

Pendampingan UMKM Tooku Tooku: Pengembangan Manajemen Bisnis dan Penguatan *Branding* Produk

Cempaka Paramita¹, Ika Barokah², Sabta Diana³, Almas Farah Dinna Dewi*⁴,
Devina Widya Cahyani⁵

^{1,2,4,5}Jurusan Manajemen, Universitas Jember, Indonesia

³Program Studi Sastra Inggris, Universitas Jember, Indonesia

e-mail: 1cempaka.feb@unej.ac.id, 2barokah.fe@unej.ac.id, 3sabtadiana.sastra@unej.ac.id,

*4almasfarah@unej.ac.id, 5devinawidyal@gmail.com

Abstrak

UMKM Tooku Tooku merupakan produsen minuman susu kedelai dengan misi untuk meningkatkan nilai minuman tradisional menjadi minuman kekinian yang lebih sehat. Dengan mempertimbangkan persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perlu adanya inovasi baru dan dukungan usaha dalam penerapan manajemen dan strategi bisnis yang tepat. Program Pengabdian Kemitraan (PPK) ini bertujuan untuk mendampingi UMKM Tooku Tooku sebagai mitra dalam pengembangan manajemen bisnis di bidang sumber daya manusia, keuangan, operasi/produksi, pemasaran khususnya pada branding produk. Metode yang digunakan adalah participatory rural/urban appraisal yang melibatkan pemilik dan karyawan secara aktif yang didampingi oleh 4 orang dosen & 2 orang mahasiswa. Kegiatan ini terdiri dari survei awal, sosialisasi program, pelatihan, dan konsultasi intensif melalui Focus Group Discussion (FGD). Hasil dari PPK ini adalah peningkatan hardskill dan softskill mitra sebesar 85%, serta peningkatan nilai ekonomis sebesar 60%. UMKM Tooku Tooku menunjukkan peningkatan signifikan dalam hal distribusi produk melalui penambahan reseller serta pemanfaatan media sosial (Instagram dan TikTok) untuk memperluas jangkauan pasar dan menguatkan branding produk. Dari segi produksi, mitra mampu menambah variasi produk dan menciptakan produk inovatif Boba Soymilk serta memperbaiki kemasan yang berdampak pada peningkatan penjualan. Skor kepuasan mitra mencapai 95%, yang menunjukkan keberhasilan PPK dalam membantu mitra mengatasi permasalahan bisnis mereka.

Kata Kunci: Manajemen Bisnis, PPK, UMKM Tooku Tooku

1. PENDAHULUAN

Persaingan bisnis semakin lama semakin kompetitif termasuk yang dialami oleh Usaha rintisan di bidang Mikro, Kecil, dan Menengah atau UMKM produk minuman. Para pelaku usaha produk minuman dituntut untuk berusaha menciptakan inovasi-inovasi baru agar dapat bertahan dan mengembangkan usaha. Adanya persaingan dengan kompetitor lain serta adanya keinginan untuk mengembangkan usaha harus didukung dengan penerapan manajemen dan strategi bisnis yang tepat. Terutama di era pandemi Covid-19 lalu yang mana para pelaku usaha harus mampu bertahan di tengah ancaman virus yang penuh risiko. Akibat dari pandemi Covid-19 tersebut, hampir di semua sektor usaha atau industri mengalami penurunan omset dan bahkan tidak sedikit yang terpaksa gulung tikar atau menerapkan kebijakan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) bagi para karyawannya. Sektor yang terdampak dari skala usaha besar hingga skala UMKM. Padahal kita ketahui bersama bahwa keberadaan UMKM sangatlah strategis karena UMKM memiliki kontribusi yang sangat besar bagi perekonomian nasional, sebagai penggerak perekonomian dengan membuka lapangan pekerjaan dan meningkatkan

PDB [1]. Oleh karena itu, UMKM nasional perlu segera diselamatkan dari dampak negatif pandemi Covid 19.

