanjutan usaha. Dalam jurnal ini, penulis memberikan panduan praktis berupa tips dan trik yang dapat diterapkan oleh para pelaku bisnis UMKM, Seperti memulai usaha berdasarkan kebutuhan pasar, membangun merek yang kuat, serta berinvestasi dalam pengembangan diri. Adanya penulisan ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha meminimalkan risiko dan meningkatkan peluang keberhasilan dalam mengelola UMKM dari tahap awal hingga berkembang.

Kata Kunci : UMKM, pengelolaan usaha, strategi bisnis, tips dan trik

A. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam perekonomian suatu Negara. UMKM berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Namun, mengelola UMKM bukanlah tugas yang mudah. Pelaku UMKM sering kali dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, akses pasar yang terbatas, serta kurangnya pengetahuan dalam manajemen usaha, yang semakin diperparah oleh meningkatnya persaingan. (Smith, A. & Brown, 2020)

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil yang kemudian diperkuat dengan peraturan pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang kemitraan, UKM didefinisikan dalam Pasal 1 sebagai berikut:

1. Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Menengah dan Besar adalah kegiatan ekonomi yang mempunyai kriteria kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari kekayaan bersih.

Di tengah era digital dan globalisasi peluang UMKM untuk berkembang semakin luas. Namun, memanfaatkan peluang tersebut membutuhkan strategi yang tepat dan kemampuan untuk mengatasi tantangan yang ada. Oleh karena itu, pentingnya bagi para pelaku UMKM untuk menguasai berbagai tips dan trik dalam mengelola bisnis yang efektif, mulai dari perencanaan keuangan, pemasaran, hingga inovasi produk atau layanan. (Hermawan, 2021) Melihat Kondisi masyarakat Rusun Jatinegara Kaum, kecamatan pulo gadung masih Memiliki beberapa masalah didalam kehidupan masyarakat sendiri. Diantaranya adalah masalah kurangnya pemahaman tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), dalam konteks perekonomian usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor yang memegang peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal maupun nasional. Namun sering kali pelaku (UMKM) di Rusun jatinegara kaum ini menghadapi berbagai kendala seperti kurangnya pemahaman tentang strategi bisnis, keterbatasan akses teknologi, dan minimnya kemampuan manajerial. Hal ini mengakibatkan banyak (UMKM) yang sulit berkembang dan bersaing. Melihat permasalahan tersebut, penulis memutuskan untuk fokus Pada pemberdayaan (UMKM) melalui kegiatan seminar (UMKM). seminar ini

dirancang sebagai wadah untuk memberikan edukasi, motivasi, dan pendampingan kepada masyarakat, khususnya pelaku usaha dan calon pelaku (UMKM), dalam memulai dan mengelolah bisnis mereka secara efektif.

Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang strategi Pengelolaan usaha, memberikan inspirasi dari pengalaman pelaku bisnis yang telah sukses, serta mendorong lahirnya pelaku usaha baru yang inovatif dan berdaya saing. Selain itu, seminar ini juga diharapkan dapat membangun antara peserta, pelaku usaha, sehingga dapat mendukung pertumbuhan (UMKM) yang berkelanjutan. Berdasarkan pada pemikiran dan tujuan di atas, maka penulis mengambil tema “***Sukses Mengelola UMKM Dari Nol (Tips Dan Trik Dari Pelaku Bisnis)***”

B. METODE

Dalam kegiatan seminar yang bertema “***Sukses Mengelola UMKM Dari Nol (Tips Dan Trik Dari Pelaku Bisnis)***” yang diselenggarakan di Rusun Jatinegara Kaum dirancang dengan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, instrument pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi dan wawancara, untuk meningkatkan pemahaman kepada warga dan memberikan motivasi dalam mengelola UMKM. Dalam seminar ini, pemateri memberikan pemahaman tentang UMKM dan peserta diberi kesempatan untuk melakukan Tanya jawab mengenai pengelolaan UMKM.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN



Kegiatan ini dilakukan pada tanggal Minggu 17 November 2024, pukul 13.00 – selesai.

