

Pemberdayaan Produk UMKM Melalui Kerjasama Dengan Transmart Rungkut Sebagai Upaya Perluasan Pangsa Pasar

Fadilla Mulyasari

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Mei Retno Adiwati

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Alamat: Jl. Rungkut Madya No. 1 Gunung Anyar, Surabaya – Jawa Timur

Korespondensi Penulis : 20012010135@student.upnjatim.ac.id

Article History:

Received: 15 Mei 2023

Revised: 08 Juni 2023

Accepted: 10 Juli 2023

Keywords: MSME (Micro, Small, Medium Enterprises), market share, Transmart Rungku

Abstract: *The MSME sector (Micro, Small, Medium Enterprises) makes a large contribution to GDP which reaches 61.07% and contributes to employment absorption of 97% of the total national employment absorption. However, despite the large contribution that has been made, there are still frequent problems with the MSME sector, including the limited quality of human resources, the scope of the market that has not yet been expanded, and management that is not yet modern. Thus, it is necessary to pay attention to the MSME sector so that it is more developed. The purpose of this research is to strengthen competitiveness and expand market share owned by the MSME sector through collaboration with Transmart Rungkut. The method used in this study is descriptive qualitative with data collection techniques through observation conducted at Transmart Rungkut, Surabaya.*

Abstrak. Sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) memberikan kontribusi yang besar terhadap PDB yang mencapai 61,07% serta menyumbang penyerapan tenaga kerja sebesar 97% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Namun, dibalik besarnya kontribusi yang diberikan masih sering dijumpai permasalahan terhadap sektor UMKM diantaranya adalah kualitas sumber daya manusia yang terbatas, ruang lingkup peasaran yang belum meluas, serta manajemen yang belum modern. Sehingga, perlu adanya perhatian yang dituangkan terhadap sektor UMKM agar lebih berkembang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperkuat daya saing dan perluasan pangsa pasar yang dimiliki sektor UMKM melalui kerjasama dengan Transmart Rungkut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi yang dilakukan di Transmart Rungkut, Surabaya.

Kata kunci: UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah), pangsa pasar, Transmart Rungku

LATAR BELAKANG

Keberadaan UMKM di suatu daerah dapat meningkatkan jiwa inovatif, inisiatif, serta semangat berwirausahaan di kalangan masyarakat. Selain itu, dengan hadirnya UMKM (Usaha Mikro, Kecil, Menengah) saat ini turut membantu ekonomi pembangunan suatu daerah. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UMKM) pada bulan Maret 2021, kontribusi UMKM terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai Rp 8.573,89 triliun. Tingginya angka tersebut menunjukkan bahwa potensi yang dimiliki UMKM terbilang sangat bagus.

UMKM juga turut menyumbang penyerapan tenaga kerja sebanyak 97% dari total penyerapan tenaga kerja nasional, hal tersebut berdasarkan data yang disampaikan oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia dalam siaran pers HM.4.6/41/SET.M.EKON.3/1/2022. Sehingga, UMKM dinilai memegang peranan yang cukup penting dalam meningkatkan pendapatan perkapita maupun meningkatkan pengangguran ekonomi suatu daerah. Hal itu sesuai dengan yang dikatakan dalam penelitian Latifi (2012) yang menunjukkan bahwa industri mikro dan menengah memberikan kontribusi bagi pertumbuhan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat.

Akan tetapi, dibalik besarnya peran yang diemban oleh UMKM masih terdapat permasalahan yang sering muncul. Permasalahan tersebut diantaranya adalah kualitas sumber daya manusia yang terbatas, ruang lingkup pemasaran yang masih sempit, serta manajemen yang masih kurang modern. Padahal, ruang lingkup pemasaran merupakan hal yang sangat penting dalam sebuah usaha. Dengan meluasnya ruang lingkup pemasaran, artinya usaha tersebut dapat dikenal lebih luas oleh masyarakat. Perlu adanya upaya yang dilakukan agar ruang lingkup pemasaran dapat dijangkau lebih luas oleh masyarakat.

