(cc) BY
Copyright © 2025 pada penulis
***Madaniya*, Vol. 6, No. 4, November 2025**

Meningkatkan Skalabilitas UMKM Tradisional: Sinergi Standarisasi Operasional (SOP), Optimalisasi Media Sosial, dan Manajemen SDM untuk Akselerasi Kinerja Bisnis 'Gelek Jadul'

Rosali Sembiring Colia [1]*, Heni Nastiti [2], Miguna Astuti [3], Ardhiani Fadila [4]

[1–4] Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

* rosalisembiring@upnvj.ac.id

Abstrak

Mitra program, UMKM makanan tradisional "Gelek Jadul" yang memproduksi kue gelek di Limo, Depok, menghadapi kendala utama dalam skalabilitas usaha akibat sentralisasi manajemen produksi, ketiadaan Standar Operasional Prosedur (SOP), dan rendahnya adopsi pemasaran digital. Tujuan utama pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kapasitas manajerial dan akselerasi kinerja bisnis mitra melalui intervensi terpadu yang berfokus pada Sinergi Standarisasi Operasional, Optimalisasi Media Sosial, dan Manajemen SDM. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif (*Participatory Rural Appraisal*) melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan intensif. Evaluasi keberhasilan menggunakan instrumen pre-test dan post-test. Hasil program menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan dan melampaui target, dengan rata-rata pengetahuan mitra melonjak dari 31% menjadi 97%, dan rata-rata keterampilan praktis meningkat dari 32% menjadi 97%. Keberhasilan ini didukung oleh tercapainya 100% penguasaan dalam penyusunan SOP Produksi dan Perhitungan Bahan Baku. Secara keseluruhan, program ini berhasil membangun fondasi manajerial dan digital yang kuat bagi "Gelek Jadul", yang berdampak pada potensi peningkatan pendapatan lebih dari 294% dan memperkuat keberlanjutan usaha di tengah persaingan pasar modern.

Kata Kunci: *skalabilitas UMKM, standarisasi operasional, pemasaran digital, manajemen SDM, Gelek Jadul*

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial sebagai tulang punggung perekonomian nasional, memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, dan penguatan ketahanan ekonomi lokal. Di tengah arus modernisasi dan digitalisasi yang pesat, UMKM tidak hanya berfungsi sebagai motor penggerak ekonomi, tetapi juga sebagai benteng pelestarian budaya dan produk-produk lokal, termasuk jajanan tradisional. Kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan zaman, terutama dalam hal efisiensi internal dan ekspansi pasar, menjadi faktor penentu keberlanjutan dan skalabilitas usaha di era ekonomi digital, seiring dengan tuntutan untuk dapat berproduksi secara efisien dan didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas (Morisson & Fikri, 2025).

Permasalahan mendasar terkait manajemen dan pemasaran secara nyata dihadapi oleh UMKM makanan tradisional "Gelek Jadul" yang berlokasi di Limo, Kota Depok. Usaha ini memproduksi kue gelek, yang dikenal sebagai onde-onde ketawa, sebuah resep warisan turun-temurun yang memiliki cita rasa otentik dengan tekstur empuk, renyah, dan merekah sempurna. Meskipun produk ini telah diakui sebagai makanan khas wilayahnya dan memiliki potensi besar untuk menjadi oleh-oleh, konsep awal usahanya masih sangat sederhana, dijual secara kiloan tanpa merek yang kuat dan hanya mengandalkan pelanggan lokal, kerabat, serta komunitas UMKM setempat. Hal ini menciptakan hambatan serius terhadap kemampuan usaha untuk meningkatkan volume produksi dan memperluas jangkauan pasar secara signifikan.