Proses pemulihan ekonomi sebagai imbas pandemi Covid-19 di Provinsi Jawa Timur akan mengandalkan industri manufaktur UMKM seperti yang dikemukakan oleh Gubernur Jawa Timur, Khofifah Indar Parawansa bahwa, “Pergerakan dan pemulihan ekonomi di Jawa Timur harus diikuti oleh pergerakan dari yang ultramikro, mikro, kecil, menengah atau UMKM hingga usaha besar” [2]. Salah satu pelaku UMKM di bisnis minuman di Kabupaten Jember, Jawa Timur adalah Ibu Sri Hatmisiyah dengan produk minuman sehat susu kedelai. UMKM ini diberi nama ”Tooku Tooku” yang merupakan modifikasi dari bahasa Jawa yaitu *tuku* yang artinya “membeli” sehingga diharapkan dengan nama Tooku Tooku akan banyak konsumen yang tertarik untuk membeli produk yang dihasilkan. Tooku Tooku adalah sebuah usaha kecil rintisan (*start up*) industri rumah tangga yang melihat peluang besar dalam pengembangan minuman kekinian, dengan mengusung nilai untuk meningkatkan minuman tradisional seperti susu kedelai menjadi lebih modern dan sehat. Inovasi produk merupakan strategi penting untuk mempertahankan usaha saat maupun pasca pandemi [3]. Dengan menghasilkan produk inovatif, Tooku Tooku berharap dapat bersaing di tengah tren minuman kekinian yang semakin digemari, namun tetap menawarkan pilihan yang lebih sehat. Seiring dengan berjalannya waktu, banyak bermunculan berbagai pesaing yang menawarkan produk minuman inovatif dan kreatif dengan *branding* yang sangat menarik. *Branding* suatu usaha ataupun produk berperan penting sebagai salah satu strategi pemasaran untuk membentuk *strategic advantage* [4], yang tidak hanya terkait pemilihan merek, tapi juga bagian dari pembentukan *image* atau citra sebagai penguatan *positioning* produk di pasar [5]. Para pesaing tersebut tentunya dapat mengambil pasar yang dimiliki karena UMKM Tooku Tooku masih belum konsisten dalam proses produksi dan belum memiliki manajemen bisnis yang profesional. Oleh karena itu, UMKM Tooku Tooku layak dijadikan target pengabdian dengan skema Program Pengabdian Kemitraan. Program pengabdian dengan target masyarakat yang produktif secara ekonomi ini adalah bentuk implementasi dari ilmu pengetahuan serta teknologi tepat guna yang dibutuhkan masyarakat, dalam hal ini mitra UMKM, sebagai bagian kewajiban perguruan tinggi di bidang tridharma [6].

Sebagai upaya untuk bertahan dan mengembangkan bisnisnya, pemilik UMKM Tooku Tooku menghadapi berbagai permasalahan baik berasal dari faktor internal maupun eksternal. Salah satu faktor penghambatnya yakni karena masih kurangnya pengalaman dan pengetahuan dalam pengelolaan dan manajemen bisnis. Masalah utama yang dihadapi UMKM Tooku Tooku yaitu:

a. Manajemen Pemasaran

Permasalahan yang muncul dalam UMKM Tooku Tooku yakni karena daya tahan produk yang belum tahan lama, menghambat proses distribusi dan penjualan produk ke tangan konsumen. Selain itu, promosi yang dilakukan masih sangat sederhana yakni hanya mengandalkan media promosi dari mulut ke mulut atau *word of mouth*. Pemanfaatan media sosial/pemasaran digital yang digunakan juga masih sangat sederhana dan belum optimal, konten-konten yang ada seperti video dan foto produk yang ada juga masih sedikit dan kurang bervariasi, kualitas layanan masih belum sesuai dengan standar *service excellence/service quality* yang baik; *branding* (desain logo, merek, pengemasan produk, *tag line* sudah ada tapi masih perlu ditingkatkan lagi). Disamping itu, usaha susu kedelai Tooku Tooku ini masih belum berafiliasi dengan beberapa aplikasi saat ini seperti Facebook Ads, Instagram Ads, TikTok Ads, *marketplace* seperti Shopee dan Tokopedia serta jasa kurir *online* seperti Grab dan GoJek, terutama dalam fitur GrabFood dan GoFood.

b. Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM)

Permasalahan yang muncul dalam hal ini adalah adanya pembagian deskripsi pekerjaan (*job description*) yang masih belum jelas serta pedoman atau SOP kerja yang dilakukan masih belum profesional karena berasaskan prinsip kekeluargaan. UMKM Tooku Tooku masih dikelola sendiri oleh pemilik. Namun, pada saat terdapat pesanan dalam jumlah yang cukup besar, baru dilakukan pengambilan tenaga kerja dari luar yang berasal dari ibu-ibu

rumah tangga yang berada di lingkungan sekitar sehingga penggunaan tenaga kerja ditentukan oleh banyaknya jumlah pesanan yang ada. Pemberdayaan ibu rumah tangga ini sangat penting untuk menambah penghasilan keluarga melalui produksi produk bernilai ekonomis [7].