Sebagai bentuk dukungan yang diberikan terhadap pelaku UMKM, Transmart Rungkut melakukan kerjasama dengan menyediakan produk-produk UMKM sebagai bentuk produk consignment. Produk consignment yaitu barang yang dijual dalam perjanjian bisnis pihak yang terlibat. Dengan adanya kerjasama ini, diharapkan pangsa pasar produk UMKM dapat menjadi lebih luas dan dikenal oleh masyarakat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kerjasama yang dilakukan oleh Transmart Rungkut dengan UMKM terhadap perluasan pangsa pasar. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan studi literatur.

KAJIAN TEORITIS

Pemberdayaan

Pemberdayaan dapat didefinisikan sebagai upaya peningkatan kemampuan atau penguatan diri dalam pencapaian sesuatu yang diinginkan. Pemberdayaan juga bisa diartikan sebagai pemanfaatan sumberdaya untuk memiliki manfaat lebih dari potensi sebelumnya. Sumaryadi (2005) mengatakan bahwa pemberdayaan adalah upaya mempersiapkan masyarakat seiring dengan langkah upaya memperkuat kelembagaan masyarakat agar mereka mampu mewujudkan kemajuan, kemandirian, dan kesejahteraan dalam suasana keadilan sosial yang berkelanjutan. Menurut Eddy Papilaya yang dikutip oleh Zubaedi, bahwa Pemberdayaan merupakan upaya untuk membangun kemampuan masyarakat, dengan mendorong, memotivasi, membangkitkan kesadaran terhadap potensi yang dimiliki serta berupaya untuk mengembangkan potensi tersebut menjadi tindakan nyata.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

Menurut Simmons, Armstrong & Durkin (2008) UMKM merupakan suatu usaha yang hanya memiliki ruang lingkup pasar yang kecil, tenaga kerja yang sedikit, dan dikelola sendiri oleh pemilik usaha. Definisi UMKM juga diatur dalam Undang-undang No. 20 tahun 2008 ini Usaha Mikro Kecil yaitu usaha produktif milik orang perorang dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Pangsa Pasar

Sofyan Assauri (2001) mengatakan bahwa pangsa pasar merupakan besarnya bagian atau luasnya total pasar yang dapat dikuasai oleh suatu perusahaan yang biasanya dinyatakan dengan persentase. Sementara menurut Charles W. Lamb (2001) seberapa besar pangsa pasar yang ada pasti akan berubah mengikuti minat konsumen, selera konsumen terhadap produk. Berdasarkan dari beberapa definisi tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa pangsa pasar adalah besarnya bagian pasar yang berhasil dikuasai oleh suatu perusahaan. Mengetahui pangsa pasar dinilai penting bagi perusahaan, sebab dapat mengetahui tingkat perkembangan dari usaha yang dijalankan atau dapat dikatakan bahwa pangsa pasar sebagai alat pengukuran dalam melakukan evaluasi aktivitas bisnis.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi yang dilakukan di Transmart Rungkut, Surabaya. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi berdasarkan fakta. Pendapat dari Bogdan dan Taylor yang dikutip oleh Lexy J. Moleong, pendekatan kualitatif merupakan sebuah proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif dengan kalimat-kalimat yang tertulis maupun lisan dari orang-orang serta perilaku yang diamati.

Data yang diperoleh dari penelitian ini berdasarkan studi literatur dan observasi yang dilakukan di Transmart Rungkut. Berdasarkan pendapat yang disampaikan oleh M. Nazir (1998) bahwa studi literatur diartikan sebagai data yang diperoleh dengan menelaah buku, catatan, maupun literatur yang terkait terhadap permasalahan yang sedang terjadi. Sedangkan observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati fenomena yang sedang terjadi serta melakukan pencatatan-pencatatan terhadap informasi yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia setelah Jakarta dengan jumlah sektor UMKM mencapai 385.054 pedagang. Angka tersebut menopang ekonomi pembangunan di Kota Surabaya sebesar 98% dan sisanya adalah perusahaan besar dengan persentase 2%. Besarnya potensi yang dimiliki oleh sektor UMKM di Kota Surabaya, perlu dilakukan pemberdayaan secara menyeluruh agar berkembang lebih kompetitif. Sebab, masih banyak ditemukan permasalahan yang sering terjadi pada sektor UMKM, seperti pangsa pasar yang masih belum meluas.