Penelitian sebelumnya telah banyak menunjukkan korelasi positif antara adopsi teknologi digital dengan kinerja UMKM. Studi oleh Estiatin dan Marwati (2021) menegaskan bahwa pemanfaatan pemasaran digital melalui media sosial dan *e-commerce* secara signifikan dapat meningkatkan visibilitas produk dan volume penjualan UMKM. Dengan strategi yang tepat, UMKM dapat menjangkau target pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif lebih efisien dibandingkan metode pemasaran konvensional. Pengelolaan data usaha mikro, kecil, dan menengah juga merupakan aspek penting dalam pengembangan UMKM (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil, 2020).

Dari aspek operasional dan manajemen, ditemukan bahwa seluruh proses produksi masih sangat tersentralisasi pada pemilik, Ibu Dewi. Ketergantungan penuh pada pemilik ini menyebabkan naik turunnya usaha sangat bergantung pada aktivitas beliau di luar bisnis, yang secara langsung menghambat konsistensi dan efisiensi. Lebih krusial lagi, belum adanya Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi yang baku menyebabkan hasil produk tidak seragam dan menyulitkan proses pelatihan bagi tenaga kerja baru, padahal efisiensi produksi merupakan kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM. Ketiadaan struktur organisasi sederhana beserta deskripsi pekerjaan (*jobdesk*) yang jelas juga memperparah kondisi, membuat alur kerja menjadi kurang terorganisir dan inefisien karena semua tugas dipikul oleh sedikit orang.

Keterbatasan tidak hanya terjadi pada tata kelola internal, tetapi juga pada strategi pemasaran. Meskipun pemilik telah memiliki akun WhatsApp bisnis dan menyadari pentingnya digitalisasi, dari awal berdirinya usaha hingga akhir periode observasi, akun tersebut tidak digunakan untuk mengunggah konten promosi yang terencana dan terintegrasi. Pemasaran masih mengandalkan cara konvensional dan pasif, seperti dari mulut ke mulut, yang membatasi jangkauan konsumen hanya pada area lokal Depok. Padahal, pemanfaatan platform digital seperti media sosial (Instagram, TikTok) dan *e-commerce* merupakan solusi penting untuk membangun *brand awareness* dan meningkatkan omset secara efektif.

Mengingat kondisi tersebut, Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ini dirancang sebagai intervensi terpadu yang berfokus pada tiga pilar utama untuk mengatasi masalah UMKM "Gelek Jadul": penguatan manajemen produksi melalui penyusunan SOP, penataan Sumber Daya Manusia (SDM) melalui pembentukan struktur organisasi dan *jobdesk*, serta akselerasi pasar melalui pelatihan pemasaran digital (Matondang & Astuti, 2020). Tujuan utama program ini adalah mentransfer ilmu pengetahuan dan keterampilan praktis yang didasarkan pada hasil riset terkini, sehingga mitra dapat bertransisi dari manajemen tradisional menuju manajemen profesional yang siap berskala (Karnowati, Jayanti, 2021).

Potensi pengembangan UMKM "Gelek Jadul" sangat besar, sejalan dengan data Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Depok yang mencatat peningkatan jumlah UMKM secara konsisten. Produk kue gelek memiliki keunggulan kompetitif berupa cita rasa tradisional, tanpa bahan pengawet, serta telah memiliki sertifikat halal, menjadikannya aman dan mudah diterima semua kalangan. Dengan implementasi strategi manajemen dan pemasaran yang tepat, UMKM ini memiliki peluang untuk meningkatkan pangsa pasar secara signifikan di wilayah Depok dan sekitarnya, yang pada akhirnya akan berdampak langsung pada peningkatan pendapatan atau omset usaha (Astuti, Handayani, Pusporini, & Argo, 2022).

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan potensi usaha di atas, kegiatan PKM ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM "Gelek Jadul" melalui sinergi Standarisasi Operasional (SOP), Optimalisasi Media Sosial, dan Manajemen SDM, yang secara kolektif diharapkan dapat mendorong akselerasi kinerja bisnis, meningkatkan skalabilitas usaha, dan memperkuat keberlanjutan ekonomi mitra di tengah persaingan pasar modern.