c. Manajemen Operasi/Produksi

Permasalahan yang muncul yakni kesulitan dalam memprediksi kebutuhan bahan baku serta mendapatkan bahan baku yang berkualitas dengan harga terjangkau karena manajemen persediaan yang ada masih belum dapat dikelola dengan baik. Selain itu penggunaan alat-alat produksi yang masih sangat tradisional dengan teknik atau proses produksi manual/konvensional, belum ada pedoman SOP yang spesifik yang menyebabkan proses produksi yang dilakukan lama dan masih belum optimal. Selain itu, sistem penyimpanan bahan baku harus sangat diperhatikan agar bahan baku yang digunakan tidak cepat rusak dan menurunkan kualitas produk, serta pengolahan limbah yang dihasilkan juga harus dikelola dengan baik. Konsumen akan lebih memilih produk yang berkualitas yang bebas dari kesalahan atau cacat produksi [8]. Oleh karena itu, seperti saran dari [9], peningkatan kualitas produk harus diprioritaskan oleh perusahaan untuk mempertahankan pangsa pasar dan menjamin pertumbuhan usaha.

d. Manajemen Keuangan

Permasalahan yang muncul dalam hal ini adalah belum adanya sistem pembukuan yang sistematis dan terstruktur. Sistem keuangan yang digunakan masih sangat sederhana atau manual atau belum terkomputerisasi, tidak mengikuti perkembangan keuangan digital/teknologi finansial atau *financial technology*. Fenomena pencatatan keuangan yang sederhana ini adalah masalah umum yang dihadapi oleh UMKM dengan laporan keuangan yang tidak terstandarisasi [10]. Selain itu, usaha minuman susu kedelai ini belum melakukan afiliasi dengan berbagai aplikasi pembayaran *online* seperti, OVO, Gopay, QRIS, atau Link Aja. Sehingga masih belum bisa memenuhi keinginan konsumen terutama yang telah menerapkan budaya *cashless* sejak adanya pandemi Covid-19.

Berdasarkan berbagai permasalahan yang dihadapi UMKM Tooku Tooku, maka dilakukan pendampingan dan bimbingan pada pemilik usaha berkaitan dengan pengelolaan dan manajemen bisnis yang tepat agar dapat bertahan di tengah persaingan dan mengembangkan bisnisnya ke skala yang lebih besar melalui Program Pengabdian Kemitraan (PPK). Melalui PPK yang didanai oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat/LP2M Universitas Jember, tim yang terdiri dari 4 (empat) orang dosen dan 2 (dua) orang mahasiswa terjun langsung ke lapangan untuk mendampingi UMKM Tooku Tooku terutama dalam perbaikan manajemen pemasaran, SDM, keuangan, serta operasi/produksi.

2. METODE

PPK ini mengimplementasikan metode *participatory rural/urban appraisal*, yaitu metode pendampingan partisipatif yang mana mitra (pemilik serta karyawan) terlibat penuh selama program pendampingan [11,12]. Menurut [13,14], metode ini dinilai relevan untuk digunakan yang memungkinkan mitra mendapatkan peningkatan kompetensi dalam manajemen bisnis secara efisien dan efektif, yang mana tim PPK bertindak sebagai fasilitator atau tutor, melakukan *sharing* informasi, perencanaan, dan aksi nyata dalam bentuk pelatihan serta bimbingan intensif. Dengan adanya pendampingan manajemen usaha dari bidang operasi/produksi, pemasaran, SDM, serta keuangan untuk skala UMKM yang disesuaikan dengan kondisi UMKM tersebut, diharapkan dapat meningkatkan kinerja perusahaan di tengah persaingan bisnis yang ketat. Pendampingan diberikan dalam bentuk konsultasi dan bimbingan secara intensif baik secara langsung maupun melalui telepon dan WhatsApp/Instagram (*online*).

