

PENGUATAN TATA KELOLA DAN PEMASARAN DIGITAL UNTUK USAHA MIKRO PAGUYUBAN BINA MANDIRI DESA SEGORO TAMBAK

Suyanto
Sulistyo Emantoko Dwi Putra
Warren Gilbert Giartono
Ahmad Rohan
Fenella Eugenia Tan
Felita Delfina Tjoea



PENGUATAN TATA KELOLA DAN PEMASARAN DIGITAL UNTUK USAHA MIKRO PAGUYUBAN BINA MANDIRI DESA SEGORO TAMBAK

Penulis:

Suyanto, Sulistyo Emantoko Dwi Putra, Warren Gilbert Giartono, Ahmad Rohan, Fenella Eugenia Tan, Felita Delfina Tjoea

Copy Editor:

Singgih Sugiarto

Desain Sampul dan Tata Letak:

Indah S. Rahayu

ISBN:

Cetakan Pertama Oktober 2025

Penerbit:

Direktorat Penerbitan dan Publikasi Ilmiah
Universitas Surabaya

Anggota IKAPI & APPTI

Jl. Raya Kalirungkut Surabaya 60293

Telp. (62-31) 298-1344

E-mail: ppi@unit.ubaya.ac.id

Web: ppi.ubaya.ac.id

Hak cipta dilindungi Undang-undang.
Dilarang memperbanyak karya tulis ini
dalam bentuk dan dengan cara apapun
tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Buku ini menawarkan sisi menarik tentang potret pendampingan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di desa Segoro Tambak, oleh tim Universitas Surabaya (Ubaya). Melalui dukungan dana hibah dari Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM), Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemendiktisaintek), pendampingan ini mendorong kemandirian ekonomi UMKM desa Segoro Tambak.

Tiga spektrum menarik dari buku ini adalah: pertama, memperlihatkan pentingnya pemasaran digital bagi UMKM. Kedua, memotret kondisi paguyuban Bina Mandiri dan penguatan tata kelola paguyuban selama pendampingan. Ketiga, menyajikan profil 8 UMKM binaan dan tantangannya dalam memperkuat legalitas usaha maupun memperluas pangsa pasar melalui pemasaran digital.

Buku ini disajikan secara ringkas dan padat, dengan tutur yang sederhana. Mengajak pembaca melihat profil UMKM desa Segoro Tambak dalam menghadapi tantangan usaha, serta peran penting paguyuban Bina Usaha yang berjalan bergandengan tangan bersama aparat desa. Semoga pembaca menikmati buku ringkas hasil kerjasama Ubaya dan desa Segoro Tambak ini.

Sidoarjo, 10 November 2025

Hj. Anik Mahmudah, S.AP., MM

Kepala Desa Segoro Tambak

PRAKATA

Buku ini merupakan hasil pengabdian kepada masyarakat (PkM) yang dilakukan oleh tim Universitas Surabaya di Desa Segoro Tambak kecamatan Sedati kabupaten Sidoarjo. PkM dilaksanakan dengan pendanaan dari Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi (Kemendiktisaintek), skema Pemberdayaan Desa Binaan (PDB) melalui kontrak utama nomor SP_DIPA-139/04/1/693320/2025 dan kontrak turunan nomor 004/LL7/DT.05.00/PM/2025 dan 005/SPP-PPM/LPPM-02/Diktisaintek/FTB/VI/2025. Judul program adalah “Perwujudan Kemandirian Ekonomi Desa Segoro Tambak Melalui Budidaya Udang Efisien dengan Kolam Microbubble”.

Program PkM ini memdampingi usaha-usaha mikro paguyuban Bina Mandiri desa Segoro Tambak untuk meningkatkan kapasitas tata kelola dan pemasaran digital. Penguatan tata kelola dilakukan melalui pembuatan struktur organisasi formal disertai deskripsi masing-masing tanggung jawab dalam struktur, persiapan dan pengurusan nomor ijin berusaha (NIB) dan PIRT. Sementara, penguatan pemasaran digital didampingi melalui pembuatan akun digital marketing di Instagram dan Shoopee. Pendampingan ini mendorong paguruban Bina Mandiri memiliki struktur organisasi yang formal beserta deskripsi masing-masing tugas dalam struktur. Pendampingan PkM juga mendorong UMKM desa Segoro Tambak menjalankan pemasaran secara digital

yang berdampak pada omset dan tentunya pada profit yang diperoleh.

Buku ini menjadi salah satu sumber referensi bagi perkuliahan Ekonomi Makro untuk Bisnis, khususnya pada pembahasan terkait peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi. Diharapkan dapat bermanfaat bagi mahasiswa dalam mengenal UMKM di Indonesia, khusus UMKM di desa Segoro Tambak.

Terima kasih secara khusus kami sampaikan kepada Kepala Desa (Kades) Segoro Tambak, Ibu Anik Mahmudah, S.AP, MM dan ketua paguyuban Bina Mandiri yang telah memberikan kesempatan kepada Universitas Surabaya dan tim PkM untuk berkolaborasi dan berkoordinasi untuk kelancaran pelaksanaan program PkM. Kepada segenap tim yang telah mendukung.

Surabaya, 10 November 2025
Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	iii
Prakata.....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	vii
Daftar Gambar.....	viii
Bab 1 Pentingnya Pemasaran Digital Untuk Pengembangan UMKM.....	1
Bab 2 Profil Desa Segoro Tambak.....	7
Bab 3 Paguyuban UMKM Bina Mandiri Desa Segoro Tambak.....	17
Bab 4 Logo Paguyuban Bina Mandiri.....	25
Bab 5 UMKM “Onde-Onde Dan Risol Mayo Barokah”.....	29
Bab 6 UMKM “Bakari Shaka”.....	33
Bab 7 UMKM ”Seblak Wak Nyo”.....	37
Bab 8 UMKM ”Kerupuk Ikan, Kerupuk Udang”...	43
Bab 9 UMKM ”Kerupuk Nakiyah”.....	47
Bab 10 UMKM ”Ikan Bakar Afanjaya”.....	51
Bab 11 UMKM ”Ikan Bakar Mak’la”.....	55
Bab 12 UMKM ”Icha Presto”.....	61
Bab 13 Kesimpulan.....	65
Daftar Pustaka.....	67
Profil Penulis.....	69

DAFTAR TABEL

Grafik 1.1	Jumlah UMKM Go Digital.....	3
Tabel 1.1	Jenis Barang/ Jasa yang Banyak Terjual...	4
Tabel 2.1	Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk di Desa/Kelurahan Kecamatan Sedati 2023.....	9
Tabel 2.2	Komposisi Penduduk Laki-laki dan Perempuan.....	10

DAFTAR GAMBAR

Gambar	2.1	Peta Lokasi Desa Segoro Tambak dilihat dari Google Map.....	8
Gambar	2.2	Logo Desa Segoro Tambak dan Balai Desa Segoro Tambak.....	12
Gambar	2.3	Area Pertambakan Desa Segoro Tambak.....	13
Gambar	2.4	Pemandangan Alam Desa Segoro Tambak.....	14
Gambar	3.1	Struktur Organisasi Paguyuban Bina Mandiri Desa Segoro Tambak	20
Gambar	4.1	Logo Paguyuban Bina Mandiri Desa Segoro Tambak.....	25
Gambar	5.1	Onde-onde dan Gerobak Jualan Ibu Azizah.....	30
Gambar	5.2	Risol Mayo dan Kue Lumpur Ibu Azizah.....	31
Gambar	6.1	Rumah Produksi Ikan Cabut Duri Ibu Uswatun Khasanah.....	34
Gambar	7.1	Bahan-bahan Pembuatan Seblak Ibu Intan.....	38
Gambar	7.2	Seblak Ibu Intan.....	39
Gambar	7.3	Toko Jualan Ibu Intan.....	40
Gambar	8.1	Kerupuk Ikan Olahan Ibu Musyarofah	44
Gambar	8.2	Tape Ketan Olahan Ibu Musyarofah...	44

Gambar	9.1	Kerupuk Ikan Olahan Ibu Suaibah.....	48
Gambar	9.2	Toko Jualan Ibu Suaibah.....	49
Gambar	10.1	Bahan Baku Ikan Ibu Saibah.....	51
Gambar	10.2	Ikan Bakar dan Bumbu Ikan Ibu Saibah	52
Gambar	11.1	Ikan Bakar dan Bumbu Ikan Ibu Aisyah	56
Gambar	12.1	Bandeng Presto dan Ikan Goreng Ibu Nurul.....	62

BAB 1

PENTINGNYA PEMASARAN DIGITAL UNTUK PENGEMBANGAN UMKM

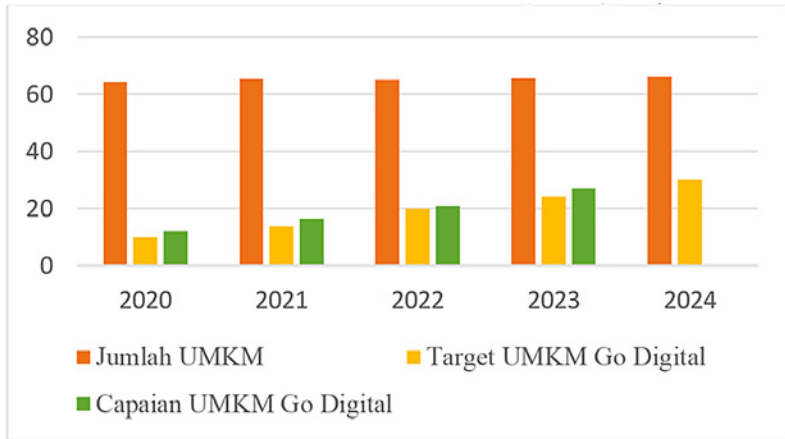
Pada Bab 1 ini akan dideskripsikan tentang pentingnya pemasaran digital bagi pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sebagai dasar diperlukannya pendampingan pengabdian masyarakat di Desa Segoro Tambak. Bab ini memperlihatkan secara umum jumlah UMKM yang mengadopsi pemasaran digital dan sektor usaha UMKM yang menggunakan pemasaran digital di Indonesia.

Pemasaran digital merupakan salah satu pendekatan pemasaran yang sedang *booming* saat ini di hampir semua negara, termasuk Indonesia. Secara perlahan namun pasti, pemasaran digital mengambil porsi yang signifikan dan mulai menggantikan pemasaran tradisional secara fisik. Pemasaran digital penting tidak hanya bagi perusahaan besar dan menengah, usaha kecil juga perlu menyesuaikan diri untuk meleak saluran pemasaran ini, untuk meningkatkan omset penjualan maupun menaikkan profit. Secara umum, pemasaran digital dapat didefinisikan sebagai aktivitas atau saluran yang dijalankan oleh pemasar, baik perusahaan maupun individu, untuk mempromosikan produk atau merek melalui pemanfaatan teknologi informasi digital, diantaranya media elektronik atau platform digital berbasis internet (Udayana et al.,

2024). Kemajuan teknologi informasi dan penggunaan digital marketing diperkirakan akan menjadi titik transisi dalam metode pemasaran produk dari cara konvensional ke digital, yang tidak hanya memengaruhi aspek pemasaran, tetapi juga seluruh aktivitas bisnis, baik pada skala besar, nasional, maupun bisnis kecil perorangan (Alwan & Alshurideh, 2022).