Kegiatan ini diadakan di Aula Masjid Rusun Jatinegara Kaum dengan tema “***Sukses Mengelola UMKM Dari Nol Tips Dan Trik Dari Pelaku Bisnis***” yang disampaikan oleh bapak dosen Ade Fajar SE,M.Si.

Seminar ini merupakan bagian dari program Kuliah Kerja Nyata (KKN) kelompok 1. Kegiatan ini diselenggarakan untuk memberikan edukasi dan motivasi kepada masyarakat di rusun jatinegara kaum, khususnya bagi mereka yang ingin memulai atau mengembangkan Usaha mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Pada seminar ini narasumber membawakan materi yang berisi :

a. Pengertian (UMKM)

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah usaha yang dilakukan individu, kelompok, Rumah tangga, dan badan usaha kecil. (UMKM) merupakan jenis usaha berdasarkan skala ekonomi, jumlah aset. UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Khususnya dalam menciptakan lapangan kerja, menggerakkan ekonomi lokal, serta meningkatkan pendapatan masyarakat.

Menurut Tambunan 2012 “ UMKM memiliki peran strategis dalam membangun Ekonomi pembangunan, khususnya di Negara berkembang, karena mereka mampu menciptakan lapangan kerja dengan modal yang relative kecil dan memanfaatkan sumber daya lokal.

Menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil menengah di Bedakan menjadi tiga kategori :

1. Usaha mikro adalah ekonomi produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan , pendapatan tahunan kurang dari Rp.300 juta jika pedagang menjual barang dengan pendapatan rata-rata Rp. 25 juta per dan usaha kecil seperti pedagang kaki lima, took kelontong skala kecil, atau usaha rumahan dengan modal terbatas memiliki aset kurang dari Rp.50 juta. Maka termasuk ke dalam kategori usaha mikro. Ciri-ciri dari usaha mikro ialah dikelola secara mandiri, sederhana, dan tanpa pembagian peran kerja yang kompleks, serta memanfaatkan teknologi tradisional atau sederhana.
2. Usaha kecil adalah ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan memiliki oleh perorangan atau badan usaha, bukan anak perusahaan atau cabang dari usaha besar. Pendapatan tahunan antara Rp.300 juta hingga Rp.2,5 miliar dan memiliki aset antara Rp.50 juta hingga Rp.500 juta. Ciri-ciri dari usaha kecil adalah mulai

memanfaatkan teknologi modern dan memiliki lebih banyak karyawan disbanding usaha mikro.

3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, bukan cabang atau bagian dari perusahaan besar, tetapi lebih besar dari usaha kecil. Pendapatan tahunan antara Rp.2,5 miliar hingga Rp.50 miliar dan memiliki aset antara Rp.500 juta hingga Rp.10 miliar. Ciri-ciri dari usaha menengah ini memiliki sistem manajemen yang lebih kompleks dan sering bekerja sama dengan usaha besar dalam bentuk kemitraan.

b. Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia

Jumlah UMKM di Indonesia Berdasarkan data dari badan pusat statistic (BPS), per 2022 terdapat lebih dari 64 juta UMKM di Indonesia, yang terdiri dari usaha mikro, kecil dan menengah. Sebagian besar adalah usaha mikro yang jumlahnya mencapai lebih dari 95% dari total UMKM yang ada.

c. Kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bisnis UMKM

1. Kekuatan (*strengths*)

- a) Fleksibilitas dan agilitas. Maksudnya adalah (UMKM) memiliki kemampuan untuk beradaptasi lebih cepat terhadap perubahan pasar karena struktur organisasinya yang sederhana.
- b) Hubungan yang erat dengan pelanggan adalah usaha kecil lebih mampu menjalin hubungan personal dengan pelanggan, yang meningkatkan loyalitas.
- c) Biaya operasional yang lebih rendah adalah karena skala operasionalnya kecil, biaya yang dikeluarkan cenderung lebih efisien disbanding usaha besar.
- d) Keanekaragaman produk dan inovasi adalah (UMKM) sering menciptakan produk unik dan inovatif yang sesuai dengan kebutuhan lokal atau tren pasar tertentu.