Sejalan dengan solusi yang diimplementasikan, tujuan utama dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kapasitas usaha mitra UMKM “Gelek Jadul” agar mampu mengelola bisnis secara lebih profesional dan modern di era digital. Secara lebih rinci, tujuan kegiatan ini adalah untuk: (1) Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan praktis mitra dalam bidang manajemen SDM, Operasional dan strategi pemasaran digital; (2) Mendorong adopsi teknologi secara konsisten dalam operasional usaha sehari-hari; dan (3) Membangun fondasi yang kuat bagi mitra untuk dapat meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan menumbuhkan usaha secara berkelanjutan.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif dengan metode *Participatory Rural Appraisal* (PRA), yang secara sistematis menempatkan UMKM "Gelek Jadul" sebagai subjek aktif dan tim pengabdi sebagai fasilitator atau *insider*. Pendekatan ini memastikan bahwa solusi yang diimplementasikan relevan dan dapat diterima oleh mitra. Mitra sasaran adalah pemilik dan tenaga kerja UMKM "Gelek Jadul" yang berlokasi di Limo, Kota Depok. Proses pelaksanaan dimulai dengan tahapan pra-kegiatan, yaitu survei awal, observasi lapangan, dan wawancara mendalam untuk memvalidasi permasalahan prioritas pada tiga aspek utama: produksi, sumber daya manusia (SDM), dan pemasaran digital. Berdasarkan hasil validasi ini, instrumen evaluasi berupa kuesioner pre-test dan post-test disusun dan disepakati bersama mitra untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan (Sufri, 2020). Proses pelaksanaan dirancang secara sistematis untuk mencapai tujuan program secara efektif, mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi dampak.

Tahapan inti kegiatan dilaksanakan melalui serangkaian pelatihan dan pendampingan yang terintegrasi, dirancang untuk mengatasi permasalahan yang teridentifikasi secara komprehensif. Pelatihan pertama berfokus pada aspek operasional dan produksi, di mana tim memberikan bimbingan intensif mengenai perhitungan kebutuhan bahan baku dan penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi. SOP ini mencakup langkah-langkah detail, mulai dari pemilihan bahan baku, tahapan pengolahan, hingga pengemasan, yang bertujuan utama untuk menjamin konsistensi kualitas produk dan

efisiensi produksi. Selanjutnya, aspek SDM ditangani melalui pelatihan mengenai pentingnya struktur organisasi dan deskripsi pekerjaan (*jobdesk*) yang jelas, diikuti dengan pendampingan langsung dalam penyusunan struktur fungsional sederhana yang sesuai dengan skala usaha mikro yang dijalankan oleh "Gelek Jadul".

Paralel dengan perbaikan internal, strategi akselerasi kinerja bisnis diwujudkan melalui pelatihan dan pendampingan aspek pemasaran digital. Materi yang disampaikan mencakup pemahaman tentang pentingnya *branding*, optimalisasi media sosial (seperti Instagram dan Facebook) sebagai sarana promosi yang terencana, serta pengenalan fitur-fitur pada aplikasi pendukung konten seperti CapCut dan Canva. Mitra didampingi secara praktis untuk membuat dan mengelola akun media sosial bisnis, merancang kalender konten, hingga mempraktikkan teknik fotografi produk dan siaran langsung, yang merupakan solusi terhadap kelemahan pemasaran konvensional. Seluruh rangkaian kegiatan ini, yang mencakup transfer ilmu mengenai SOP, SDM, dan Pemasaran Digital, diimplementasikan dengan penyesuaian jadwal yang ketat agar tidak mengganggu operasional harian mitra.