Digital marketing semakin populer seiring berjalannya waktu, khususnya di Indonesia. Istilah ini juga merujuk pada metode umum dalam memasarkan produk atau layanan melalui teknologi situs web atau aplikasi, terutama yang berbasis internet (Dumitriu et al., 2019). Perkembangan teknologi diperlukan untuk menghadirkan inovasi yang memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia (Fonseka et al., 2022). Digital marketing berkembang sangat pesat melalui web, ponsel, dan perangkat game, dengan kegiatan pemasaran seperti branding yang memanfaatkan berbagai media web seperti blog, situs web, e-mail, dan jejaring sosial (Bâra et al., 2023).

Menurut Bank Indonesia (2022) berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, dari sekitar 65 juta UMKM di Indonesia, hanya sekitar 17,25 juta atau 26,5% yang telah terintegrasi ke dalam ekosistem digital. Persentase ini perlu ditingkatkan sejalan dengan meningkatnya penerimaan dan preferensi masyarakat terhadap belanja online. Salah satu upaya untuk mendukung hal ini dilakukan oleh berbagai pihak dengan meningkatkan kapasitas UMKM untuk mendorong produktivitas, termasuk melalui penerapan inovasi dan digitalisasi guna memperkuat daya saing UMKM.



Grafik 1.1 Jumlah UMKM Go Digital (juta).

Sumber: Goodstats.id, 2024, diakses dari <https://data.goodstats.id/statistic/27-juta-umkm-telah-go-digital-hingga-2023-gXpaM>

Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh goodstats.id, (2024) pada tahun 2020, jumlah UMKM yang berhasil terdigitalisasi mencapai 12 juta, melampaui target yang ditetapkan yaitu 10 juta UMKM. Tren positif ini berlanjut hingga tahun 2023 yang sudah mencapai 27 juta UMKM terdigitalisasi.

Perkembangan teknologi telah memaksa para praktisi untuk mengubah strategi saluran pemasaran mereka ke saluran berbasis online, atau yang dikenal sebagai digital marketing (Udayana et al., 2024). Hal ini tercermin dari peningkatan jumlah usaha eCommerce pada tahun 2022, yang diperkirakan naik sebesar 4,46 persen menjadi 2.995.986 usaha (Badan Pusat Statistik, 2023)

Media sosial menjadi alat penting untuk menghubungkan teman dan keluarga, atau dengan slogan populernya, yaitu menghubungkan semua orang di seluruh dunia. Setiap orang dapat dengan mudah menggunakan media sosial untuk berinteraksi dan berbagi beragam konten, seperti video, foto, dan artikel, kepada rekan serta teman melalui berbagai platform media sosial.

E-commerce, atau yang sering disebut perdagangan elektronik, merupakan ruang virtual pada situs web tertentu yang dirancang untuk memperjualbelikan produk melalui jaringan internet, dan dapat diakses melalui komputer atau ponsel pintar (Fahmi et al., 2022). Platform ini memuat katalog produk yang dijual secara online, lengkap dengan informasi harga, ketersediaan barang, serta detail pembayaran, dan para pengembang e-commerce kini telah menghadirkan layanan untuk melacak barang yang sudah dibeli (Udayana et al., 2024).

Tabel 1.1 Jenis Barang/Jasa yang Banyak Terjual

Jenis Barang/Jasa yang Banyak Terjual melalui Pemasaran Digital	Presentase (%)
Makanan dan Minuman	43,02%
Fashion	15,04%
Kebutuhan Rumah Tangga	8,11%
Jasa Transportasi	5,86%
Kosmetik	5,37%

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2023

Menurut Badan Pusat Statistik, (2023) ada beberapa kategori barang atau jasa yang paling sering dibeli oleh para konsumen di platform e-commerce. Berdasarkan tabel 1.1 makanan dan minuman menjadi barang yang paling sering dibeli oleh konsumen dengan presentase 43,02% dan kosmetik menjadi penjualan yang paling rendah dengan 5,37%.

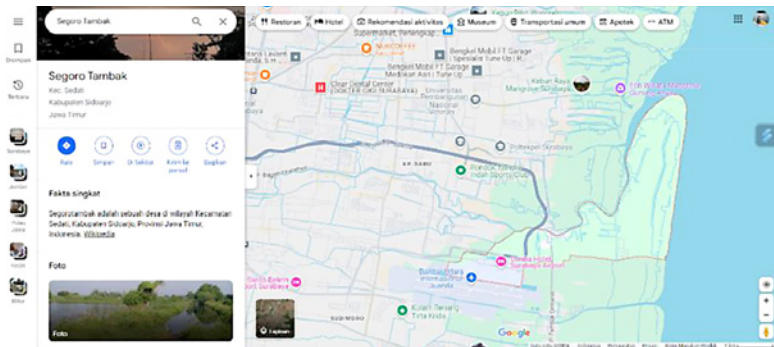
Memasarkan produk melalui situs e-commerce menawarkan berbagai keuntungan bagi perusahaan, dan individu yang mengembangkan usaha rumahan juga dapat memanfaatkan e-commerce untuk menjangkau pasar domestik maupun internasional. Berkat perkembangan teknologi internet, kegiatan bisnis dapat dilakukan tanpa batasan wilayah negara, sehingga biaya pemasaran produk menjadi lebih rendah dan risiko kesalahan manusia dalam proses bisnis dapat berkurang secara signifikan (Fonseka et al., 2022).

BAB 2

PROFIL DESA SEGORO TAMBAK

Pada Bab 2 ini, gambaran dan profil desa dampingan akan diperlihatkan. Posisi letak desa Segoro Tambak, komposisi penduduk, dan perbandingannya dengan desa-desa lainnya dalam kecamatan Sedati kabupaten Sidoarjo akan ditunjukkan dalam bab ini.

Desa Segoro Tambak terletak di Kecamatan Sedati Kabupaten Sidoarjo. Desa ini memiliki luas wilayah sebesar 8,35 km² dan berjarak sekitar 8 km dari ibukota kecamatan Sedati, berjarak 24 km dari pusat Kabupaten Sidoarjo (Badan Pusat Statistik., 2023). Desa Segoro Tambak berbatasan langsung dengan selat Madura di sebelah Timur, dengan desa Tambak Cemandi di Selatan, dengan *Middle-East Ring Road* (MERR) di sebelah Utara, dan dengan kecamatan Waru di sebelah Barat. Dilihat dari peta lokasi menggunakan Google Map, desa ini terletak di garis Bujur dan garis Lintang -7.3660758, 112.8194887, seperti terlihat pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1 Peta Lokasi Desa Segoro Tambak dilihat dari Google Map

Sumber: Google Map, 2024, diambil dari https://www.google.com/maps/place/Segoro+Tambak,+Kec.+Sedati,+Kabupaten+Sidoarjo,+Jawa+Timur/@-7.3547965,112.8117969,14z/data=!3m1!4b1!4m6!3m5!1s0x2dd7eff7ec6fd57b:0xa014364bd23e7aae!8m2!3d-7.3660758!4d112.8194887!16s%2Fg%2F122zq894?entry=ttu&g_ep=EgoyMDI0MTAwNy4xIKXMDSOASAFQAw%3D%3D

Dilihat dari populasinya, desa Segoro Tambak merupakan desa dengan jumlah penduduk yang relatif kecil dibandingkan dengan desa atau kelurahan lainnya di kecamatan Sedati, dengan jumlah 1.835 penduduk atau 1,95% dari total penduduk kecamatan Sedati (Badan Pusat Statistik, 2023b). Tabel 1.1 memperlihatkan jumlah penduduk di 16 Desa/Kelurahan di kecamatan Sedati, dengan desa Segoro Tambak berada di nomor 15.

Ditinjau dari kepadatan penduduk, desa Segoro Tambak memiliki kepadatan paling kecil dibandingkan dengan desa/kelurahan lainnya di kecamatan Sedati, dengan kepadatan 220 penduduk per kilometer persegi. Di desa Segoro Tambak,

terdapat 2 Rukun Warga (RW) dan 6 Rukun Tetangga (RT) dengan jumlah kepala keluarga sebanyak 619 (Badan Pusat Statistik, 2023).

Tabel 2.1 Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk di Desa/Kelurahan Kecamatan Sedati 2023

No	Desa/ Kelurahan	Jumlah Penduduk	Persentase Penduduk	Kepadatan Penduduk (per Km2)
01.	Kwangsan	4.753	5,06	2.024,97
02.	Pepe	13.778	14,67	1.378,89
03.	Buncitan	5.125	5,46	2.811,76
04.	Kalanganyar	5.070	5,40	1.85,71
05.	Tambak Cemandi	3.393	3,61	765,53
06.	Gisik Cemandi	2.438	2,60	1.630,88
07	Cemandi	5.944	6,33	1.183,52
08.	Pulungan	2.903	3,09	7.379,26
09.	Betro	6.762	7,20	3.763,43
10.	Sedati Agung	6.647	7,08	3,379,43
11.	Sedate Gede	11.457	12,20	6.720,83
12.	Pabean	15.639	16,65	6.412,05
13.	Semampir	3.354	3,57	2.283,65
14.	Pranti	2.972	3,16	902,96
15.	Segoro Tambak	1.835	1,95	219,68
16.	Banjar Kemuning	1.864	1,98	332,90
	Kecamatan Sedati	93.934	100,00	1.182,67

Sumber: Badan Pusat Statistik, Kecamatan Sedati dalam Angka, 2024.

Dilihat lebih jauh dari proporsi jenis kelamin, lebih banyak penduduk wanita di desa Segoro Tambak. Jumlah penduduk Pria sebanyak 870 orang dan jumlah penduduk Wanita sebanyak 965 orang, seperti ditunjukkan di Tabel 1.2. Dilihat dari proporsi, rasio penduduk laki-laki terhadap perempuan adalah sebesar 0,90 untuk desa Segoro Tambak.

Tabel 2. 2 Komposisi Penduduk Laki-laki dan Perempuan

No.	Desa/Kelurahan	Laki-laki	Perempuan	Proporsi Laki-laki dan Perempuan (%)
01.	Kwangsan	2.405	2.348	1,024
02.	Pepe	6.859	6.919	0,991
03.	Buncitan	2.565	2.560	1,001
04.	Kalanganyar	2.529	2.541	0,995
05.	Tambak Cemandi	1.719	1.674	1,026
06.	Gisik Cemandi	1.241	1.197	1,036
07.	Cemandi	2.987	2.957	1,010
08.	Pulungan	1.436	1.467	1,021
09.	Betro	3.425	3.337	1,026
10.	Sedati Agung	3.350	3.297	1,016
11.	Sedati Gede	5.671	5.786	1,020
12.	Pabean	7.860	7.779	1,010
13.	Semampir	1.667	1.687	0,988
14.	Pranti	1.516	1.456	1,041

15.	Segoro Tambak	870	965	0,901
16.	Banjar Kemuning	942	922	1,021
	Kecamatan Sedati	47.042	46.892	1,003

Sumber: Badan Pusat Statistik, Kecamatan Sedati dalam Angka, 2024.

