



## **Pendampingan UMKM di Jalan Tuasan dalam Menghadapi Tantangan Ekonomi**

**Irma Herliza Rizki<sup>1</sup> Mela Novita Rizki<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Akuntansi, Universitas Battuta, Indonesia

Correspondensi : ([ir\\_marez@yahoo.com](mailto:ir_marez@yahoo.com))

### **ABSTRAK**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta memberikan pendampingan yang dapat membantu mereka meningkatkan daya saing dan inovasi agar tetap relevan di pasar. Berdasarkan hasil wawancara dengan 16 pelaku UMKM di Jalan Tuasan, ditemukan berbagai kendala utama, antara lain tingginya tingkat persaingan bisnis, kenaikan harga bahan baku yang berdampak pada biaya produksi, serta kondisi ekonomi yang tidak stabil. Permasalahan tersebut berpotensi melemahkan keberlangsungan usaha jika tidak segera diatasi dengan strategi yang tepat. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan secara partisipatif melalui wawancara mendalam, observasi langsung, diskusi kelompok terfokus, serta pendampingan usaha dalam aspek manajemen, inovasi produk, dan strategi pemasaran. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa meskipun pelaku UMKM menghadapi tantangan berat, mereka tetap mampu bertahan dengan mengutamakan inovasi produk, menjaga kualitas, serta memanfaatkan peluang pemasaran digital. Selain itu, penguatan jejaring usaha juga menjadi salah satu faktor yang mendukung ketahanan UMKM. Kesimpulan dari kegiatan ini adalah bahwa UMKM memerlukan dukungan berkelanjutan berupa akses permodalan, bimbingan usaha, serta pelatihan manajemen yang lebih terstruktur agar dapat meningkatkan daya saing dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompetitif.

**Kata kunci** : UMKM, persaingan bisnis, kenaikan harga bahan baku, kondisi ekonomi, inovasi, daya saing

### **PENDAHULUAN**

Dunia kuliner selalu menghadirkan kejutan dengan banyaknya variasi hidangan yang ditawarkan. Para pelaku usaha di bidang ini terus berkreasi, menyajikan makanan dan minuman yang tidak hanya memanjakan lidah, tetapi juga membawa pengalaman berbeda. Dari masakan tradisional yang kaya rasa hingga makanan modern yang praktis, mitra-mitra berikut telah menciptakan usaha kuliner dengan keunikan masing-masing. Berikut adalah profil singkat dari mitra-mitra kuliner yang telah berkontribusi dalam penyusunan artikel ini. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung perekonomian masyarakat, terutama di tingkat lokal. UMKM tidak hanya menjadi penopang pertumbuhan ekonomi, tetapi juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun demikian, pelaku UMKM sering menghadapi berbagai tantangan, mulai dari keterbatasan modal, akses pemasaran, hingga rendahnya kemampuan dalam mengelola usaha secara berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang mampu memberikan pendampingan, solusi praktis, serta strategi pengembangan usaha sesuai dengan kebutuhan mitra.

Berdasarkan profil mitra, terdapat sembilan UMKM dengan ragam bidang usaha yang berbeda, mulai dari kuliner tradisional hingga usaha minuman modern dan parfum. Mitra tersebut meliputi: Warkop Aneuk Agam (makanan tradisional Aceh), Parfum Kita (usaha parfum), Rantoe Kopi (minuman kopi), Usaha Jaya (distributor sembako), Burger Kebab Roti Bakar Bandung (makanan cepat saji), Azy Juice (minuman jus sehat), RM. Ranah Minang (masakan Minang), Lup Dup (minuman es boba), serta Ayam Penyet Kremes (kuliner ayam pedas). Keragaman jenis usaha ini menunjukkan potensi besar dalam pengembangan UMKM di daerah, sekaligus tantangan yang berbeda-beda dalam pengelolaannya.