2. Kelemahan (*weaknesses*)

- a) Terbatasnya akses ke pembiayaan adalah salah satu kendala utama UMKM kesulitan dalam mendapatkan modal, baik dari lembaga perbankan maupun non

bank. Hal ini sering disebabkan oleh kurangnya jaminan atau dokumentasi yang mendalam.

- b) Skala ekonomi yang terbatas UMKM umumnya memiliki kapasitas produksi dan pemasaran yang kecil, sehingga sulit bersaing dengan perusahaan besar.
- c) Keterbatasan dalam teknologi dan infrastruktur menghambat UMKM untuk meningkatkan efisien produksi dan jangkauan pasar.
- d) Manajemen yang tidak professional banyak UMKM yang belum memiliki sistem manajemen yang baik dan struktur, sehingga berpengaruh pada operasional bisnis.

3. Peluang (*opportunities*)

- a) Pemanfaatan teknologi dan digitalisasi, kemajuan teknologi membuka peluang bagi UMKM untuk mengadopsi sistem digital dalam pemasaran, penjualan, dan operasional.
- b) Pasar lokal dan global yang lebih terhubung, globalisasi dan peningkatan aset pasar melalui platform online memberikan peluang untuk menjangkau lebih banyak konsumen.
- c) Tumbuhnya konsumen yang peduli pada produk lokal dan berkelanjutan, trend masyarakat yang semakin sadar akan keberlanjutan dan produk lokal menjadi peluang besar untuk produk UMKM.
- d) Program dukungan pemerintah, adanya bantuan pemerintah seperti pelatihan, subsidi, dan insentif menciptakan peluang bagi UMKM untuk lebih pesat.

4. Ancaman (*threats*)

- a) Persaingan dengan perusahaan besar, perusahaan yang besar memiliki sumber daya yang lebih besar, sehingga dapat menjadi kompetitor berat bagi UMKM.
- b) Fluktuasi ekonomi, ketidakstabilan ekonomi, seperti inflasi atau resesi, dapat memengaruhi daya beli masyarakat dan kestabilan bisnis UMKM.
- c) Keterbatasan akses ke teknologi dan inovasi, teknologi yang terus berkembang bisa jadi ancaman jika UMKM tidak mampu mengikuti perubahan.
- d) Perubahan peraturan dan kebijakan, regulasi yang sering berubah-ubah atau kebijakan yang tidak mendukung UMKM dapat menjadi hambatan signifikan.

d. Memulai bisnis (UMKM)

1. *Value proposition* – apa nilai tambah produk yang ditawarkan

Nilai tambahan produk adalah keunikan atau kelebihan yang membedakan produk atau layanan dari competitor, contohnya :

- a) Produk berkualitas tinggi dengan harga terjangkau.
- b) Bahan baku alami atau ramah lingkungan.
- c) Produk sesuai permintaan pelanggan
- d) Layanan pelanggan yang cepat dan ramah.
- e) Produk yang mengikuti tren pasar.

2. *Customer segments* – untuk siapa anda menjual produk ini, untuk menentukan segmentasi pasar biasanya dibagi menjadi empat golongan seperti berikut :

- a) Demografi dilihat dari usai, gender, pekerjaan, pendapatan.
- b) Geografi dilihat dari wilayah pemasaran.
- c) Psikografi dapat dilihat dari gaya hidup, minat, preferensi pelanggan.
- d) Behavioral dapat dilihat dari kebiasaan belanja, loyalitas merek.

3. *Customer relationship* (strategi membangun hubungan dengan pelanggan)– bagaimana anda berkomunikasi dengan customer.