Berdasarkan data publikasi dari Badan Pusat Statistik berjudul Kecamatan Sedati dalam Angka yang diterbitkan pada 2023, jumlah penduduk desa Segoro Tambak mencapai 1.835 jiwa terdiri dari 965 laki-laki dan 870 perempuan di tahun 2022.

Desa Segoro Tambak berdiri melalui proses babat alas yang dipelopori oleh Mbah Sugiono (atau Boyot Kono) sekitar tahun 1870 M. Saat itu, wilayah desa masih berupa hutan belantara yang dipenuhi pohon-pohon pantai seperti Bakao Api-api, Kateng, dan Bogem, serta beberapa pohon Dadap yang tumbuh di antara endapan lumpur sungai dan laut. Dengan ketekunan dan kerja keras Mbah Sugiono, hutan belantara ini berhasil diubah menjadi sebuah desa yang kemudian diberi nama “Dadapan.” Nama Dadapan ini diambil dari pohon Dadap yang tumbuh unik di kawasan tersebut. Ada pula yang meyakini bahwa nama itu berasal dari sosok Mbok Rondo Dadapan, karena Mbah Sugiono diyakini memiliki hubungan keturunan dengannya. Setelah mendirikan desa ini, Mbah Sugiono menjadi Sesepuh atau Kepala Desa hingga wafat pada sekitar tahun 1905 (Bumdes Segoro Tambak, 2024).



Gambar 2.2 Logo Desa Segoro Tambak dan Balai Desa Segoro Tambak
Sumber: Desa Segoro Tambak

Desa yang berlokasi dekat bandara internasional Juanda ini dipimpin oleh kepala desa Ibu Anik Mahmudah, S.AP, MM, ketika tulisan ini dibuat di tahun 2025. Kegiatan masyarakat Desa Segoro Tambak sering dilaksanakan di balai Desa Segoro Tambak, mulai dari kegiatan posyandu, penyuluhan, dan acara desa lainnya.

Balai Desa Segoro Tambak terletak di jalan Dadapan I No.11, Segoro Tambak, Kec. Sedati, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61253. Logo Desa Segoro Tambak seperti pada Gambar 2.2. Terdapat gambar ikan bandeng dan udang yang menjadi komoditas utama di Desa Segoro Tambak. Melihat lokasinya yang merupakan kawasan tambak dan dekat dengan laut, desa Segoro Tambak memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata baru yang menarik.



Gambar 2.3 Area Pertambakan Desa Segoro Tambak.

Sumber: Koleksi Penulis, diambil Langsung di lokasi Desa Segoro Tambak

Sumber ekonomi utama yang bisa dihasilkan oleh penduduk desa Segoro Tambak adalah nelayan dan hasil olahan ikan laut lainnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala desa, diperoleh informasi bahwa penghasilan utama masyarakat desa Segoro Tambak bergantung kepada laut dan tambak. Warga desa bermata pencaharian sebagai nelayan atau mengelola tambak, kemudian hasil laut dan tambak tersebut diolah lebih lanjut oleh warga desa menjadi berbagai produk olahan, seperti terasi, ikan bakar, ikan bandeng cabut duri, dan kerupuk ikan.



Gambar 2.4 Pemandangan Alam Desa Segoro Tambak.

Sumber: Koleksi Penulis, diambil Langsung di lokasi Desa Segoro Tambak

Selain wisata alam dan kuliner, desa Segoro Tambak juga memiliki daya tarik unik untuk para penggemar terasi. Terasi yang dijual memiliki ciri khas tanpa bau menyengat, menawarkan aroma dan rasa yang berbeda dari terasi pada umumnya. Ini menambah daya tarik wisata desa, memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk menikmati pemandangan sepanjang tepian sungai dan pertambakan, serta menyediakan sarana rekreasi yang menyenangkan bagi masyarakat, terutama anak-anak.

Desa Segoro Tambak memiliki paguyuban yang menaungi semua UMKM yang ada di Desa Segoro Tambak. Menurut kepala desa, paguyuban ini terbentuk atas kesadaran masyarakat bahwa UMKM di desa harus bisa saling menjaga

dan menguatkan, sehingga produk-produk hasil UMKM desa Segoro Tambak dikenal oleh masyarakat luas dan tidak hanya dikenal terbatas oleh masyarakat desa. Dalam meningkatkan kinerja UMKM di desa Segoro Tambak, didirikan sebuah paguyuban UMKM yang dinamakan paguyuban Bina Mandiri pada 2018.

BAB 3

PAGUYUBAN UMKM BINA MANDIRI DESA SEGORO TAMBAK

Bab 3 mendeskripsikan proses terbentuknya paguyuban Bina Mandiri desa Segoro Tambak. Deskripsi mencakup struktur organisasi dan tugas-tugas terkait.

Berbicara tentang paguyuban, dapat ditelaah terlebih dahulu interaksi manusia di dalam komunitas. Secara umum, komunitas didefinisikan sebagai sekelompok individu yang tinggal di daerah tertentu dan saling berinteraksi dengan fokus pada kesejahteraan penghuni, keterlibatan dalam kegiatan bersama, serta pengembangan desain spasial (Park et al., 2023). Sama halnya dengan komunitas, paguyuban juga terbentuk karena kesadaran untuk meraih kesejahteraan bersama didasarkan pada adanya kesamaan kepentingan.

Desa Segoro Tambak memiliki Paguyuban UMKM bernama paguyuban Bina Mandiri. Paguyuban ini berdiri sejak tahun 2018, pada saat kepemimpinan kepala desa ibu Anik Mahmudah. Sejak tahun 2018, paguyuban ini memiliki struktur organisasi yang bertujuan untuk memberikan wadah kepada seluruh UMKM yang ada di Desa Segoro Tambak untuk berkembang dalam tata kelola yang baik untuk mencapai kemandirian.

Berdasarkan hasil wawancara dengan kepala desa, tujuan utama berdirinya paguyuban UMKM Bina Mandiri adalah untuk memfasilitasi kepada seluruh UMKM untuk saling memberikan saran dan masukan terhadap produk yang diciptakan sehingga produk-produk UMKM yang dihasilkan bisa terus disukai masyarakat desa dan desa sekitar. Selain itu dengan adanya masukan dan saran yang terkoordinir dengan baik ibu kepala desa Segoro Tambak berharap bahwa seluruh produk UMKM yang ada di desanya bisa menembus pasar yang lebih besar.

Artinya harapan terbesar dari ibu kepala desa produk-produk yang dihasilkan oleh tangan-tangan kreatif masyarakat desa Segoro Tambak tidak hanya dikenal oleh masyarakat desa atau masyarakat desa sekitar, tetapi juga dikenal oleh khalayak luas atau masuk ke pasar-pasar kota besar seperti Surabaya, Sidoarjo, Malang dan kota-kota besar di Jawa Timur.

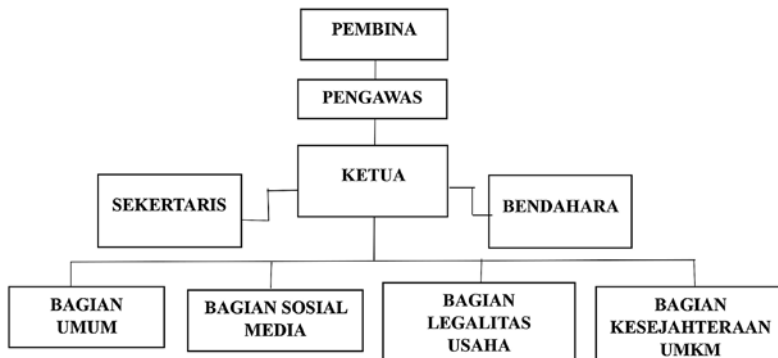
Selain itu ibu kepala desa juga berharap dengan adanya organisasi paguyuban yang terkoordinir seperti ini, mampu membuat UMKM yang ada di desa Segoro Tambak beradaptasi dengan hal-hal baru di bidang kewirausahaan seperti digital marketing, online shop, inovasi produk yang kekinian, dan lain sebagainya.

Pada awal mula berdirinya, paguyuban UMKM Bina Mandiri desa Segoro Tambak di ketuai oleh ibu Anika, yang kemudian dilanjutkan oleh ibu Imamah. Saat tulisan ini dibuat, paguyuban Bina Mandiri UMKM desa Segoro Tambak diketuai oleh ibu Nurul. Dalam setiap pemilihan ketua baru, paguyuban UMKM Bina Mandiri desa Segoro

Tambak melakukan sistem voting dengan mengumpulkan suara terbanyak dari anggota-anggota paguyuban Bina Mandiri desa Segoro Tambak. Di bawah kepemimpinan ibu Nurul, UMKM Bina Mandiri mulai memperkuat tata kelola dan mendorong anggotanya untuk menjalankan pemasaran digital.

Dikarenakan belum adanya struktur organisasi paguyuban yang resmi dari Desa Segoro Tambak, tim pengabdian Universitas Surabaya bersama dengan pengurus paguyuban membuat struktur organisasi paguyuban UMKM Bina Mandiri dan memformalkannya. Struktur ini dibuat agar organisasi paguyuban UMKM yang ada di Desa Segoro Tambak dapat berjalan sesuai mekanisme organisasi pada umumnya dan mengikuti tata kelola yang baik.

Struktur organisasi paguyuban UMKM Bina Mandiri yang telah dibuat bersama tersebut terdiri dari Pembina, Pengawas, Ketua, Sekretaris, Bendahara, Bagian Umum, Bagian Media Sosial, Bagian Legalitas Usaha, dan Bagian Kesejahteraan Umum. Orang-orang yang mengisi struktur paguyuban UMKM Bina Mandiri dipilih berdasarkan musyawarah dan kesepakatan bersama melalui sistem voting.



Gambar 3.1. Struktur Organisasi Paguyuban Bina Mandiri
Desa Segoro Tambak

Berdasarkan struktur organisasi pada Gambar 3.1 di atas, deskripsi masing-masing posisi adalah berikut: Pembina dalam paguyuban memiliki peran utama untuk melakukan pembinaan kepada pengurus terkait semua kegiatan yang dijalankan. Pembina bertanggung jawab dalam mengatur jadwal pertemuan dan kegiatan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kemampuan anggota UMKM. Selain itu, pembina menyusun dan memantau rencana kerja serta anggaran yang dialokasikan khusus untuk pembinaan UMKM, memastikan setiap kegiatan berjalan sesuai rencana. Lebih lanjut, pembina juga bertindak sebagai penghubung antara paguyuban dan pihak eksternal, seperti pemerintah dan lembaga keuangan, guna mendukung pertumbuhan dan pengembangan UMKM yang ada di paguyuban.

Pengawas memiliki tanggung jawab memimpin dan

mengkoordinasikan seluruh kegiatan pengawasan yang ada. Pengawas menyusun rencana pengawasan dan memastikan pelaksanaannya berjalan sesuai dengan kebijakan serta peraturan yang berlaku. Selain itu, pengawas juga bertugas untuk menyusun laporan hasil pengawasan dan memberikan rekomendasi langkah-langkah perbaikan yang diperlukan kepada pengurus paguyuban. Untuk memastikan pengawasan berjalan efektif, pengawas juga mengatur jadwal serta pelaksanaan rapat pengawasan anggota paguyuban.