Evaluasi keberhasilan program dilakukan secara kuantitatif melalui analisis deskriptif hasil kuesioner pre-test dan post-test yang diberikan sebelum dan sesudah setiap sesi intervensi, untuk mengukur persentase peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra di setiap aspek. Selain itu, dampak ekonomi diukur melalui observasi dan pencatatan omset penjualan mitra, dengan membandingkan pendapatan sebelum dan sesudah program berjalan, di mana target peningkatan ditetapkan minimal 100%. Aspek keberlanjutan program didorong melalui pembentukan sistem kerja dan dokumen baku (SOP dan *jobdesk*) yang dapat digunakan secara mandiri oleh mitra, memastikan bahwa peningkatan kapasitas yang telah dicapai dapat dipertahankan dan terus dikembangkan untuk mencapai skalabilitas bisnis jangka panjang.

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan meningkatkan skalabilitas UMKM "Gelek Jadul" melalui sinergi Standarisasi Operasional (SOP), Optimalisasi Media Sosial, dan Manajemen SDM, telah berhasil diselesaikan dengan partisipasi aktif dari mitra. Pembahasan hasil kegiatan ini disajikan melalui analisis komparatif data pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan, serta observasi dampak nyata pada kinerja bisnis mitra. Hasil analisis secara keseluruhan menunjukkan peningkatan kapasitas mitra yang signifikan dan melampaui target yang telah ditetapkan, membuktikan efektivitas pendekatan terpadu dalam mengatasi hambatan manajerial dan pemasaran pada usaha mikro tradisional.

Hasil Kegiatan Sesuai Alur Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan PKM berlangsung secara terstruktur, mengacu pada tiga bidang permasalahan utama yang telah diidentifikasi dan dikonsultasikan dengan mitra. Hasil pertama dari pelaksanaan adalah tersusunnya dokumen baku yang secara langsung mendukung skalabilitas, yaitu SOP Produksi dan Struktur Organisasi beserta Jobdesk. Sebelum intervensi, proses produksi kue gelek sangat bergantung pada intuisi pemilik, yang berakibat pada ketidakkonsistenan produk dan inefisiensi waktu. Setelah

pendampingan intensif, mitra berhasil merumuskan SOP yang mencakup perhitungan bahan baku, penentuan rantai pasok, hingga prosedur pengemasan. Di bidang SDM, sentralisasi kerja dipecahkan melalui penyusunan struktur fungsional sederhana yang membagi tugas dan tanggung jawab secara spesifik, memungkinkan pendelegasian tugas yang efektif dan mengurangi beban kerja pemilik.

Di samping itu, akselerasi kinerja pemasaran diwujudkan melalui Optimalisasi Media Sosial. Pemasaran "Gelek Jadul" yang semula *zero presence* di platform digital berhasil ditransformasi melalui pelatihan praktis. Hasilnya, mitra kini memiliki akun media sosial bisnis yang aktif dikelola, serta pemahaman dan keterampilan untuk membuat konten promosi yang terencana (meliputi logo, *branding* produk, dan desain kemasan). Keberhasilan ini menciptakan sebuah ekosistem bisnis terintegrasi: SOP menjamin kualitas produk, *Jobdesk* menjamin efisiensi internal, dan Media Sosial menjamin jangkauan pasar yang lebih luas. Capaian luaran wajib lainnya, seperti peningkatan persentase pengetahuan dan keterampilan, diperinci melalui hasil monitoring dan evaluasi.

Hasil Monitoring dan Evaluasi Kapasitas Mitra

Evaluasi kapasitas mitra dilakukan melalui pengukuran pre-test dan post-test pada empat aspek krusial, menunjukkan lonjakan peningkatan yang signifikan dan melampaui target minimum (60%) yang ditetapkan. Secara rata-rata, peningkatan pengetahuan mitra mencapai 69%, dengan nilai setelah intervensi mencapai 91%, terbagi rata di empat aspek, seperti yang disajikan pada Tabel 1. Peningkatan tertinggi tercatat pada pemahaman SOP dan pemasaran digital, masing-masing mengalami kenaikan 76% dan 68%.