UMKM Tooku Tooku sebagai bisnis rumahan berlokasi di Perumnas Ponjen Kencong Blok M No. 1, RT.016/RW.021, Kamaran, Kencong, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Pemilik Tooku Tooku dibantu oleh 2 (dua) orang anak sebagai karyawan tetap dan sekitar 3-5 IRT

sebagai *freelancer* (karyawan tidak tetap berdasarkan pesanan) terus berupaya meningkatkan kinerja usahanya melalui berbagai strategi pengelolaan bisnis yang lebih efektif dan efisien. Tim dosen pelaksana PPK adalah dosen Universitas Jember yang terdiri dari 3 (tiga) orang dosen Jurusan Manajemen dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan kepakaran di bidang manajemen bisnis, serta 1 (satu) orang dosen dari Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Budaya dengan kepakaran di bidang linguistik dan media. Tim PPK dosen juga dibantu oleh 2 (dua) orang mahasiswa sebagai tenaga lapangan. Hal ini bertujuan untuk memberikan pengalaman praktis bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan teori dan konsep yang didapat selama di kelas, yang mana pengalaman terjun ke lapangan akan memberikan bekal untuk terjun di dunia kerja nantinya [15]. Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan pada PPK ini yaitu:

2.1 Survei dan sosialisasi program

Tahap awal pelaksanaan kegiatan adalah melakukan survei ke lokasi mitra untuk berdiskusi sekaligus melihat kondisi lapangan secara langsung. Tim pelaksana dan mitra juga telah berkoordinasi terkait program pengabdian yang akan dilaksanakan. Mitra telah bersedia dan sepakat dengan kondisi dan persyaratan PPK.

2.2 Pendampingan

Pendampingan dilakukan dalam bentuk pelatihan dan konsultasi secara intensif mengenai manajemen operasi/produksi, manajemen pemasaran, manajemen SDM, dan manajemen keuangan, dengan metode *focus group discussion* (FGD), dengan berdiskusi interaktif secara langsung dengan pemilik dan karyawannya. Pelaksanaan pendampingan dilakukan dalam bentuk konsultasi intensif baik secara langsung maupun *online*. Seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, kegiatan PPK ini juga melibatkan dua mahasiswa sebagai tenaga lapangan, yang bertujuan memberikan pengalaman praktis dalam mengaplikasikan teori yang telah mereka pelajari di kelas, sehingga mereka lebih siap terjun ke dunia kerja. Mahasiswa membantu dalam kegiatan administratif, dokumentasi, dan fasilitator di lapangan.

2.3 Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan PPK juga termasuk *monitoring* dan evaluasi atau monev yang dilakukan pada saat hingga akhir kegiatan pendampingan. Kegiatan monev dilakukan melalui observasi langsung terhadap setiap perkembangan bisnis di bidang pemasaran, SDM, keuangan, operasi/produksi dengan membandingkan kondisi mitra sebelum *versus* saat maupun setelah pendampingan. *Progress* yang dicapai selama bertahap dalam manajemen bisnis harus sesuai dengan target capaian yang telah direncanakan. Monev juga dilakukan pasca selesainya kegiatan PPK sesuai laporan akhir kegiatan. LP2M sebagai donatur finansial juga ikut melakukan monev pada pertengahan pelaksanaan kegiatan dalam bentuk monev laporan kemajuan. Hal ini dilakukan untuk mengevaluasi kualitas dan keberlanjutan kegiatan PPK.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mitra kegiatan yaitu UMKM Tooku Tooku sangat kooperatif selama jalannya kegiatan PPK. Mitra telah menerapkan hasil pelatihan dan arahan yang telah diberikan. Selain pendampingan dalam bentuk pelatihan intensif, FGD, maupun konsultasi langsung dan *online*, tim PPK juga memberikan bantuan berupa beberapa alat produksi dan alat promosi (lihat Gambar 1). Adapun perkembangan mitra setelah pendampingan adalah sebagai berikut:



Gambar 1 Tim PPK memberikan pelatihan dan bantuan alat

3.1 Manajemen Pemasaran

Terkait distribusi dan pemasaran, pendampingan tim PPK berperan penting membantu mitra untuk melakukan distribusi produk. Mitra dapat melayani pemesanan untuk acara-acara tertentu seperti hajatan, selamatan, arisan, ulang tahun, dan sebagainya baik pesanan individual maupun lembaga/organisasi. Hal ini dikarenakan adanya bantuan dari tim PPK berupa *thermofreeze* dan *icepack* (lihat Gambar 2) yang membantu untuk menjaga keawetan dan daya tahan produk, sehingga produk dapat lebih bertahan lama untuk bisa didistribusikan secara lebih luas. Dengan adanya sekolah-sekolah di area sekitar lokasi UMKM Tooku Tooku, maka mitra dapat memperluas penjualan produk melalui *reseller* di kantin-kantin sekolah. Sehingga saat ini, mitra telah menambah jumlah *reseller* yang berasal dari beberapa sekolah dan pondok pesantren.