Ketua paguyuban bertanggung jawab untuk memimpin serta mengarahkan seluruh kegiatan paguyuban demi mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam menjalankan tugasnya, ketua mengatur dan memimpin rapat pengurus serta anggota secara berkala guna memastikan semua pihak terkoordinasi dengan baik. Selain itu, ketua juga menetapkan kebijakan strategis yang penting bagi perkembangan paguyuban dan memastikan implementasinya berlangsung secara efektif sehingga visi dan misi paguyuban dapat tercapai.

Sekretaris paguyuban memiliki peran penting dalam mengelola administrasi, termasuk pencatatan dan pengarsipan seluruh dokumen penting paguyuban. Sekretaris bertanggung jawab untuk menyusun dan mengatur agenda rapat, serta mendistribusikan undangan kepada pengurus dan anggota paguyuban. Selain itu, sekretaris juga memastikan seluruh arsip rapat, laporan, dan dokumentasi lainnya tersimpan dan dikelola dengan rapi dan teratur, sehingga memudahkan akses informasi bagi seluruh pengurus saat dibutuhkan.

Bendahara paguyuban bertanggung jawab dalam menge-

lola seluruh transaksi keuangan, mencakup penerimaan dan pengeluaran dana yang berkaitan dengan kegiatan paguyuban. Dalam perannya, bendahara menyusun dan memelihara catatan yang akurat atas setiap transaksi keuangan, memastikan transparansi dan keteraturan dalam pengelolaan dana. Selain itu, bendahara juga menyusun laporan keuangan bulanan dan tahunan guna memantau kesehatan keuangan paguyuban, sehingga pengurus dapat mengambil keputusan yang tepat dalam pengelolaan dana.

Kepala Bagian Umum paguyuban bertanggung jawab mengelola administrasi yang berkaitan dengan berbagai kegiatan paguyuban, termasuk pengarsipan dokumen dan pengelolaan surat-menyurat. Kepala Bagian Umum menyusun serta mendistribusikan agenda dan notulen rapat kepada pengurus dan anggota, untuk memastikan semua pihak mendapatkan informasi yang diperlukan. Selain itu, kepala bagian umum bertugas menyimpan dan mengatur dokumen-dokumen penting paguyuban, seperti akta pendirian, perjanjian, dan laporan tahunan, sehingga seluruh arsip tersimpan dengan rapi dan mudah diakses saat diperlukan.

Kepala Bagian Sosial Media paguyuban bertanggung jawab untuk mengelola akun sosial media paguyuban, termasuk platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter. Dalam perannya, kepala bagian ini memastikan bahwa setiap konten yang di posting sesuai dengan kebijakan serta tujuan paguyuban, mencerminkan nilai-nilai dan misi yang ingin disampaikan. Selain itu, Kepala Bagian Sosial Media mengatur jadwal posting dan secara berkala memperbarui

konten untuk menjaga keterlibatan anggota serta menarik perhatian publik terhadap aktivitas dan informasi paguyuban.

Kepala Bagian Legalitas Usaha bertanggung jawab untuk memantau perubahan peraturan dan kebijakan yang berkaitan dengan legalitas usaha di tingkat lokal, regional, dan nasional. Dalam perannya, kepala bagian ini menginformasikan anggota paguyuban mengenai peraturan baru atau perubahan yang dapat mempengaruhi kegiatan usaha mereka, serta membantu anggota tetap patuh terhadap ketentuan yang berlaku. Selain itu, Kepala Bagian Legalitas Usaha menyediakan panduan serta dokumentasi terkait peraturan yang harus dipatuhi oleh UMKM, sehingga anggota paguyuban memiliki pemahaman yang jelas mengenai aspek legal dalam menjalankan usaha.

Kepala Bagian Kesejahteraan dan Kemasyarakatan bertanggung jawab untuk merancang dan mengembangkan program-program kesejahteraan yang mendukung anggota UMKM, mencakup program kesehatan, pelatihan keterampilan, dan bantuan sosial. Dalam menjalankan perannya, kepala bagian ini mengidentifikasi kebutuhan kesejahteraan anggota secara menyeluruh, kemudian merancang berbagai inisiatif yang relevan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Selain itu, Kepala Bagian Kesejahteraan dan Kemasyarakatan menyusun rencana anggaran dan mengatur pelaksanaan program-program kesejahteraan.

BAB 4

LOGO PAGUYUBAN BINA MANDIRI

Bab 4 ini merupakan kelanjutan dari paguyuban Bina Mandiri yang telah dibahas pada Bab 3. Pada Bab 4 ini, pembahasan lebih pada penetapan logo organisasi paguyuban yang mulai dibuat pada pendampingan PkM.

Seperti organisasi pada umumnya, logo menjadi sebuah simbol penting yang mempresentasikan arah dan tujuan organisasi. Kegiatan PkM dari Universitas Surabaya mendampingi paguyuban Bina Mandiri dalam pembuatan logo organisasi. Proses pembuatan logo diawali dengan focus group discussion dengan para pengurus dan pengawas paguyuban. Kemudian rancangan awal logo didiskusikan lebih lanjut menyesuaikan visi dan misi paguyuban. Finalisasi logo dilakukan setelah disepakati bersama dengan pengurus paguyuban. Gambar 4.1 memperlihatkan logo paguyuban Bina Mandiri.



Gambar 4.1 Logo Paguyuban Bina Mandiri Desa Segoro Tambak.
Sumber: Hasil Pendampingan Logo dari tim Universitas Surabaya

Logo Seafood Bina Mandiri Desa Segoro Tambak memiliki filosofi yang mencerminkan semangat keberdayaan, keberlanjutan, dan kekayaan alam laut. Berikut adalah penjelasan filosofinya:

1. **Ikan, Udang, Kepiting, dan Kerang**

Masing-masing gambar hewan laut yang ada dalam logo ini melambangkan kekayaan sumber daya alam yang dikelola oleh masyarakat Desa Segoro Tambak. Ikan, udang, kepiting, dan kerang mewakili keanekaragaman hasil laut yang menjadi sumber penghidupan utama bagi masyarakat di desa ini. Keempatnya juga melambangkan kerjasama antar nelayan dan petambak yang memanfaatkan sumber daya alam dengan bijak.

2. **Lingkaran**

Bentuk lingkaran yang mengelilingi gambar-gambar hewan laut mencerminkan keberlanjutan dan keseimbangan ekosistem laut. Lingkaran juga menggambarkan keterikatan masyarakat dengan laut sebagai sumber kehidupan yang harus dijaga agar terus memberi manfaat bagi generasi mendatang.

3. **Teks “Seafood Bina Mandiri”**

Kata “Bina Mandiri” menunjukkan kemandirian masyarakat dalam mengelola hasil laut mereka secara mandiri, tanpa bergantung pada pihak luar. Ini juga mencerminkan semangat gotong royong dan kemandirian ekonomi dalam mengembangkan industri perikanan desa.

4. **Teks “Desa Segoro Tambak”**

Nama desa di bagian bawah menegaskan identitas lokal

dan keterkaitan erat dengan lingkungan sekitar. Desa Segoro Tambak dikenal sebagai penghasil seafood berkualitas, dan logo ini memperkuat hubungan tersebut dengan memperkenalkan produk mereka kepada dunia.

Logo paguyuban ini merupakan hasil pendampingan PkM yang dilakukan oleh tim dari Universitas Surabaya kepada paguyuban Bina Mandiri. Logo didesain bersama dengan pengurus paguyuban, dengan mengacu pada misi yang diemban oleh paguyuban.

BAB 5

UMKM “ONDE-ONDE DAN RISOL MAYO BAROKAH”

Pada Bab 5 ini, usaha mikro desa Segoro Tambak akan dibahas satu per satu. Dimulai dari usaha mikro Onde-onde dan risol mayo Barokah, berlanjut ke usaha mikro lainnya pada bab-bab berikutnya.

Usaha mikro yang berjualan produk onde-onde dan risol mayo di Desa Segoro Tambak ini didirikan oleh ibu Azizah. Sebelum berjualan onde-onde dan risol mayo, ibu Azizah pernah juga berjualan mie ayam, es tebu, ayam geprek, dan aneka olahan kue basah lainnya. Berjualan sejak awal tahun di depan area masjid Baitul muttaqin. sebelumnya ibu Azizah sudah berjualan cukup lama di rumahnya sejak tahun 2013. Alasan bu Azizah berjualan olahan makanan kue basah atau jajanan pasar, dikarenakan hobby membuat kue dan memasak.

Selama berjualan, kendala utama yang dialami bu Azizah ada di modal usaha, terlebih saat ini ibu Azizah berjualan menggunakan gerobak. Fisik gerobak yang dimiliki oleh ibu Azizah relatif kecil dan etalase gerobaknya juga tidak bisa memuat banyak makanan. Sehingga yang dipajang di etalase sangat sedikit dan hanya onde-onde saja. Pasar yang sudah dijangkau oleh ibu Azizah selama berjualan yakni masyarakat desa sekitar seperti Tambak Oso dan Tambak Cemandi.



Gambar 5.1 Onde-onde dan Gerobak Jualan Ibu Azizah.

Sumber: Koleksi Penulis, diambil Langsung di lokasi UMKM

Onde-onde yang dijual ibu Azizah mulai harga Rp. 1000 untuk setiap satu onde-onde. Tetapi jika ada pesanan yang menginginkan ukuran onde-onde yang jauh lebih besar biasanya bu Azizah mematok harga mulai Rp. 2.500. Modal yang diperlukan oleh ibu Azizah untuk berjualan setiap harinya berkisar di angka Rp. 250.000. Sedangkan modal awal dulu saat ingin berjualan onde-onde dan risol mayo ibu Azizah mengeluarkan modal Rp. 2.000.000. Omset yang di dapat oleh ibu Azizah dengan berjualan onde-onde dan risol mayo setiap bulannya sekitar Rp. 7.500.000

Ibu Azizah juga menerangkan bahwa hanya onde-onde yang dijual setiap harinya sementara untuk risol mayo itu tidak setiap hari, hal ini dikarenakan tergantung dari pesanan

yang diterima oleh ibu Azizah, jika di hari tersebut ibu Azizah menerima orderan onde-onde banyak besoknya ibu Azizah tidak akan menjual risol mayo atau mungkin menerima pesanan jajanan lain seperti pukis, kue lumpur, dan lain sebagainya.



Gambar 5.2 Risol Mayo dan Kue Lumpur Ibu Azizah.

Sumber: Koleksi Penulis, Diambil Langsung dilokasi UMKM

Risol mayo, kue lumpur, dan olahan kue lainnya dibuat oleh ibu Azizah ketika menerima orderan dari pelanggan. Hal ini dilakukan karena supaya tidak membengkak modal yang dikeluarkan oleh ibu Azizah setiap harinya, terlebih untuk jajanan pasar yang lain seperti risol mayo, kue lumpur, dadar gulung, sosis solo, nona manis, dan tahu walik merupakan jajanan yang sering digunakan saat acara hajatan atau tasyakuran. Risol mayo dijual oleh ibu Azizah dengan harga

Rp. 1000 untuk ukuran kecil dan Rp. 2.500 untuk ukuran besar, sementara untuk kue lumpur sendiri dijual dengan harga satu box Rp. 10.000 isi 8 kue lumpur.