Pangsa pasar bisa diartikan sebagai bagian pasar yang dapat dikuasai oleh sebuah perusahaan. Semakin besar pangsa pasar yang dimiliki, maka semakin besar pula penjualannya. Pangsa pasar berperan dalam keuntungan yang diraih perusahaan dan mencerminkan kekuatan pasar. Pentingnya peran tersebut, tentunya sangat berpengaruh terhadap perkembangan sektor UMKM.

Dalam hal tersebut, Transmart Rungkut memberikan dukungan pemberdayaan terhadap produk-produk UMKM melalui kerjasama sebagai produk consignment atau konsinyasi. Sehingga, kedua pihak dapat melakukan perjanjian mengenai bagi hasil atas laba yang telah diperoleh dari penjualan produk.

Transmart merupakan toko retail modern yang mempunyai lebih dari seratus gerai yang tersebar di seluruh Indonesia, salah satunya di Rungkut, Surabaya. Dengan demikian, besarnya pangsa pasar yang dimiliki oleh Transmart dapat menjadi peluang yang besar bagi sektor UMKM. Strategi pemasaran yang lebih matang serta manajemen yang lebih modern pada Transmart dapat membantu perluasan pangsa pasar sektor UMKM.

Berdasarkan data yang dihimpun dari Transmart Rungkut, rata-rata orang yang berkunjung sebanyak 600 orang dalam satu hari. Dengan demikian, produk UMKM dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas melalui adanya kerjasama ini. Selain itu, dapat membangun brand image produk UMKM menjadi lebih baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Sektor UMKM memberikan kontribusi terhadap ekonomi pembangunan suatu daerah, termasuk di Kota Surabaya yang menyumbang sebanyak 98% serta sisanya perusahaan besar dengan persentase 2%. Namun, dibalik peran yang besar tersebut masih ditemukan permasalahan yang umum terjadi pada sektor UMKM seperti ruang lingkup pasar yang belum meluas. Dengan adanya dukungan pemberdayaan produk UMKM dari Transmart Rungkut melalui kerjasama sebagai produk consignment diharapkan dapat memberikan dampak yang besar terhadap perkembangan UMKM di Kota Surabaya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Kemendikbudristek selaku penyelenggara Magang Kampus Merdeka dan Transmart Rungkut yang telah memberikan banyak pengalaman berharga serta kesempatan untuk belajar lebih dalam mengenai bisnis retail.

DAFTAR REFERENSI

- Achmad Amirudin. (2019). *pemberdayaan usaha kecil menengah (UKM) binaan dinas perdagangan kota Surabaya dalam upaya meningkatkan kesejahteraan*. 5.
- Dewi, M. A. (2020). Pelatihan Etika Bisnis dan Pembukuan Sederhana Pelaku UMKM di Kelurahan Klampis Ngasem Surabaya. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 49–52. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v6i2.7476>

- Fathoni, A. R. (2017). Analisis Pengaruh Pertumbuhan Pangsa Pasar, Produktivitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Pertumbuhan Produk Domestik Regional Bruto *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(2).
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamaju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- Limanseto, H. (2022). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. KEMENTERIAN KOORDINATOR BIDANG PEREKONOMIAN REPUBLIK INDONESIA. ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapat-kan-dukungan-pemerintah
- Permana, S. H. (2017). Strategi Peningkatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Aspirasi*, 8(1), 93–103. <http://news.detik.com/>
- Siagian, M., Kurniawan, P. H., & Hikmah, H. (2019). Analisis Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Batam. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 2(2), 265–271. <https://doi.org/10.36778/jesya.v2i2.107>
- Suwaji, & Heriasman. (2022). Pendampingan Implementasi Merdeka Belajar-Kampus Merdeka Pada Kegiatan Magang Industri. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 16–23.
- Widodo, D. (2008). *Strategi Pemberdayaan Umkm Pada Dinas Keperasi Dan Umkm Kota Surabaya*. 1–6.