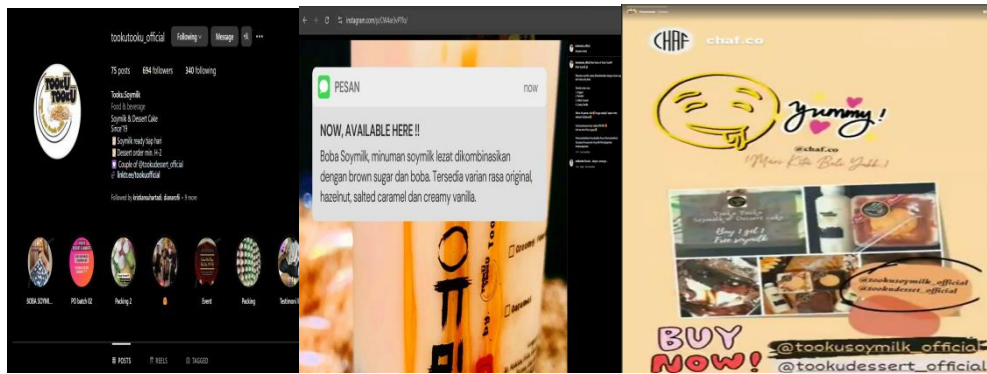
Penjualan mengalami peningkatan yang signifikan setelah adanya pendampingan dalam bentuk pelatihan di bidang manajemen pemasaran, khususnya terkait promosi dan *branding* produk. Pelatihan tentang penguatan *branding* dan peningkatan *value* produk serta perluasan pemasaran melalui sosial media seperti Instagram dalam bentuk *posting* video Reels, juga foto dan Tiktok dimaksimalkan. Pelatihan juga mencakup pelatihan *layouting* foto dan konten serta upaya *paid promote/endorsement* di akun promosi kuliner Jember untuk menjangkau wilayah pemasaran yang lebih luas. Tim PPK memberi bantuan properti untuk membuat foto komersial produk (lihat Gambar 3) sehingga konten promosi menjadi lebih menarik untuk ditampilkan di media sosial mitra. Tampilan akun media sosial Instagram menjadi lebih menarik dan informatif (lihat Gambar 4). Merek produk juga semakin dikenal masyarakat karena promosi yang intensif dan distribusi yang ekspansif. Beberapa kali mitra juga aktif mengikuti bazar atau *product exhibition* dan menjadi sponsor untuk berbagai kegiatan atas informasi dari tim PPK.



Gambar 2 Bantuan *Icepack* untuk ketahanan produk



Gambar 3 Bantuan properti untuk foto dan konten promosi



Gambar 4 Promosi dan penguatan *branding* produk melalui Instagram (https://www.instagram.com/tookutooku_official/)

3.2 Manajemen Sumber Daya Manusia

Di bidang manajemen SDM, pTim PPK memberikan pelatihan dan mendampingi dalam pembuatan SOP kerja termasuk SOP proses produksi untuk meningkatkan kinerja dan produktivitas SDM UMKM Tooku Tooku. Setelah diberi pelatihan dan adanya SOP, pekerjaan menjadi lebih jelas. Proses produksi lebih efektif dan efisien. *Shift* dan *scheduling* kerja menjadi lebih jelas sesuai target produksi. Tidak terjadi tumpang tindih atau *overload* pekerjaan, terutama ketika banyak pesanan, karena mengikuti SOP yang disepakati bersama antara pemilik dan karyawan sesuai deskripsi pekerjaan. Meskipun suasana kerja dilakukan dengan semangat kekeluargaan yang tinggi karena pemilik dan karyawan memiliki hubungan personal yang baik, namun profesionalisme kerja tetap diutamakan. Praktek manajemen SDM yang baik ini pada akhirnya akan menstimulasi kinerja inovatif perusahaan secara keseluruhan dan berdampak positif pada profitabilitas dan keberlangsungan jangka panjang [16].