Ibu Azizah sudah mengantongi NIB sebagai surat izin legalitas usaha, akan tetapi ibu Azizah belum memanfaatkan digital marketing dalam mengelola UMKM yang dimiliki. Ibu Azizah beralasan bahwa ibu Azizah tidak pandai menggunakan *smarthphone* sehingga tidak menggunakan aplikasi-aplikasi digital marketing untuk menunjang operasional UMKM yang dimiliki. Pendampingan pemasaran digital menarik perhatian ibu Azizah untuk mencoba menjajaki pemasaran lewat online untuk produknya.

BAB 6

UMKM “BAKARI SHAKA”

Dalam Bab 6 ini, usaha mikro kedua yang dibahas terkait dengan produk unggulan desa Segoro Tambak, yaitu hasil produk olahan ikan maupun udang. Usaha mikro ini bernama Bahari Syaka. Usaha mikro ini merupakan salah satu UMKM yang menonjol dalam paguyuban Bina Mandiri, yang peduli dengan pemasaran lewat online atau pemasaran digital.

UMKM Bakari Shaka adalah UMKM yang memproduksi stik ikan bandeng. UMKM ini selain memproduksi stik ikan bandeng juga melayani jasa cabut duri dan bahan baku abon. Untuk bahan baku stik ikan dijual mulai dari Rp 5.000 - Rp. 10.000 per kilogram. Sementara untuk abon tidak dijual dalam bentuk sudah jadi melainkan hanya setengah jadi, karena menurut Ibu Uswatun selaku pemilik mengatakan tidak adanya waktu dalam mengolah atau memproses abon sampai selesai.



Gambar 6.1 Rumah Produksi Ikan Cabut Duri Ibu Uswatun Khasanah.

Sumber: Koleksi Penulis, Diambil Langsung dilokasi UMKM

Ketika mau memproduksi stik ikan bandeng pemilik membeli bandeng ke petani atau pasar dengan harga 1 kilogram Rp 30.000 isi tiga ekor bandeng. Ibu Uswatun tidak mau membeli bahan baku dengan jumlah yang besar dalam sekali pembelian dikarenakan jika tidak laku dan bahan baku terlalu lama disimpan mempengaruhi rasa dari ikan bandeng tersebut menjadi hambar. Proses pencabutan duri ikan bandeng dari jam 7 pagi - 12 siang pemilik bisa menyelesaikan cabut duri sebanyak 50 ekor ikan bandeng. Ketika pesanan sedang meningkat pemilik bisa mencabut duri sebanyak 250 ekor dalam waktu 12 jam yakni dari jam 7 pagi sampai jam 7 malam.

Omset yang diterima oleh Ibu Uswatun dengan berusaha cabut duri yakni Rp 2.000 per ekor. Ibu Uswatun juga mengatakan dengan adanya sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan dari berbagai pihak luar seperti Universitas, pemerintah, dan berbagai pihak swasta yang pernah datang ke desa Segoro Tambak membuat pengalaman atau adanya perubahan bagi pemilik dalam mengoperasikan UMKM yang dimiliki. Akan tetapi pemilik juga mengatakan bahwa tidak semua proses pelatihan, sosialisasi, dan pendampingan bisa dipakai dengan baik dalam kehidupan sehari-hari, karena terkadang banyak UMKM yang lupa ketika sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan sudah selesai.

Ibu Uswatun mengatakan bahwa ada peningkatan omset dari usaha yang dimiliki, selain memiliki usaha sendiri terkadang Ibu Uswatun juga menjadi buruh untuk UMKM lain di desa Segoro Tambak dalam proses cabut duri ikan bandeng. Harga yang dijual untuk ikan bandeng yang dicabut sendiri yakni Rp 15.000 per 3 ekor dalam keadaan beku.

Melalui pendampingan program PkM melalui Universitas Surabaya dengan dana hibah Kemendiksisaintek, Ibu Uswatun tertarik untuk memasarkan produknya melalui pemasaran digital lewat Instagram dan market place Shopee. Pemasaran digital mendorong peningkatan omset penjualan.

BAB 7

UMKM "SEBLAK WAK NYO"

Bab 7 ini meliputi usaha mikro ketiga yang menjadi primadona di desa Segoro Tambak. Usaha mikro ini bernama "SEBLAK WAK NYO" Usaha seblak ini dimiliki oleh salah satu warga desa Segoro Tambak yakni ibu Intan. Usaha yang dijalankan oleh ibu Intan sudah dirintis semenjak tahun 2019. Isi seblak ibu Intan bervariasi. Ada yang memiliki isi daging rajungan dan udang. Dalam berjualan ibu Intan juga mengandalkan saudaranya yang berkuliah untuk bisa menjangkau pasar yang lebih luas, sehingga terkadang saudara ibu Intan membawa beberapa porsi seblak yang sudah di pesan sebelumnya oleh *customer*. Selebihnya pasar yang dimiliki oleh ibu Intan hanya di masyarakat desa Segoro Tambak dan desa-desa sekitarnya.



Gambar 7.1 Bahan-bahan Pembuatan Seblak Ibu Intan.

Sumber: Koleksi Penulis, Diambil Langsung di lokasi UMKM

Harga yang dipatok oleh ibu Intan untuk berjualan seblak yakni Rp. 10.000 tetapi harga bisa naik jika pembeli menambah topping- topping isian seblak. Harga untuk masing-masing topping juga beragam mulai dari Rp. 1000 sampai Rp. 3000. Isian seblak terdiri dari kerupuk, pentol ikan, makaroni, sosis, pentol isi daging kepiting, pentol isi daging udang, dan masih banyak lagi. Untuk modalnya sendiri dalam pembuatan bumbu seblak ibu Intan menghabiskan biaya Rp. 100.000 itu belum termasuk modal untuk membeli daging kepiting, udang, dan rajungan untuk dijadikan isian topping seblak yang akan dijual.



Gambar 7.2 Seblak Ibu Intan.

Sumber: Koleksi Penulis, diambil Langsung di lokasi UMKM

UMKM Seblak Wak Nyo yang dimiliki ibu Intan juga dibantu dalam pengelolaannya oleh suami ibu Intan sendiri. Sementara omset yang didapat oleh ibu Intan dalam berjualan seblak setiap harinya tidak menentu tergantung berapa porsi yang terjual, ibu Intan mengatakan biasanya dalam sehari jualannya bisa dijual 30 porsi seblak saat berjualan dimulai jam 6 sore sampai jam 9 malam, jika dikira-dikira setiap porsinya dijual dengan harga normal yakni Rp.10.000 sehari ibu Intan bisa mendapatkan omset Rp. 300.000 atau sekitar

Rp. 9.000.000 setiap bulannya. Menurut ibu Intan ada saat tertentu omset pendapatan jualannya itu menurun, terjadi ketika masyarakat desa sedang banyak melakukan kegiatan yang memerlukan biaya untuk acara tersebut, sehingga banyak masyarakat desa yang mengurangi uang jajannya.



Gambar 7.3 Toko Jualan Ibu Intan.

Sumber: Koleksi Penulis, diambil Langsung di lokasi UMKM

Selain berjualan seblak, Ibu Intan juga memiliki toko yang menjual beberapa kebutuhan rumah tangga seperti beras, minyak, gula, dan bumbu masak lainnya. Toko ini dijaga setiap harinya oleh Ibu Intan, orang tua Ibu Intan, dan adik kandung Ibu Intan. Tidak hanya menjual kebutuhan rumah tangga, toko yang dimiliki oleh ibu Intan juga menjual

jajanan ringan dan es cekek yang sering dibeli oleh anak-anak kecil. Terdapat juga banyak minuman kemasan yang bisa dibeli dari toko Ibu Intan.

Sampai saat ini UMKM milik ibu Intan telah mengantongi NIB (Nomor Induk Berusaha) sebagai surat izin legalitas Usahanya. Kedepannya ibu Intan berencana mengajukan PIRT, tetapi ada beberapa hal yang menjadi kebingungan selama ini karena produk yang ibu Intan jual merupakan produk cepat saji bukan seperti kerupuk atau olahan produk setengah jadi yang dimiliki oleh UMKM lainnya, terkecuali ibu Intan akan menjual produknya dalam bentuk *frozen food*.

Sementara itu untuk digital marketing ibu Intan sudah menggunakan beberapa media sosial seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook*, dan *Tiktok*. Melalui pendampingan dari Universitas Surabaya, media sosial ini dirawat oleh ibu Intan untuk peningkatan pemasaran produknya. Permasalahan yang dihadapi oleh ibu Intan juga susah akses gojek dan grab yang susah sehingga menjadi permasalahan untuk bisa menjangkau pasar yang lebih luas, padahal menurut ibu Intan banyak dari teman-temannya yang ingin membeli produk jualannya melalui aplikasi gofood, grabfood.

BAB 8

UMKM "KERUPUK IKAN, KERUPUK UDANG"

Bab 8 ini membahas usaha mikro yang menjadi andalan dan merupakan produk unggulan di desa Segoro Tambak, yaitu hasil perikanan berupa ikan dan udang. Usaha mikro bernama "kerupuk ikan dan kerupuk udang" dijalankan oleh ibu Musyarofah, yang menjalankan usahanya sejak 2021. Alasan ibu Musyarofah berjualan kerupuk ikan atau kerupuk udang dan sejenisnya karena bahan baku yang dijadikan olahan kerupuk sangat mudah ditemukan di desa Segoro Tambak. Ibu Musyarofah menjual produk hasil olahannya kepada tetangga atau masyarakat desa Segoro Tambak sendiri. Selama ini jangkauan pasar terjauh dari produk kerupuk ikan hasil olahan ibu Musyarofah adalah masyarakat desa sekitar seperti desa Tambak Oso, Tambak Cemandi, dan Kalanganyar.

Harga jual yang dipatok oleh ibu Musyarofah untuk hasil olahan produknya per 1 kg dijual dengan harga Rp. 35.000, selain menjual dengan varian berat 1 kilogram ibu Musyarofah juga menjual produk dengan varian berat 500gr. Untuk sekali produksi ibu Musyarofah memerlukan pati 5kg dan ikan 1kg dengan sekitar modal dikisaran Rp. 300.000.



Gambar 8.1 Kerupuk Ikan Olahan Ibu Musyarofah.
Sumber: Koleksi Penulis, diambil Langsung di lokasi UMKM



Gambar 8.2 Tape Ketan Olahan Ibu Musyarofah.
Sumber: Koleksi Penulis, diambil Langsung di lokasi UMKM

Selain memproduksi beberapa olahan kerupuk, Ibu Musyarofah juga menerima pesanan untuk membuat berbagai

olahan jajanan kue basah dan kue kering untuk acara hajatan, tasyakuran, atau acara-acara besar lainnya seperti maulid nabi dan takjil saat bulan ramadhan. Salah satu yang paling sering dibuat oleh Ibu Musyarofah adalah tape ketan seperti pada gambar diatas, untuk dijual harga satu box tape ketan dipatok seharga Rp.2000 sementara untuk orderan harga menyesuaikan dengan jumlah pesanan yang dipesan.