Melalui kegiatan pengabdian ini, diharapkan para mitra mendapatkan manfaat berupa peningkatan kapasitas manajerial, penguatan strategi pemasaran, serta inovasi produk yang dapat membantu mereka bertahan dan bersaing di tengah ketatnya persaingan pasar. Dengan pendampingan yang berkesinambungan, UMKM mitra diharapkan mampu berkembang lebih baik dan memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat sekitar.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh para pelaku UMKM adalah persaingan bisnis yang semakin ketat. Munculnya bisnis online membuat sebagian besar pelaku usaha konvensional merasa tertekan karena harus bersaing dengan pelaku usaha yang memanfaatkan teknologi digital. Kehadiran platform online memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memilih produk dengan harga yang lebih variatif. Hal ini menjadi tantangan serius bagi UMKM yang belum sepenuhnya mampu beradaptasi dengan teknologi digital, terutama dalam hal pemasaran dan promosi. Oleh karena itu, sebagian UMKM menyadari bahwa mereka perlu melakukan inovasi baik dari sisi produk, layanan, maupun strategi penjualan untuk tetap mampu bertahan.

Selain itu, kenaikan harga bahan baku juga menjadi masalah yang cukup krusial. Hampir semua responden menyebutkan bahwa lonjakan harga bahan baku sangat memengaruhi biaya produksi dan berdampak langsung pada harga jual produk. Di sisi lain, pelaku UMKM harus berhati-hati dalam menetapkan harga agar tidak kehilangan konsumen. Beberapa pelaku usaha memilih untuk menahan harga meskipun margin keuntungan menurun, sementara sebagian lainnya terpaksa menyesuaikan harga jual sesuai dengan kenaikan biaya. Dilema ini menunjukkan bahwa UMKM sangat rentan terhadap fluktuasi harga bahan baku yang sulit dikendalikan.

Permasalahan lain yang dihadapi adalah terkait kondisi ekonomi yang tidak stabil. Banyak pelaku UMKM mengungkapkan bahwa situasi ekonomi saat ini berdampak signifikan terhadap modal usaha dan tingkat pendapatan mereka. Beberapa UMKM bahkan mengalami penurunan omzet, khususnya saat periode liburan mahasiswa, di mana daya beli konsumen menurun. Hal ini memperlihatkan bahwa sebagian UMKM masih sangat bergantung pada segmen pasar tertentu, sehingga ketika daya beli konsumen melemah, pendapatan usaha mereka ikut menurun drastis.

Keterkaitan antara ketiga masalah tersebut menunjukkan bahwa UMKM berada dalam posisi yang cukup rentan jika tidak segera melakukan langkah adaptasi. Persaingan bisnis yang semakin tajam, kenaikan harga bahan baku yang tidak terkendali, serta kondisi ekonomi yang fluktuatif dapat melemahkan keberlangsungan usaha. Tanpa strategi yang tepat, pelaku UMKM akan kesulitan bertahan, apalagi berkembang. Hal ini menegaskan perlunya pendampingan dalam manajemen usaha, inovasi produk, hingga strategi pemasaran digital.

Dengan adanya pendampingan melalui kegiatan pengabdian masyarakat, diharapkan UMKM mampu meningkatkan kapasitasnya dalam menghadapi tantangan tersebut. Upaya yang dapat dilakukan antara lain memberikan pelatihan pemanfaatan teknologi digital, pendampingan dalam manajemen keuangan, serta penguatan jejaring usaha agar UMKM dapat lebih adaptif dan resilien. Dengan strategi tersebut, UMKM tidak hanya mampu bertahan menghadapi perubahan, tetapi juga memiliki peluang untuk tumbuh lebih kompetitif di pasar yang semakin dinamis.

UMKM tidak hanya berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja, tetapi juga dalam menyediakan berbagai layanan ekonomi yang lebih dekat dan terjangkau bagi masyarakat luas. Peran UMKM menjadi semakin penting dalam upaya pemerataan ekonomi, karena dengan tersebarnya UMKM di berbagai daerah, peluang bagi masyarakat untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan mereka menjadi lebih besar. Selain itu, UMKM juga menjadi tulang punggung bagi pertumbuhan ekonomi nasional, terutama dalam mendukung stabilitas ekonomi di tengah gejolak yang mungkin terjadi di sektor usaha besar. Oleh karena itu, partisipasi aktif UMKM dalam kegiatan ekonomi nasional menjadi salah satu kunci dalam menjaga stabilitas dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Hastuti et al., 2020). Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), UMKM dikelompokkan menjadi empat kategori, yaitu Usaha Mikro, Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar. Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau

badan usaha perorangan dengan skala yang sangat kecil sesuai dengan kriteria yang diatur dalam undang-undang tersebut. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi yang bersifat produktif, berdiri sendiri, dan dijalankan oleh individu atau badan usaha, yang tidak tergolong sebagai anak perusahaan atau cabang dari perusahaan besar. Usaha Menengah, di sisi lain, adalah usaha produktif yang memiliki skala lebih besar dibandingkan dengan Usaha Kecil, namun tetap berdiri sendiri dan bukan bagian dari perusahaan besar. Sementara itu, Usaha Besar mencakup perusahaan dengan kekayaan bersih atau pendapatan tahunan yang jauh lebih besar dari Usaha Menengah, termasuk usaha milik negara, swasta, dan perusahaan asing yang beroperasi di Indonesia (Hastuti et al., 2020).

## **METODOLOGI**

Kegiatan ini dilaksanakan di lokasi yang beralamat di Jalan Tuasan, dengan tujuan memperoleh data relevan mengenai kondisi usaha di wilayah tersebut. Jumlah responden yang berpartisipasi dalam kegiatan ini adalah 16 orang, yang terdiri dari pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dengan berbagai jenis usaha. Metodologi kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan melibatkan para mitra secara aktif dalam setiap tahapan pelaksanaan. Tahap pertama dilakukan identifikasi masalah melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam dengan pelaku UMKM untuk mengetahui tantangan utama yang mereka hadapi, baik dari aspek produksi, pemasaran, maupun manajemen usaha. Selanjutnya, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan wawancara terstruktur, diskusi kelompok terfokus (FGD), dan dokumentasi untuk memperoleh informasi yang lebih komprehensif mengenai kondisi usaha serta kebutuhan mitra.

Berdasarkan hasil identifikasi masalah, tim pengabdian melaksanakan kegiatan pendampingan berupa pelatihan manajemen usaha, strategi pemasaran, pemanfaatan teknologi digital, serta pengembangan inovasi produk. Pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas mitra agar lebih adaptif terhadap perubahan dan mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, dilakukan pula evaluasi dan monitoring secara berkala untuk menilai efektivitas program, ketercapaian tujuan, serta perubahan yang dialami mitra setelah kegiatan berlangsung. Sebagai tindak lanjut, hasil kegiatan disusun dalam bentuk rekomendasi praktis yang dapat digunakan oleh para pelaku UMKM sebagai pedoman dalam mengembangkan usaha di masa mendatang. Dengan metodologi ini, kegiatan pengabdian tidak hanya menghasilkan solusi sementara, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang bagi keberlangsungan dan daya saing UMKM di wilayah Jalan Tuasan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Jalan Tuasan berhasil menggali informasi yang cukup mendalam mengenai kondisi usaha para pelaku UMKM. Berdasarkan wawancara dengan 16 responden, diperoleh gambaran yang beragam terkait tantangan yang mereka hadapi, strategi bertahan yang dilakukan, serta kebutuhan dukungan yang diharapkan. Secara umum, permasalahan yang banyak muncul adalah fluktuasi pendapatan, kesulitan memperoleh modal usaha, serta dampak persaingan dengan bisnis online.

Responden pertama, pemilik usaha kuliner tradisional, menyampaikan bahwa usahanya masih belum stabil dan sepi pengunjung meskipun sudah berjalan setahun. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM kuliner lokal masih membutuhkan strategi promosi yang lebih efektif agar mampu menarik konsumen. Selain itu, keterbatasan akses modal juga menjadi kendala utama, karena tanpa tambahan modal sulit untuk melakukan inovasi ataupun ekspansi usaha.

Berbeda dengan responden kedua yang memiliki usaha parfum laundry, usaha ini relatif stabil dengan pendapatan sekitar lima juta rupiah per bulan. Kondisi ekonomi tidak terlalu memengaruhi keberlangsungan usahanya, dan mereka juga tidak menganggap persaingan online sebagai ancaman. Namun, mereka tetap berupaya menyesuaikan harga jika terjadi kenaikan bahan baku. Kasus ini menunjukkan bahwa ada UMKM yang lebih resilien karena produk yang ditawarkan memiliki kebutuhan yang konsisten di masyarakat.