Pada aspek keterampilan praktis, hasilnya bahkan lebih impresif, di mana rata-rata peningkatan keterampilan mencapai 80%, dengan nilai setelah PKM sebesar 98,67%. Capaian 100% pada keterampilan menyusun SOP Produksi dan keterampilan mengimplementasikan SOP Manajemen menjadi bukti nyata keberhasilan transfer ilmu. Keterampilan ini tidak hanya berupa pemahaman, tetapi telah diterjemahkan menjadi tindakan nyata yang berdampak pada operasional harian.

Secara keseluruhan, peningkatan kapasitas yang terukur ini membuktikan bahwa sinergi intervensi dari hulu (SOP Produksi) hingga hilir (Pemasaran Digital) efektif dalam menciptakan fondasi yang kokoh untuk skalabilitas. Peningkatan efisiensi internal dan penguasaan teknik pemasaran digital telah meletakkan landasan bagi "Gelek Jadul" untuk bertransisi menjadi UMKM yang lebih profesional, mengurangi risiko inefisiensi, dan membuka peluang besar untuk mencapai akselerasi omset yang melebihi target 294% yang diproyeksikan dalam laporan akhir.

Tabel 1 menunjukkan keberhasilan signifikan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dalam meningkatkan kapasitas manajemen dan operasional mitra UMKM "Gelek Jadul", melampaui target yang telah ditetapkan. Secara keseluruhan, kinerja mitra menunjukkan lonjakan yang luar biasa di kedua area utama, yaitu pengetahuan dan keterampilan. Pada aspek pengetahuan, rata-rata pemahaman mitra melonjak dari 31% sebelum PKM menjadi 97% setelah intervensi, mencapai peningkatan sebesar 66% dan jauh melampaui target 60%. Peningkatan ini merata di seluruh indikator, dengan pemahaman tertinggi pada Perhitungan Bahan Baku dan Pemasaran Digital yang masing-masing mencapai 100% dan

99%. Bahkan indikator terendah sekalipun, seperti Media Sosial dan Struktur Organisasi, masih mencapai skor impresif di atas 90%, membuktikan efektivitas program dalam transfer ilmu manajemen dan digital.

***Tabel 1**. Peningkatan Pengetahuan Mitra Sebelum dan Sesudah Kegiatan*

Keterangan	Target	Sebelum PKM	Setelah PKM
Peningkatan Pengetahuan			
Struktur Organisasi	60%	33%	97%
Jobdesk	60%	33%	98%
Perhitungan Bahan Baku	60%	28%	100%
Standard Operating Procedure (SOP)	60%	31%	95%
Pemasaran Digital	60%	37%	99%
Media Sosial	60%	31%	93%
Rata-Rata Peningkatan Pengetahuan	60%	31%	97%
Peningkatan Keterampilan			
Struktur Organisasi	60%	33%	100%
Jobdesk	60%	28%	97%
Perhitungan Bahan Baku	60%	28%	100%
Standard Operating Procedure (SOP)	60%	30%	94%
Pemasaran Digital	60%	35%	100%
Media Sosial	60%	33%	94%
Rata-Rata Peningkatan Keterampilan	70%	32%	97%