Ibu Musyarofah tidak pernah menghitung omset bulannya, karena beliau menghitung berdasarkan orderan yang masuk saat hari itu. Tetapi ibu Musyarofah mengatakan ada saat-saat tertentu omset yang dia dapat melonjak yakni saat mendekati hari raya idul fitri, tetapi ibu Musyarofah juga tidak pernah menghitung berapa kira-kira kenaikan omset yang di dapat pada saat bulan hari raya idul fitri.

Pada saat musim kemarau panjang omset yang didapat oleh Ibu Musyarofah juga mengalami penurunan karena bahan baku pembuatan produk olahannya lumayan susah di dapat. Hal ini disebabkan karena banyak dari lahan tambak petani mengalami kekeringan sehingga tidak bisa panen ikan bandeng, udang, dan jenis hasil produk tambak lainnya. Selama menjalankan UMKM nya ibu Musyarofah sudah mengantongi NIB sebagai salah satu syarat legalitas usaha tetapi seperti NPWP, PIRT, halal, dan lain sebagainya ibu Musyarofah belum memilikinya. Namun ibu Musyarofah memiliki niatan untuk memperbanyak surat izin legalitas usaha untuk menunjang UMKM yang dia miliki.

Di sela-sela wawancara dengan ibu Musyarofah ibu Aisyah mengatakan kenapa kebanyakan dari UMKM yang

ada di desa Segoro Tambak tidak memiliki NPWP, PIRT, halal, dan lain sebagainya namun hanya memiliki NIB. Hal ini disebabkan karena pada saat mendaftarkan jenis usaha yang dimiliki untuk mendapatkan NPWP, PIRT, dan halal tidak dapat diwakilkan seperti NIB, hal ini yang membuat banyak dari UMKM yang ada di desa Segoro Tambak tidak memiliki surat izin legalitas usaha yang memadai.

Ibu Aisyah juga mengatakan jarak tempuh ke pusat kota Sidoarjo yang jauh membuat ibu-ibu UMKM yang ada di desa Segoro Tambak tidak mau mengurus surat-surat tersebut terlebih kebanyakan dari pemilik UMKM sudah berusia lanjut. Selain itu proses yang ribet tidak mudah dipahami oleh ibu-ibu UMKM yang ada di desa Segoro Tambak.

Ibu Musyarofah juga belum memasuki digital marketing dalam menjalankan UMKM yang dimilikinya. Menurut ibunya, ibu Musyarofah tidak memiliki pengetahuan tentang bagaimana cara memakai sosial media atau handphone, sehingga hal itu yang membuat UMKM yang dimiliki ibu Musyarofah tidak pernah melakukan proses digital marketing seperti membuat video konten promosi atau menerima orderan melalui sosial media.

BAB 9

UMKM "KERUPUK NAKIYAH"

Kerupuk Nakiyah merupakan salah satu UMKM yang berada dibawah naungan paguyuban Bina Mandiri yang ada di desa Segoro Tambak. UMKM ini membuat beberapa produk hasil olahan udang dan rajungan untuk dijadikan olahan kerupuk. Pemilik UMKM ini seorang ibu bernama ibu Suaibah yang sudah menjalankan UMKM nya semenjak tahun 2016 serta dikelola dengan suami. Alasan ibu Suaibah berjualan kerupuk juga sedikit unik karena kata ibunya daripada menganggur di rumah, akhirnya beliau mendirikan UMKM ini.

Seperti hal nya UMKM lainnya yang ada di desa Segoro Tambak permasalahan yang dihadapi oleh ibu Suaibah adalah pasar yang tidak besar, sejak tahun 2016 usaha ibu Suaibah dimulai hanya masyarakat desa dan masyarakat desa sekitar lah yang mengetahui hasil olahan dan produk dari ibu Suaibah. Sementara menurut ibu Suaibah untuk bahan baku pembuatan produk kerupuknya tidak susah didapat karena ibu Suaibah ketika salah satu bahan baku pembuatan kerupuknya langka maka ibu Suaibah mengganti dengan bahan baku lain, tetapi tetap hasil dari tambak atau laut.

Ibu Suaibah menjelaskan ketika rajungan sulit di dapat dari nelayan maka ibu Aisyah akan membuat olahan produk

berupa kerupuk udang, begitu juga sebaliknya jika kupang susah di dapat maka ibu Suaibah akan mengganti bahan baku pembuatannya dengan ikan dan memproduksi kerupuk ikan. Sehingga tidak ada kesulitan untuk ibu Suaibah dalam mencari bahan baku yang akan dibuat untuk produknya.



Gambar 9.1 Kerupuk Ikan Olahan Ibu Suaibah.

Sumber: Koleksi Penulis, diambil Langsung di lokasi UMKM

Produk kerupuk yang dihasilkan oleh ibu Suaibah ada dua jenis dimana ada yang masih mentah dan ada yang sudah jadi atau siap untuk dikonsumsi. Untuk kerupuk yang mentah ibu Suaibah menjual dengan harga Rp. 35.000 per 1kg, sedangkan untuk yang sudah jadi ibu Suaibah menjual produknya dengan dikemas melalui plastik dan dijual dengan harga mulai Rp. 1000 – RP. 3000. Dalam satu kali produksi

pembuatan produk UMKM nya, ibu Suaibah mengeluarkan biaya sekitar Rp. 200.000. Sementara omset yang didapat setiap bulannya ibu Suaibah tidak pernah mencatat atau menghitungnya.



Gambar 9.2 Toko Jualan Ibu Suaibah.

Sumber: Koleksi Penulis, diambil Langsung di lokasi UMKM

Ibu Suaibah juga memiliki usaha lain yakni toko yang menjual berbagai kebutuhan rumah tangga seperti beras, minyak, gula, dan bumbu masak. Toko Ibu Suaibah juga menjual berbagai jenis minuman kemasan botolan, jajanan ringan dan sabun cuci baju. Selain menjual berbagai barang di tokonya Ibu Suaibah juga menjual es batu balok di depan tokonya.

Ibu Suaibah hanya memiliki NIB sebagai surat izin legalitas usaha, sementara untuk NPWP, PIRT, dan halal ibu Suaibah belum memiliki. Selain itu UMKM yang dimiliki oleh ibu Suaibah juga belum menggunakan digital marketing dalam kegiatan usaha sehari-sehari. Ibu Suaibah mengatakan bahwa beliau tidak memiliki kompetensi dan memahami

bagaimana cara menggunakan handphone dan sosial media dengan baik, sehingga hal tersebut membuat UMKM yang ibu Suaibah miliki tidak memakai digital marketing dalam proses menjalankan usahanya.

BAB 10

UMKM "IKAN BAKAR AFANJAYA"

Pemilik dari UMKM ikan bakar AFANJAYA adalah ibu Saibah. Alasan ibu Saibah berjualan ikan bakar karena ibu Saibah pecinta konsumsi ikan. Memulai usaha UMKM sejak empat tahun yang lalu, kesulitan usaha terkadang susahny mencari bahan baku seperti ikan pada saat musim kemarau panjang. Hal ini disebabkan karena banyak tambak dari petani yang mengalami kekeringan sehingga tidak bisa panen ikan.



Gambar 10.1 Bahan Baku Ikan Ibu Saibah.

Sumber: Koleksi Penulis, diambil Langsung di lokasi UMKM

Size ikan yang dipakai oleh ibu Saibah mulai ukuran 200 gram – 300 gram , jadi ketika musim kemarau sangat sulit mencari ikan dengan ukuran size tersebut. Jangkauan pasar yang dimiliki oleh ibu Saibah dari masyarakat desa, masyarakat desa sekitar, dan ke Sidoarjo kota. Harga yang dipatok untuk produk yang dijual oleh bu Saibah sekitar Rp 25.000 – Rp. 40.000, dengan harga jual tersebut ibu Suaibah harus mengeluarkan modal Rp. 20.000 untuk satu porsi ikan bandeng bakar ukuran size 200 gram.



Gambar 10.2 Ikan Bakar dan Bumbu Ikan Ibu Saibah.

Sumber: Koleksi Penulis, diambil Langsung di lokasi UMKM

Olahan ikan bakar ibu Suaibah yang paling favorit adalah ikan bakar bumbu pedas manis seperti yang ada di gambar. UMKM yang dimiliki oleh ibu Saibah dikelola oleh keluarga sendiri dan tidak memiliki karyawan. Omset yang dihasilkan dengan berjualan ikan bakar ibu Saibah sehari bisa mendapatkan Rp.150.000 – Rp.300.000.

Selama menjalankan UMKM bu Saibah sudah

mengantongi surat izin legalitas usaha yakni NIB (Nomor Induk Berusaha). UMKM yang dikelola ibu Saibah tidak menggunakan digital marketing dalam melakukan promosi produk atau berjualan, selama ini ibu Saibah hanya promosi melalui mulut ke mulut saja. Alasan ibu Saibah tidak menggunakan digital marketing dalam mengoperasikan UMKM nya dikarenakan ibu Saibah tidak mengetahui cara menggunakan sosial media dengan baik.

Ibu Saibah juga tidak pernah menerima pinjaman dana usaha dari pihak manapun baik bank negeri dan swasta. Selain itu ibu Saibah juga mengatakan bahwa ibunya tidak akan menerima tawaran pinjaman uang apapun dari pihak luar terutama bank, karena takut akan suku bunga yang tinggi.

BAB 11

UMKM "IKAN BAKAR MAK' LA"

Desa Segoro Tambak memiliki salah satu UMKM terkenal di desa tersebut dan desa sekitar yang bernama "IKAN BAKAR MAK'LA". Pemilik ikan bakar Mak'la sendiri merupakan seorang ibu yang sudah berusia sekitar 40 tahun bernama ibu Aisyah. Alasan ibu Aisyah sendiri memilih berjualan ikan bakar dikarenakan komoditas ikan bandeng yang sangat melimpah baik di desa segoro tambak maupun desa-desa disekitarnya.

Selain itu potensi pasar menurut ibu Aisyah karena memperhatikan geografis desa segoro tambak yang dekat pesisir dan mayoritas masyarakat bermata pencaharian sebagai petani tambak atau nelayan, membuat ibu Aisyah yakin bahwa produk yang dia buat akan disukai dan laku di kalangan masyarakat. Ibu Aisyah juga beranggapan bahwa tingkat konsumsi masyarakat terhadap hasil olahan ikan tidak akan pernah terputus, mengingat banyak sekali vitamin yang didapat dengan mengkonsumsi ikan.



Gambar 11.1 Ikan Bakar dan Bumbu Ikan Ibu Aisyah.

Sumber: Koleksi Penulis, diambil Langsung di lokasi UMKM

Pasar yang selama ini dijangkau oleh ibu Aisyah hanyalah masyarakat desa, desa sekitar, wisatawan yang datang ke desa tersebut untuk berwisata, dan beberapa kali bu aisyah bisa mendapatkan pesanan dari kalimantan, bali, dan jakarta. Dengan jangkau pasar yang lumayan besar ibu Aisyah menjual produknya berdasarkan berat ikannya, kalau ikan memiliki berat 300 gram ibu aisyah menjualnya dengan harga Rp. 25.000 sementara kalau ukuran yang lebih besar sekitar 400 gram Rp. 35.000 dan berat 500 gram ibu aisyah menjual dengan harga Rp. 40.000.