3.3 Manajemen Operasi/Produksi

Tim PPK telah memberikan pendampingan di bidang manajemen produksi terutama terkait manajemen persediaan & manajemen kualitas untuk perbaikan proses dan peningkatan kapasitas produksi. Adopsi manajemen kualitas pada perusahaan merupakan konsep dan strategi penting untuk meningkatkan kinerja dan produktivitas [17]. Kendala produksi utama terletak pada daya tahan dan keawetan produk yang rendah yang dapat diminimalisir dengan penggunaan penyimpanan dalam *showcase* (lemari pendingin), *thermofreeze*, dan *ice pack*. Mitra berupaya untuk berkonsultasi dengan BPOM terkait dengan perizinan PIRT, namun masih terdapat kendala dalam hal ketahanan pangan. Mitra juga telah mencoba mengaplikasikan dengan mengambil *prototype* dan sampel produk dengan bahan pengawet *food grade* yang direkomendasikan oleh BPOM, tetapi setelah dicoba ternyata masih belum bisa mengawetkan produk dengan lebih lama. Hal ini menjadi tantangan bagi mitra. Bantuan alat dan bahan untuk pengawetan produk dari tim PPK yaitu *thermofreeze* dan *ice pack* sangat bermanfaat sebagai upaya meningkatkan daya tahan dan kualitas produk UMKM Tooku Tooku. Mitra juga telah menerapkan manajemen persediaan yang lebih baik yang mana bahan baku dan alat produksi dapat dimanfaatkan dengan optimal sesuai kebutuhan jangka pendek hingga proyeksi di jangka panjang.

Pada awalnya Tooku Tooku Soymilk memiliki 10 varian rasa yakni original, coklat, *strawberry*, melon, durian, *matcha*, taro, doger, *mocca* dan alpukat. Namun setelah adanya pendampingan, mitra menciptakan varian baru dengan kemasan model baru menyesuaikan dengan trend anak muda saat ini yaitu Boba Soymilk (lihat Gambar 4). Minuman susu kedelai lezat dengan *topping* boba dan *brown sugar* diciptakan dengan tujuan menciptakan minuman tradisional sehat kekinian dengan harga yang terjangkau sesuai dengan *value* produk. Tooku Tooku kini memproduksi susu kedelai dengan beberapa kemasan sebagai berikut: kemasan plastik, kemasan botol ukuran 250 ml, kemasan boba *soymilk* 250 ml, dan kemasan botol ukuran 500 ml. Hal ini disesuaikan dengan perkembangan permintaan pasar.



Gambar 4 Produk inovasi terbaru Boba Soymilk

3.4 Manajemen Keuangan

Pelatihan dari tim PPK di bidang manajemen keuangan terkait dengan perbaikan pelaporan keuangan berbasis standar akuntansi keuangan dasar. Pembukuan transaksi keuangan mitra menjadi lebih baik dan rapi. Semua pengeluaran, pendapatan, dan aset sudah tercatat dalam bentuk dokumen *softfile* (berbasis Ms.Office seperti Ms. Word dan Ms. Excel) dan *hardfile* dalam bentuk folder-folder arsip yang rapi. Mitra juga berencana untuk berafiliasi dengan GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood dalam waktu dekat setelah diberi pendampingan bagaimana melakukan pendaftaran dan mengelola akun bisnis di tiga aplikasi kuliner *online* tersebut. Pembayaran non-tunai juga akan segera direalisasikan melalui berbagai *e-wallet* seperti Ovo, Gopay, dan Shopee Pay serta transaksi QRIS.

Berkenaan dengan pendapatan usaha, dengan adanya tambahan varian produk dan kemasan baru, maka pendapatan yang diperoleh mitra juga bertambah, dengan *range* harga sebagai berikut:

- Kemasan Plastik : Rp. 1.000 – Rp. 2.000
- Kemasan Botol ukuran 250 ml : Rp. 5.000 – Rp. 7.000
- Kemasan Boba Soymilk 250 ml : Rp. 8.000 – Rp. 10.000
- Kemasan Botol ukuran 500 ml : Rp. 10.000 – Rp. 12.000

Penjualan sekitar 300 soymilk kemasan plastik/hari, sekitar 100 botol *soymilk*/ dengan sistem PO (*purchase order*) atau menyesuaikan pesanan yang diterima mitra. Gambar berikut adalah perbandingan kemasan lama dan baru Soymilk (Gambar 5).