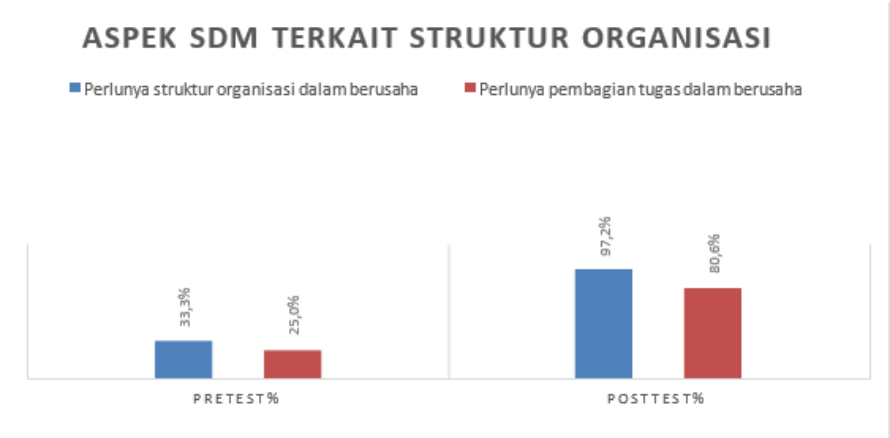
Sementara itu, peningkatan pada aspek keterampilan menunjukkan hasil yang bahkan lebih praktis dan memuaskan. Rata-rata keterampilan mitra meningkat dari 32% menjadi 97% setelah PKM, melampaui target yang lebih ambisius, yaitu 70%. Keberhasilan transfer keterampilan terlihat jelas pada indikator Struktur Organisasi, Perhitungan Bahan Baku, dan Pemasaran Digital, yang masing-masing mencapai tingkat penguasaan 100%. Capaian ini menunjukkan bahwa pengetahuan yang diperoleh mitra telah berhasil diimplementasikan menjadi tindakan nyata, seperti kemampuan untuk menyusun dokumen baku (*Jobdesk*, SOP) dan mengelola akun digital secara mandiri. Meskipun terdapat sedikit perbedaan persentase antar-indikator, secara umum, konsistensi skor di atas 90% membuktikan bahwa intervensi yang berfokus pada pelatihan dan pendampingan praktis berhasil membekali UMKM "Gelek Jadul" dengan kompetensi yang diperlukan untuk mencapai skalabilitas bisnis yang terencana dan profesional.

***Tabel 2**. Evaluasi Kegiatan Peningkatan Kemampuan Pengetahuan Mitra Tentang Struktur Organisasi*

No.	Keterangan	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan
1.	Perlunya struktur organisasi dalam berusaha	12	35
2.	Perlunya pembagian tugas dalam berusaha	9	29

Berdasarkan data yang disajikan, terdapat peningkatan yang substansial dalam pemahaman mitra terkait struktur organisasi dan pembagian tugas. Untuk materi "Perlunya struktur organisasi dalam berusaha," jumlah peserta yang memiliki pemahaman meningkat dari 12 orang sebelum pendampingan menjadi 35 orang setelahnya. Peningkatan serupa juga terjadi pada materi "Perlunya pembagian tugas dalam berusaha,"

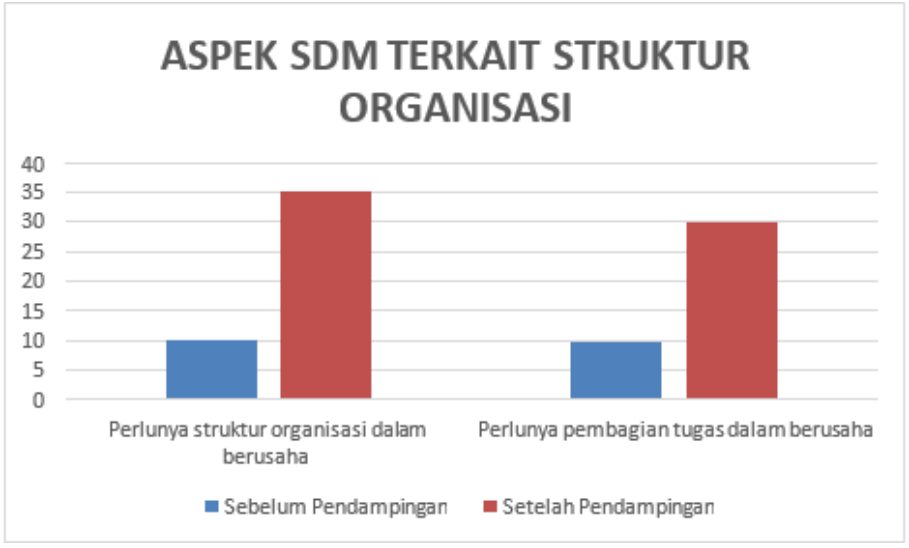
di mana jumlah peserta yang memahaminya naik dari 9 orang menjadi 29 orang. Peningkatan drastis ini juga secara visual digambarkan dalam diagram batang, yang menunjukkan bahwa skor *pre-test* yang relatif rendah melonjak tajam setelah pendampingan untuk kedua aspek tersebut.