Sementara itu untuk modal dalam pembuatan produknya ibu Aisyah mengatakan tidak menentu karena pemesanan yang dilakukan oleh ibu aisyah dengan by order terlebih dahulu. Contoh ketika dapat orderan untuk hajatan 300 pcs tetapi setiap hari ibu Aisyah menerima orderan dengan jumlah yang tidak pasti. Dalam proses mengelola UMKM ikan bakar Mak'la ini ibu aisyah dibantu oleh suaminya, ayahnya, dan ibunya atau bisa dikatakan dikelola oleh keluarga sendiri. Tetapi ibu Aisyah juga memberdayakan masyarakat sekitar dalam membantu proses produksinya seperti cabut duri, untuk upahnya tersendiri dihitung dari tiap ekor dan berat ikan bandengnya, ibu Aisyah memberikan contoh kalau berat ikan bandeng mencapai 400 gram upah yang diterima oleh buruh tersebut yakni Rp. 2.500 setiap ekornya.

Sementara omset yang diterima oleh ibu Aisyah setiap bulannya tidak sama tergantung seberapa banyak pesanan yang masuk. Tetapi ibu Aisyah memberikan penjelasan bahwa kalau setiap harinya menerima orderan sebanyak 15 pcs dan satu pcs nya dijual dengan harga Rp. 40.000 maka omset setiap harinya sekitar Rp. 600.000 atau Rp. 18.000.000 per bulan.

Tetapi ada saat-saat tertentu omset yang diterima oleh ibu Aisyah mengalami kenaikan seperti pada saat bulan maulid nabi, tahun baru, bulan sya'ban, serta hari raya idul fitri. Pada saat waktu-waktu tersebut ibu aisyah bisa menerima lebih dari 600 orderan setiap minggunya. Akan tetapi ibu Aisyah juga mengatakan saat musim kemarau panjang omset yang dia dapat juga mengalami penurunan.

Usaha yang dilakukan oleh ibu Aisyah sudah berjalan kurang lebih 5 tahun ini. Pada awalnya ibu Aisyah memiliki tambak sendiri untuk dijadikan bahan baku dalam proses pembuatan produk olahan ikan, tetapi karena terkena dampak abrasi pantai akhirnya ibu Aisyah memutuskan untuk menjual area tambak supaya tidak mengalami kerugian di masa mendatang. Setelah menjual lahan tambaknya ibu Aisyah mendapatkan bahan baku untuk pembuatan produknya dengan memberi kepada para petani tambak di desa.

Dalam menjalankan usahanya tentu ibu Aisyah mengalami beberapa permasalahan yang dihadapi, menurut ibu Aisyah pada saat musim kemarau panjang terkadang untuk mendapatkan bahan baku berupa ikan untuk pembuatan produknya lumayan susah, karena banyak dari petani ikan yang tambaknya mengalami kekeringan dan harga bahan baku yang cenderung mahal. Selain permasalahan susahnyanya dan mahalnyanya bahan baku ketika musim kemarau, ibu Aisyah juga menceritakan bahwa susahnyanya menembus pasar-pasar yang lebih besar terlebih UMKM nya belum sepenuhnya menggunakan digital marketing untuk keperluan usaha.

Demi mendukung kelancaran usahanya ibu Aisyah juga sudah mengantongi surat izin legalitas usaha seperti SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), NIB (Nomor Induk Berusaha), dan sertifikasi halal. Ibu Aisyah juga mengatakan dengan mengantongi berbagai surat izin legalitas usaha membuat dia merasakan keamanan dan kenyamanan dalam mengelola UMKM yang dia miliki. Rencana ibu aisyah juga akan mengurus PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) tetapi

masih terkendala karena tempat produksi yang dimiliki oleh ibu Aisyah sekarang merupakan tempat terbuka.

Selain mengantongi surat izin legalitas usaha UMKM yang dimiliki oleh ibu Asiyah juga sudah menjangkau digital marketing, dalam penerapannya ibu Aisyah menggunakan beberapa *platform* sosial media seperti *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook*, dan *Tiktok*. Menurut ibu Asiyah salah satu cara untuk mempertahankan segmentasi pasar yang sudah ada dengan melakukan inovasi, *packaging* yang menarik, dan membuat promosi-promosi yang dilakukan juga harus menarik dengan menggunakan aplikasi-aplikasi sosial media.

BAB 12

UMKM "ICHA PRESTO"

Ibu Nurul Hidayati merupakan pemilik dari UMKM ICHA PRESTO, alasan ibu Nurul membuka UMKM icha presto karena melihat potensi sumber daya alam terutama hasil laut seperti ikan yang sangat melimpah di desa Segoro Tambak. Alasan kedua karena anak dari bu Nurul bersekolah di daerah Gunung Anyar Surabaya, semenara anak-anak kecil yang masih sekolah suka mengonsumsi ikan bandeng tetapi ribet karena ikan bandeng memiliki banyak sekali duri, sehingga ibu Nurul melihat potensi tersebut sebagai penghasilan ekonomi.

Produk yang dijual oleh bu Nurul adalah bandeng presto, bandeng cabut duri, dan ikan bakar. UMKM yang dimiliki oleh bu Nurul sudah berjalan selama 12 tahun. Selama waktu 12 tahun ibu Nurul menjalankan usaha beberapa tantangan seperti susahnya bahan baku saat musim kemarau, jangkauan pasar yang kurang besar, dan ukuran size ikan yang tidak tetap saat susahnya mencari bahan baku pembuatan produk. Ibu Nurul memberikan contoh ibunya menginginkan ukuran bandeng yang satu kilogram isi 5 ekor, akan tetapi saat di pasar yang banyak ditemukan justru ukuran 500 gram per ekor.



Gambar 12.1 Bandeng Presto dan Ikan Goreng Ibu Nurul.
Sumber: Koleksi Penulis, diambil Langsung di lokasi UMKM

Jangkauan pasar yang dimiliki oleh ibu Nurul sudah menjangkau seluruh pulau yang ada di Indonesia, pernah sekali produk ibu Nurul sampai ke Singapura. Harga yang dijual untuk produk ibu Nurul dimulai dari Rp 18.000 – Rp 50.000. Biaya produksi yang dikeluarkan oleh ibu Nurul dalam satu kali produksi sekitar Rp. 450.000 untuk jumlah 12 kilogram bandeng.

Omset yang didapat oleh ibu Nurul juga tidak menentu karena ibunya menghitung dari jumlah pesanan yang masuk setiap harinya sekitar Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000. Tetapi ada waktu pesanan ibu Nurul mengalami kenaikan saat hari raya idul dan libur tahun baru. Saat hari raya dan tahun baru omset yang didapat oleh ibu Nurul mengalami peningkatan tiga kali lipat daripada hari biasa.

Ibu Nurul sudah mengantongi NIB dan NPWP dalam menjalankan bisnis UMKM nya, selain itu saat ini ibu Nurul tengah mengajukan sertifikasi halal untuk produk yang dijual kepada masyarakat. Ibu Nurul sudah mengajukan surat sertifikasi halal sejak akhir tahun 2023. Ibu Nurul juga memanfaatkan sosial media untuk promosi dan penjualan, sosial media yang digunakan adalah instagram dan whatsapp.

Menurut ibu Nurul hal tersebut juga menjadi faktor penunjang dalam peningkatan omset yang dimiliki. Tetapi untuk layanan seperti gofood, shopefood, dan grabfood susah dijangkau karena ongkir yang sangat mahal. Sehingga saat menerima pesanan dari luar desa ibu Nurul mengantarkan pesannya sendiri dengan biaya tambahan bensin dan ongkir sendiri. Ibu Nurul mengelola UMKMnya dengan keluarga hanya ketika cabut duri ibu Nurul menggunakan buruh untuk mencabut durinya.

Ibu Nurul mengatakan dengan adanya program pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh berbagai Universitas dan pemerintah membuat banyak perubahan untuk ibu Nurul sendiri dalam mengelola UMKM yang dimiliki. Ibu Nurul pernah menerima vacuum filler untuk

mempermudah proses produksi. Selain itu ibu Nurul mengatakan bahwa dengan pendampingan digital marketing yang dilakukan oleh tim pengabdian Universitas Surabaya membuat omset jualan ibu Nurul mengalami kenaikan sekitar angka 10 sampai 15% karena jangkauan pasar yang jauh lebih luas sekarang semenjak menggunakan aplikasi-aplikasi sosial media seperti instagram, titkok, shopeefood, dan paxel.

BAB 13

KESIMPULAN

Tata kelola dan pemasaran digital merupakan dua aspek penting bagi UMKM. Melalui pengabdian kepada masyarakat skema Pemberdayaan Desa Binaan (PDB) pendanaan dari Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (DPPM) Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains dan Teknologi (Kemendiktisaintek), Universitas Surabaya melakukan pendampingan kepada UMKM dalam paguyuban Bina Mandiri di Desa Segoro Tambak. Pendampingan mencakup penguatan tata kelola paguyuban, yang mencakup struktur organisasi, logo, pengurusan legalitas NIB, PIRT, Halal, serta pendampingan terkait pemasaran digital melalui Instagram, Tiktok, dan market place seperti Shopee.

Dari 40 UMKM yang didampingi di desa Segoro Tambak, delapan diantaranya dimuat dalam buku ini, untuk menunjukkan profil serta pemasaran digital yang dijalankan. Kedelapan UMKM ini merupakan usaha mikro yang sangat aktif dalam paguyuban dan sangat aktif dalam pendampingan pengabdian dari Ubaya. Dari pendampingan terlihat bahwa struktur organisasi paguyuban Bina Mandiri semakin kuat, legalitas didukung oleh NIB, PIRT, Hallal, serta pemasaran UMKM semakin meningkat melalui media digital.