- a) Pelayanan pelanggan yang responsive seperti melalui media sosial.
- b) Program diskon.
- c) Interaksi melalui sosial media dengan mengadakan giveaway atau konten edukasi.
- d) Feedback pelanggan untuk perbaikan produk atau layanan.

4. *Channels* – mau berjualan dimana saja. Menentukan saluran distribusi dan pemasaran seperti :

- a) Membuat *offline*, bazar, event komunitas.
- b) Membuat *marketplace*, *website e-commerce*.
- c) Reseller atau *dropshipper* untuk memperluas jangkauan pasar.

5. *Key activities* – bisnis ini nantinya akan melakukan apa saja ?

- a) Produksi dan pengolahan produk.
- b) Pemasaran dan promosi.
- c) Pengelolaan keuangan dan stok barang.

- d) Pelayanan pelanggan.
 - e) Riset pasar dan inovasi produk.
6. *Key resources* –apa sumber daya pokok agar bisnis ini berjalan ?
- a) Sumber daya manusia seperti karyawan, tim pemasaran, tim produksi.
 - b) Modal usaha dana untuk operasional bisnis.
 - c) Peralatan dan bahan baku untuk produksi.
 - d) Platform digital dan teknologi.
7. *Key partners* – siapa saja yang terlibat dalam bisnis ini ?
- a) Supplier penyediaan bahan baku atau produk.
 - b) Mitra distribusi seperti reseller, agen, marketplace.
 - c) Lembaga keuangan untuk akses modal usaha.
8. *Revenue stream* – bagaimana cara bisnis ini dapat penghasilan ?
- a) Penjualan produk atau jasa langsung.
 - b) Langganan atau membership untuk layanan eksklusif.
 - c) Kemitraan.
 - d) Iklan dan sponsorship.
9. *Cost structure* – biaya apa saja yang akan anda keluarkan ?
- a) Produksi : biaya bahan baku, peralatan, tenaga kerja.
 - b) Pemasaran : iklan digital, promosi, influencer
 - c) Operasional : sewa tempat, listrik, transportasi.
 - d) Teknologi : pembuatan website, dan sistem kasir.
- e. Strategi mengembangkan bisnis (UMKM)
1. Mengenali target pasar
 - a) Lakukan riset pasar secara rutin untuk memahami kebutuhan pelanggan.
 - b) Gunakan survei atau analisis data penjualan untuk melihat pola konsumsi.
 - c) Identifikasi segmen pasar baru yang potensial.
 2. Menyesuaikan dengan tren saat ini.
 - a) Pantau tren industri melalui media sosial, atau riset competitor.
 - b) Kembangkan produk atau layanan yang sesuai tren terkini.
 - c) Lakukan inovasi untuk memberikan keunikan dibandingkan pesaing.
 3. Manajemen biaya yang efisien.

- a) Gunakan bahan baku yang berkualitas dengan harga kompetitif.
 - b) Optimalkan penggunaan tenaga kerja agar lebih produktif.
 - c) Manfaatkan teknologi untuk mengurangi biaya operasional.
4. Manfaatkan teknologi digital.
 - a) Gunakan media sosial atau marketplace untuk meningkatkan penjualan.
 - b) Manfaatkan iklan digital.
 - c) Gunakan software manajemen bisnis untuk mencatat keuangan atau stok.
 5. Bangun hubungan dengan mitra.
 - a) Cari mitra bisnis untuk kolaborasi atau reseller.
 - b) Bergabung dengan komunitas UMKM untuk memperluas jaringan.
 - c) Jalin hubungan dengan investor atau lembaga keuangan untuk akses keuangan.
 6. Meningkatkan retensi pelanggan untuk bisnis.
 - a) Berikan promo atau diskon khusus pelanggan setia.
 - b) Sediakan layanan purna yang baik (garansi, konsultasi)
 7. Memiliki delivery yang efektif.
 - a) Bekerjasama dengan layanan logistic terpercaya dan pengiriman cepat.
 - b) Tawarkan berbagai opsi pengiriman.
 - c) Pastikan kualitas kemasan agar produk tetap aman sampai ke pelanggan.
 8. Evaluasi dan tingkatkan strategi secara berkelanjutan.
 - a) Lakukan evaluasi berkala terhadap performa bisnis.
 - b) Gunakan data penjualan dan feedback pelanggan untuk perbaikan strategi.