Gambar 5 Kemasan produk sebelum pendampingan (kiri) dan setelah pendampingan tim PPK

4. KESIMPULAN

Pandemi Covid 19 yang membawa perekonomian global menuju arah resesi dimana perekonomian cenderung negatif membawa dampak terhadap perekonomian Indonesia terutama pada industri UMKM. Industri kecil ini memiliki kontribusi besar pada perekonomian nasional sehingga perlu adanya upaya penyelamatan usaha kecil ini. UMKM Tooku-Tooku sebagai mitra PPK, merupakan usaha kecil yang bergerak pada bidang industri makanan yang masih merintis usaha dengan memproduksi susu kedelai (*soymilk*). Sebagai UMKM, Tooku-tooku memiliki berbagai kendala terkait manajemen pemasaran, keuangan, SDM, dan operasi/produksi.

Tim PPK Universitas Jember telah melakukan kegiatan pengabdian terhadap mitra UMKM Tooku Tooku melalui program pendampingan intensif dan pelatihan manajemen bisnis yang komprehensif. Kendala produksi telah dipecahkan dengan bantuan peralatan produksi yang dibutuhkan mitra. Namun demikian, masih ada beberapa kendala ketika pasar mereka sudah mulai meluas yaitu kendala ketahanan produk yang belum terpecahkan. *Branding* produk semakin kuat yang mana distribusi semakin meluas yang berdampak pada peningkatan pangsa pasar. Dengan program PPK ini terbukti terjadi kenaikan permintaan dengan adanya produk baru yang kekinian, *labeling* yang menarik, kemasan yang berubah lebih baik, dan meningkatnya kualitas dan ketahanan produk. Melalui program PPK ini mitra Tooku Tooku juga telah melakukan upaya strategi pemasaran yang membaik dengan peningkatan omset yang cukup signifikan dan meningkatkan SDM sehingga dapat memiliki *reseller* yang membuat usaha menjadi lebih maju. Dari sisi keuangan, manajemen keuangan juga menjadi lebih baik. Secara kuantitatif, hasil dari PPK ini adalah peningkatan *hardskill* dan *softskill* mitra sebesar 85%, serta peningkatan nilai ekonomis sebesar 60%. Skor kepuasan mitra mencapai 90%, yang menunjukkan keberhasilan PPK dalam membantu mitra mengatasi permasalahan bisnis mereka. Monev juga telah terlaksana dengan baik.