Buku ini menunjukkan tentang pentingnya penguatan tata

kelola, legalitas, serta pemasaran digital dalam memperkuat keberlangsungan organisasi paguyuban dan UMKM binaan. Dengan adanya tata kelola yang baik, keberlangsungan paguyuban semakin kuat. Legalitas memperkuat jalannya usaha UMKM. Sementara, pemasaran digital memperbesar omset serta profit yang diperoleh.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwan, M., & Alshurideh, M. T. (2022). The effect of digital marketing on purchase intention: Moderating effect of brand equity. *International Journal of Data and Network Science*, 6(3), 837–848. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2022.2.012>
- Badan Pusat Statistik. (2023a). BUKU statistik-e-commerce-2022-2023.
- Badan Pusat Statistik. (2023b). Kecamatan Sedati Dalam Angka 2023.
- Bank Indonesia. (2022, May 25). Konsumennya Saja Sudah Digital, UMKM-nya Juga Dong! [Www.Bi.Go.Id](http://www.bi.go.id).
- Bâra, A., Oprea, S. V., Bucur, C., & Tudorică, B. G. (2023). Unraveling the Impact of Lockdowns on E-commerce: An Empirical Analysis of Google Analytics Data during 2019–2022. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 18(3), 1484–1510. <https://doi.org/10.3390/jtaer18030075>
- Bumdes Segoro Tambak. (2024). BUMDES SEGORO TAMBAK . [Https.Bumdessegorotambak. https://bumdessegorotambak.wordpress.com/](https://bumdessegorotambak.wordpress.com/)
- Dumitriu, D., Militaru, G., Deselnicu, D. C., Niculescu, A., & Popescu, M. A. M. (2019). A perspective over modern SMEs: Managing brand equity, growth and sustainability through digital marketing tools and techniques. *Sustainability (Switzerland)*, 11(7). <https://doi.org/10.3390/su11072111>

- Fahmi, K., Sihotang, M., Hadinegoro, R., Sulastri, E., Cahyono, Y., & Megah, S. I. (2022). Health Care SMEs Products Marketing Strategy: How the Role of Digital Marketing Technology through Social Media? *UNPRI Journal of Science and Technology*, 1(1), 16–22.
- Fonseka, K., Jaharadak, A. A., & Raman, M. (2022). Impact of E-commerce adoption on business performance of SMEs in Sri Lanka; moderating role of artificial intelligence. *International Journal of Social Economics*, 49(10), 1518–1531. <https://doi.org/10.1108/IJSE-12-2021-0752>
- Park, S., Baek, J., Ryu, B., Ko, A., Kim, J., Amano, T., Kim, H., Lee, K., & Plow, M. (2023). Understanding “communities” in community-based senior housing models: a scoping review understanding age-related disparities and environmental barriers in older adults with multiple sclerosis. In *Innovation in Aging* (Vol. 7, Issue S1). https://academic.oup.com/innovateage/article/7/Supplement_1/1146/7489728
- Udayana, A. A. G. B., Fatmawaty, A. S., Makbul, Y., Priowirjanto, E. S., Ani, L. S., Siswanto, E., Susanti, W., & Andriani, S. (2024). Investigating the role of e-commerce application and digital marketing implementation on the financial and sustainability performance: An empirical study on Indonesian SMEs. *International Journal of Data and Network Science*, 8(1), 167–178. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.10.007>

PROFIL PENULIS

Suyanto adalah guru besar bidang makroekonomika di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya (FBE UBAYA). Saat ini, penulis menjalankan tugas sebagai Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) di Universitas Surabaya untuk periode 2019-2023. Prof. Suyanto pernah bertugas sebagai dekan FBE-Ubaya selama dua periode dari 2011 sampai 2019. Pendidikan *Philosophy of Doctor* di bidang ekonomi ditempuh penulis di *Curtin University* Australia. Gelar *Master of Economics of Development* diperoleh dari *Australian National University* dan gelar Sarjana Ekonomi didapatkan dari Universitas Gadjah Mada. Karya akademis penulis telah diterbitkan di berbagai jurnal internasional bergengsi, seperti *World Development*, *Journal of Productivity Analysis*, *Applied Economics*, *Journal of Development Studies*, *Journal of Asian Economics*, *Developing Economies*, *Journal of Productivity Analysis*, *Heliyon*, dan *The Asia Pacific Journal of Economics and Business*. Bidang riset yang ditekuni penulis adalah penanaman modal asing, efisiensi dan produktivitas perusahaan, UMKM, dan kewirausahaan. Berbagai hibah



penelitian diperoleh penulis dari berbagai instansi dalam dan luar negeri, seperti Kemendiktisaintek, Bank Indonesia, USAid, AusAID, dan pemerintah daerah di Jawa Timur. Buku ajar lain yang pernah diterbitkan adalah Makroekonomika Modern, Ekonomika Makro Sebuah Pengantar, dan Bisnis Internasional.



Sulistyo Emantoko telah menggeluti bioteknologi sejak tahun 1996 ketika dia mengerjakan penelitian skripsinya untuk menyusun semua DNA *S. fibuligera* ke dalam plasmid dan dipindahkan ke *E. coli*. Sejak saat itu bioteknologi selalu menjadi bagian penelitiannya baik saat menyelesaikan studi magister di

Institut Teknologi Bandung maupun saat menyelesaikan S3-nya di Universitas Potsdam, Jerman. Saat ini Emantoko lebih banyak melakukan penelitian di bidang epigenetik, ilmu yang menunjukkan bahwa gen bukan merupakan penentu kodrat manusia. Melalui pendekatan epigenetik dengan gaya hidup dan pola makan yang baik, seseorang yang terlahir dengan gen penyebab penyakit diabetes misalnya, tidak akan menderita diabetes. Pria kelahiran 1973 ini telah melakukan kerjasama penelitian di bidang epigenetik dengan peneliti-peneliti dari Amerika, Jerman, Austria maupun beberapa negara Eropa yang lain. Saat ini Emantoko telah

menerbitkan artikel-artikel dan menjadi reviewer di beberapa jurnal internasional bereputasi. Ketua Ikatan Program Studi Bioteknologi Indonesia 2019-2022 ini pernah mendapatkan penelitian dari lembaga internasional seperti Indonesia Toray Science Foundation maupun dari Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi melalui skema Penelitian Dasar, Penelitian Terapan maupun Matching Fund. Pria yang aktif di Konsorsium Bioteknologi Indonesia ini juga aktif dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang didanai oleh pemerintah melalui skema Program Pengembangan Usaha Produk Intelektual Kampus. Penghobi aquascape ini memiliki visi menjadikan penelitian bioteknologi menjadi murah. Tekad ini membuat Emantoko merancang dan menghasilkan kit isolasi DNA, RNA dan plasmid. Kit Deteksi penyakit udang WSSV, IMNV dan AHPND berbasis Loop-Mediated Isothermal Amplification juga telah dikembangkan. Berkarya terus di bidang bioteknologi menjadi cita-citanya sampai banyak karya bioteknologi Indonesia yang dapat diproduksi sendiri dan digunakan masyarakat.

Warren Gilbert adalah mahasiswa tingkat akhir Program Studi Ekonomi Pembangunan di Universitas Surabaya (UBAYA), dengan konsentrasi pada bidang Bisnis Internasional. Selama masa studinya, Warren aktif dalam berbagai kegiatan akademik dan mahasiswaan. Ia terlibat dalam organisasi



mahasiswa sebagai wadah pengembangan kepemimpinan dan jejaring, serta turut serta dalam penelitian bersama dosen, yang memperdalam pemahamannya mengenai isu-isu ekonomi pembangunan. Keterlibatannya dalam dunia akademik juga ditunjukkan melalui kontribusinya dalam penulisan jurnal ilmiah, termasuk jurnal pengabdian kepada masyarakat dan publikasi pada jurnal bereputasi Q1 dengan topik “Blue Economy Sectors as Drivers of Economic Growth”, yang mencerminkan ketertarikannya terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan di negara Indonesia.

Di luar dunia akademik, Warren dikenal sebagai sosok muda yang dinamis dan bersemangat. Ia sangat gemar bermain basket dan merupakan atlet basket yang telah meraih berbagai prestasi dalam turnamen antar universitas. Selain basket, Warren juga menekuni olahraga tenis sebagai hobi tambahan yang melatih ketangkasan dan konsentrasi. Dengan kombinasi antara kecerdasan akademik, semangat juang dalam olahraga, dan komitmen terhadap pembangunan berkelanjutan, Warren Gilbert siap menjadi kontributor aktif dalam dunia bisnis internasional dan pembangunan ekonomi di masa depan.

Ahmad Rohan adalah mahasiswa tingkat akhir Program Studi Ekonomi Pembangunan di Universitas Surabaya (UBAYA) dengan konsentrasi pada bidang Bisnis Internasional. Selama masa studinya, ia menunjukkan komitmen tinggi dalam akademik maupun pengembangan diri melalui berbagai kegiatan kemahasiswaan. Ia aktif dalam



organisasi mahasiswa, turut serta dalam penelitian bersama dosen, serta terlibat dalam penulisan jurnal ilmiah, termasuk jurnal pengabdian kepada masyarakat. Saat ini, ia tengah dalam proses publikasi jurnal di jurnal internasional bereputasi Q1 yang membahas analisis pendapatan pariwisata di negara-negara ASEAN, menunjukkan ketertarikannya pada isu ekonomi regional dan pembangunan berkelanjutan. Di samping dunia akademik, Ahmad Rohan adalah sosok muda yang mencintai alam dan seni. Ia gemar melakukan healing dengan mendaki gunung maupun menikmati ketenangan pantai, yang menjadi sumber inspirasi dalam kehidupannya. Hobi ini juga melahirkan kecintaannya terhadap puisi. Ia kerap menulis puisi sebagai bentuk ekspresi dan penghargaan terhadap orang-orang terdekat, menjadikan karya-karyanya penuh makna dan personal. Dengan semangat belajar yang tinggi, rasa ingin tahu terhadap dunia, serta kepekaan terhadap lingkungan dan manusia, Ahmad Rohan berusaha menjadi generasi muda yang tidak hanya kompeten secara akademik, tetapi juga berempati dan berkarya untuk masyarakat.

Fenella Eugenia Tan merupakan mahasiswa semester 5 yang menempuh Program Sarjana di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Surabaya. Ia adalah sosok yang gemar belajar hal-hal baru dan senantiasa terbuka terhadap berbagai



pengalaman. Dengan semangat untuk memberi manfaat, ia aktif terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat sebagai bentuk nyata upayanya mendekatkan diri pada lingkungan sekitar. Kecintaannya terhadap membaca menjadikannya pribadi yang reflektif dan kaya akan perspektif, yang kemudian dituangkan dalam tulisan-tulisannya. Melalui karya ini, ia berharap dapat berbagi pemikiran, membangun koneksi dengan pembaca, serta menjadi bagian dari perubahan yang bermakna di tengah masyarakat.

Felita Delfina Tjoea saat ini merupakan mahasiswa semester lima pada Program Sarjana di Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Surabaya. Selama menempuh pendidikan di bidang Ekonomi Pembangunan, ia telah menumbuhkan minat yang kuat terhadap analisis ekonomi serta dinamika dunia bisnis. Minat tersebut tidak hanya lahir dari proses perkuliahan, tetapi juga dari keterlibatan aktif saya dalam berbagai kegiatan organisasi maupun kepanitiaan kampus, yang melatih saya untuk berpikir kritis, mengasah keterampilan



komunikasi, membangun kerja sama tim, serta mengelola tanggung jawab dengan baik. Selain berfokus pada bidang akademik, ia juga aktif dalam pengembangan diri melalui kegiatan non-akademik. Dalam keseharian, saya menggemari olahraga seperti renang dan badminton, karena keduanya melatih konsistensi, ketahanan fisik, sekaligus kedisiplinan. Bagi saya, kegiatan tersebut bukan hanya sekadar hobi, tetapi juga sarana untuk menjaga keseimbangan antara akademik, organisasi, dan kehidupan pribadi, sekaligus mengajarkan pentingnya fokus serta ketelitian dalam menghadapi setiap tantangan.

Sebagai mahasiswa yang penuh semangat, ia memiliki motivasi tinggi untuk terus mengembangkan keterampilan praktis dan memperluas wawasan profesional. Salah satu langkah penting yang ingin ditempuh adalah melalui kesempatan pengabdian kepada masyarakat yang sedang berlangsung. Bagi Felita, kegiatan tersebut merupakan sarana untuk menjembatani teori akademis dengan praktik nyata di dunia kerja, sekaligus sebagai wadah untuk mengasah kemampuan adaptasi dalam lingkungan yang dinamis dan terstruktur.