Responden ketiga yang mengelola usaha minuman kopi menghadapi penurunan pendapatan dari sebelas juta menjadi sekitar tujuh juta per bulan. Meskipun usaha ini dikelola oleh empat orang sehingga beban kerja lebih ringan, mereka mengakui adanya kendala dalam memperoleh modal tambahan. Fokus utama usaha ini adalah menjaga kestabilan pendapatan sebelum memperluas pasar. Hal ini menegaskan pentingnya manajemen keuangan dan strategi pemasaran agar usaha kopi dapat bersaing dengan tren minuman serupa di pasaran.

Responden keempat, pemilik usaha sembako, justru menunjukkan ketahanan yang lebih baik. Dengan pendapatan bersih sekitar enam juta per bulan, usaha ini tetap stabil meskipun kondisi ekonomi sedang tidak menentu. Permintaan terhadap kebutuhan pokok membuat bisnis sembako relatif aman dari fluktuasi pasar. Namun, keberhasilan ini tidak menutup kemungkinan perlunya inovasi dalam pengelolaan usaha, misalnya melalui pemasaran digital atau diversifikasi produk.

Berdasarkan data keempat responden tersebut, dapat disimpulkan bahwa kondisi UMKM di Jalan Tuasan sangat bervariasi tergantung pada jenis usaha yang dijalankan. UMKM yang menjual kebutuhan primer cenderung lebih stabil dibandingkan dengan usaha yang sifatnya konsumtif seperti kuliner atau minuman kopi. Oleh karena itu, strategi pendampingan yang diberikan tidak bisa disamaratakan, melainkan harus disesuaikan dengan karakteristik masing-masing usaha.

Kegiatan pengabdian ini juga memperlihatkan bahwa sebagian besar UMKM masih menghadapi kesulitan dalam memperoleh modal usaha. Permasalahan ini berdampak pada kemampuan mereka untuk berinovasi, meningkatkan kualitas produk, maupun memperluas pasar. Oleh karena itu, akses permodalan menjadi salah satu isu penting yang perlu difasilitasi melalui kerja sama dengan lembaga keuangan atau program bantuan pemerintah.

Selain itu, masih terdapat keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, terutama untuk kegiatan promosi dan pemasaran. Beberapa pelaku UMKM belum memanfaatkan media sosial atau marketplace secara optimal untuk meningkatkan jangkauan pasar. Melalui kegiatan ini, tim pengabdian memberikan pendampingan berupa pelatihan sederhana mengenai pemasaran digital, yang diharapkan dapat membantu UMKM memperluas konsumen dan meningkatkan omzet.

Hasil pengabdian juga menegaskan perlunya peningkatan kapasitas manajerial para pelaku UMKM. Aspek pencatatan keuangan, manajemen stok, dan strategi pemasaran masih sering diabaikan, padahal hal tersebut sangat penting untuk menjaga stabilitas usaha. Dengan bimbingan yang tepat, diharapkan para pelaku UMKM dapat mengelola usahanya secara lebih profesional.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil memberikan gambaran nyata mengenai kondisi UMKM di Jalan Tuasan sekaligus menawarkan solusi praktis berupa pelatihan, pendampingan, dan rekomendasi pengembangan usaha. Meskipun tantangan yang dihadapi cukup kompleks, para pelaku UMKM menunjukkan semangat bertahan dan keinginan untuk berkembang. Dengan dukungan yang berkelanjutan, UMKM di wilayah ini diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan memberikan kontribusi lebih besar terhadap perekonomian masyarakat sekitar.



Gambar 1. Dokumentasi

Kegiatan wawancara ini memberikan wawasan yang mendalam tentang dinamika yang dihadapi oleh UMKM di Indonesia. Meskipun menghadapi tantangan seperti kenaikan harga bahan baku dan persaingan online, pelaku UMKM dapat bertahan dengan menjaga kualitas produk dan berinovasi dalam strategi pemasaran. Dukungan pemerintah dan akses modal yang lebih baik akan sangat membantu kelangsungan usaha mereka di masa depan.

## KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Jalan Tuasan memberikan gambaran yang jelas mengenai kondisi dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di wilayah tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan 16 responden, dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama yang mereka hadapi meliputi persaingan bisnis yang semakin ketat, kenaikan harga bahan baku yang berdampak pada harga jual produk, serta kondisi ekonomi yang tidak stabil. Meskipun demikian, para pelaku UMKM menunjukkan semangat bertahan dengan melakukan inovasi sederhana, menjaga kualitas produk, serta memanfaatkan potensi pasar yang ada.

Hasil kegiatan ini juga menunjukkan bahwa UMKM yang bergerak di sektor kebutuhan primer seperti sembako cenderung lebih stabil dibandingkan usaha yang bersifat konsumtif seperti kuliner dan minuman. Namun, hampir semua UMKM masih menghadapi keterbatasan modal dan belum optimal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran. Oleh karena itu, pendampingan yang diberikan melalui pelatihan manajemen usaha, strategi pemasaran digital, serta penguatan kapasitas manajerial sangat penting untuk mendukung keberlangsungan usaha mereka.

Secara umum, kegiatan pengabdian ini berhasil memberikan manfaat berupa peningkatan pengetahuan, motivasi, serta rekomendasi praktis yang dapat diterapkan oleh para pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Dukungan berkelanjutan, khususnya dalam hal akses permodalan, pelatihan, dan pendampingan usaha, diperlukan agar UMKM di Jalan Tuasan dapat lebih kompetitif, inovatif, dan mampu memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afdhal Chatra Perdana, M., Wahyuning Sulistyowati, N., Ninasari, A., Mokodenseho, S., & Sakti Alam Kerinci, S. (n.d.). Analisis Pengaruh Pembiayaan, Skala Usaha, dan Ketersediaan Sumber Daya Manusia terhadap Profitabilitas UMKM. *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan*, 1(03), 135–148. <https://doi.org/10.58812/sek.v1.i03>
- Afrid Imanuel Wicaksono, D., & Budi Santosa Kramadibrata, I. (n.d.). Analisis Pengaruh Inflasi dan Tingkat Suku Bunga terhadap Kinerja UMKM Binaan Komunitas JAKPRENEUR CIPAYUNG. *Journal*, 1, 487–500.
- Alius, M., Shofia, A., Triha, H., Satria, T. F., Harma, B., & Mulia, J. R. (2023). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Angkatan Kerja, Inflasi dan Suku Bunga terhadap Jumlah UMKM. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology*, 1(3), 290–296. <https://doi.org/10.31004/ijmst.v1i3.232>
- Anggiriani Saputri, S., Berliana, I., Nasrida, M., Ekonomi dan Bisnis, F., & Palangka Raya, U. (2023). *Peran Marketplace dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia*. 3(1).
- Damayanti Rusmana, F., Mutiah, R., & Aditya STEI Al-Amar Subang, S. (n.d.). Dampak Pengetahuan dan Inovasi Bisnis Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil Menengah dalam Perspektif Syariah. *Vol. 14, Issue 2*.
- Hastuti, P., Nurofik, A., Purnomo, A., Hasibuan, A., Aribowo, H., Ilmi Faried, A., Sudarso, A., Kurniawan Soetjono, I., Hadi Saputra, D., & Simarmata Penerbit Yayasan Kita Menulis, J. (n.d.). *Kewirausahaan dan UMKM*.
- Manajemen, @prodi, Ekonomi, F., Rizal, A. S., & Saputri, S. W. (n.d.). Tridharma Manajemen Digital Marketing Untuk UMKM. *Jurnal ABDIMAS*, 5(1), 105–109.
- Menengah di Kabupaten Nias Elvinna Harefa, D., Bate, M. M., Telaumbana, A., & Buulolo, N. A. (2024). Dampak Inklusi Keuangan Terhadap Keberlangsungan Usaha Mikro Kecil. *Journal of Social Science Research*, 4, 5300–5316.
- Nova, N. (2022). Analisis Hubungan Kebijakan Moneter dengan Inflasi di Indonesia. *Jurnal Ekonomika*, 14(1), 46–51. <https://doi.org/10.51779/eko.v14i1.1073>
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>

- Rijal Fadli, M. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan*, 21(1), 33–54.  
<https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing dalam Kancan Pasar Global. *Jurnal Volar*, 2(1).