Dengan adanya seminar ini diharapkan tidak hanya memberikan ilmu dan wawasan baru kepada masyarakat tetapi juga memotivasi pelaku (UMKM) untuk menerapkan materi yang telah disampaikan secara nyata. (UMKM) memiliki peran strategi dalam mendukung perekonomian, dan dengan strategi serta pengelolaan yang tepat, usaha kecil dapat berkembang menjadi pilar penting dalam menciptakan kemandirian ekonomi, dengan adanya seminar ini menjadi inspirasi bagi masyarakat Rusun Jatinegara Kaum untuk terus berinovasi, mengembangkan potensi diri, dan berkontribusi dalam membangun ekonomi lokal yang berdaya saing.

D. KESIMPULAN

Dari pembahasan diatas, dapat disimpulkan bahwa seminar ini diharapkan menjadi langkah awal yang strategis bagi masyarakat rusun jatinegara kaum dalam memulai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) secara efektif dan terarah. Melalui pemaparan materi, pengetahuan, tips, serta inspirasi yang disampaikan narasumber. para pelaku (UMKM) memperoleh wawasan tentang bagaimana menghadapi berbagai tantangan dalam dunia usaha, seperti persaingan pasar, pengelolaan modal, inovasi produk, hingga pemasaran digital. Pelaku (UMKM) diharapkan tidak hanya mampu memulai usaha mereka, tetapi juga dapat mengembangkan bisnis yang berkelanjutan dan memiliki daya saing tinggi.

E. SARAN

Diharapkan dengan adanya seminar atau pelatihan mengenai Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dapat diselenggarakan secara rutin dan berkesinambungan. Sehingga memberikan pembinaan, pengetahuan, dan keterampilan untuk masyarakat, khususnya dengan mengelola usaha mereka dengan lebih efektif dan produktif. Selain itu, dengan adanya seminar ini diharapkan mampu mendukung upaya pemberdayaan masyarakat di sektor UMKM yang berada di Rusun Jatinegara Kaum, sehingga dapat meningkatkan kapasitas mereka dalam berinovasi, memperluas akses dan meningkatkan kualitas produk atau layanan yang dihasilkan. Dengan demikian kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga mendukung keberlanjutan usaha masyarakat dalam jangka panjang.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). Statistik UMKM di Indonesia. Jakarta: BPS. Diakses pada 5 Januari 2025 dari <https://www.bps.go.id>
- Ethis.co.id. (2024). 4 strategi pengembangan usaha yang cocok untuk UMKM. Diakses pada 10 Desember 2024 dari <https://ethis.co.id/blog/4-strategi-pengembangan-usaha-yang-cocok-untuk-umkm>
- Hermawan, A. (2021). Strategi bisnis UMKM di era digital. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Indonesia. (1995). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil. Diakses pada 15 Januari 2025 dari <https://peraturan.bpk.go.id>
- Indonesia. (1997). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan. Diakses pada 20 Desember 2024 dari <https://peraturan.bpk.go.id>
- Indonesia. (2008). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Diakses pada 30 Desember 2024 dari <https://peraturan.bpk.go.id>
- Kontrak Hukum. (2024). Begini cara mendirikan UMKM. Diakses pada 8 Januari 2025 dari <https://kontrakhukum.com/article/begini-cara-mendirikan-umkm>
- Tambunan, T. (2012). UMKM dalam perekonomian Indonesia. Jakarta: Salemba Empat.
- UKM Indonesia. (2024). 7 cara memulai usaha UMKM, rahasia bisnis yang menguntungkan. Diakses pada 12 Januari 2025 dari <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/7-cara-memulai-usaha-umkm-rahasia-bisnis-yang-menguntungkan>