5. SARAN

Sebagai upaya untuk menutup kekurangan dalam pelaksanaan kegiatan, beberapa saran penting perlu diperhatikan dalam pengabdian lebih lanjut. Pertama, monev sebaiknya dilakukan lebih terstruktur dan terukur, menggunakan alat ukur yang lebih komprehensif seperti survei kepuasan pelanggan, angket kinerja karyawan, serta *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan keterampilan manajemen pemilik dan karyawan. Kedua, program pendampingan bisa diperpanjang atau dilakukan secara berkala, sehingga dampak positif yang dihasilkan lebih berkelanjutan dan konsisten. Hal ini dilakukan sebagai bentuk kerja sama dan komitmen tim PPK untuk konsisten dan aktif dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Pengembangan sistem manajemen yang lebih profesional juga penting, seperti penerapan aplikasi manajemen keuangan sederhana untuk UMKM dan pelatihan terkait analisis keuangan dasar. Selain itu, perlu dipertimbangkan penambahan kolaborasi dengan lembaga lain, seperti komunitas bisnis lokal atau pemerintah daerah, untuk memperluas akses UMKM Tooku Tooku ke jaringan pemasaran dan peluang pendanaan. Pengembangan kegiatan ke depan juga dapat mencakup pembinaan inovasi produk dan diversifikasi, tidak hanya berfokus pada susu kedelai, tetapi juga minuman sehat berbasis bahan lokal lainnya agar UMKM Tooku Tooku dapat lebih berdaya saing di pasar minuman kekinian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada LP2M yang telah mendanai dan memberikan dukungan penuh pada program PPK ini sehingga program ini mencapai tujuan yang diharapkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] S. Machmud and I. Sidharta, "Model Kajian Pendekatan Manajemen Strategik Dalam Peningkatan Sektor UMKM Di Kota Bandung," **Jurnal Computech & Bisnis**, vol. 7, no. 1, pp. 56-66, 2013.
- [2] "Gubernur Khofifah: Industri Manufaktur dan UMKM Jadi Andalan Pemulihan Ekonomi di Jawa Timur," Askompsi, 2021. [Online]. Available: <http://askompsi.or.id/gubernur-khofifah-industri-manufaktur-dan-umkm-jadi-andalan-pemulihan-ekonomi-di-jawa-timur/>. [Accessed: 01-Mar-2021].
- [3] B. Riyanti and N. A. N. Aini, "Strategi keberlangsungan usaha UMKM kampung singkong pada masa pandemi covid-19," **Among Makarti**, vol. 15, no. 2, pp. 182-199, 2022.
- [4] R. J. Brodie, M. Benson-Rea, and C. J. Medlin, "Branding as a dynamic capability: Strategic advantage from integrating meanings with identification," **Marketing Theory**, vol. 17, no. 2, pp. 183-199, 2017.
- [5] W. Bastos and S. J. Levy, "A history of the concept of branding: practice and theory," **Journal of Historical Research in Marketing**, vol. 4, no. 3, pp. 347-368, 2012.
- [6] S. Suharyanto, W. Warkianto, L. Herlina, and M. Nirmaladewi, "Pelatihan Wirausaha, Bahasa Inggris dan Digital Marketing di Desa Suntenjaya, Bandung Barat," **Jurnal Abdimas PHB**, vol. 6, no. 3, 2023.
- [7] I. Prasetyo and W. Saddewisasi, "Pemberdayaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Untuk Berwirausaha Membuat Kue Sus Guna Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Keluarga Di Kelurahan Mangunharjo Kecamatan Tembalang Kota Semarang," **Jurnal Riptek**, vol. 14, no. 1, pp. 60-64, 2020.
- [8] C. Paramita, M. F. Affandi, F. T. Arini, and K. S. W. Nugraha, "Peningkatan Preferensi Merek Pada Produk Kosmetik Berbasis Desain Kemasan Visual, Kualitas Produk, Serta Nilai Pelanggan," **Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen**, vol. 17, no. 1, pp. 40-59, 2022.
- [9] P. Kotler, K. L. Keller, and A. Cherev, **Marketing Management 16e**, Essex: Pearson Education Limited, 2022.
- [10] K. F. Ardhi, R. Mardhika, F. Amaliyah, and F. Wahyuni, "Pendampingan Penyusunan Laporan Keuangan pada UMKM Binaan Tradha Foundation Kabupaten Kebumen," **Jurnal Abdimas PHB**, vol. 5, no. 4, pp. 762-768, 2022.
- [11] K. Adimihardja and I. H. Hikmat, **Participatory Research Appraisal: dalam Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat**, Bandung: Humaniora, 2003.
- [12] B. B. Bhandari, **Participatory Rural Appraisal (PRA), Module 4**, Hayama, Kanagawa: Institute for Global Environmental Strategies (IGES), 2003.
- [13] K. S. W. Nugraha, I. B. Suryaningsih, C. Paramita, G. A. Wulandari, F. Destari, D. W. Cahyani, and M. F. Hafiyah, "Cultural branding: Development of culture-based tourism village towards sustainable tourism," **Journal of Community Service and Empowerment**, vol. 5, no. 1, pp. 173-181, 2024.
- [14] C. Paramita, F. Destari, and K. S. W. Nugraha, "Pendampingan UKM Warung Ta Cafe: Peningkatan Manajemen Usaha Dalam Menghadapi Persaingan," **Jurnal Abdimas Bina Bangsa**, vol. 3, no. 1, pp. 159-165, 2022.
- [15] C. Paramita, I. B. Suryaningsih, S. Sumani, P. Lokaprasidha, and F. Safira, "Inovasi produk 'jamupresso' dan pengembangan manajemen bisnis UMKM mbok kami melalui pengabdian kemitraan," **Jurnal Pengabdian Masyarakat Applied**, vol. 3, no. 1, pp. 147-156, 2024.
- [16] M. Assarlind, **Adoption of Quality Management in SMEs**, Chalmers Tekniska Hogskola (Sweden), 2014.
- [17] F. Seliger and T. Stucki, "The relative importance of human resource management practices for innovation," **Economics of Innovation and New Technology**, vol. 25, no. 8, pp. 769-800, 2016.