***Gambar 1**. Peningkatan Jangkauan Mitra*

***Tabel 3**. Evaluasi Kegiatan Peningkatan Kemampuan Keterampilan Mitra Tentang Struktur Organisasi*

No.	Keterangan	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan
1.	Perlunya struktur organisasi dalam berusaha	11	36
2.	Perlunya pembagian tugas dalam berusaha	9	29



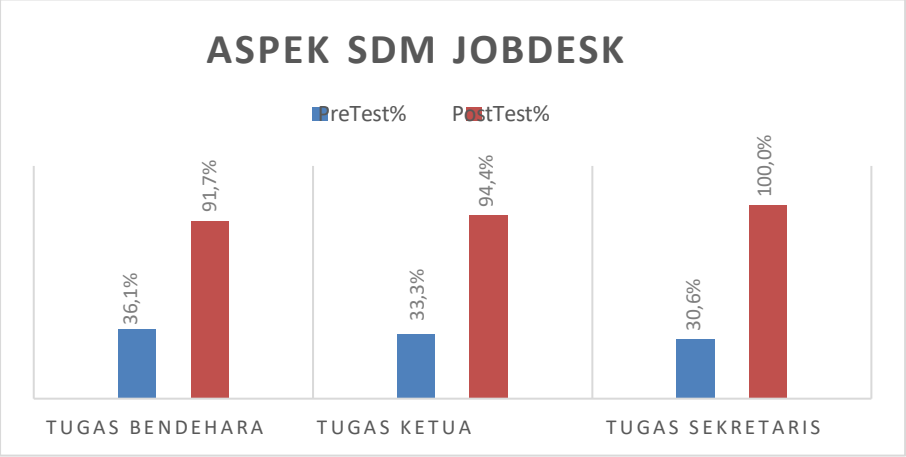
***Gambar 2**. Evaluasi Keterampilan Tentang Struktur Organisasi (Sebelum dan Sesudah Kegiatan)*

Evaluasi program pendampingan menunjukkan peningkatan yang sangat signifikan pada pemahaman mitra terhadap berbagai aspek dasar pemasaran digital. Pengetahuan tentang Alasan utama pelaku usaha beralih ke pemasaran digital melonjak dari 11 orang menjadi 36 orang (100%), mencapai pemahaman penuh setelah pelatihan. Perbaikan

serupa juga terlihat pada pemahaman Hal- hal penting yang perlu diketahui sebelum memasarkan produk, yang naik dari 9 orang (36.1%) menjadi 29 orang (100%), serta pada pemahaman Pentingnya logo dan nama merek yang meningkat dari 14 orang (38.9%) menjadi 36 orang (100%). Peningkatan signifikan juga dicatat untuk Perbedaan utama media sosial dan e-commerce, dengan jumlah peserta yang memahami naik dari 13 orang (36.1%) menjadi 32 orang (89%). Terakhir, pengetahuan tentang Penggunaan fitur "Call to Action" di media sosial mengalami kenaikan dari 10 orang (27.8%) menjadi 33 orang (94%). Secara keseluruhan, data ini menunjukkan keberhasilan program dalam membekali mitra dengan landasan pengetahuan digital yang kuat dan praktis.

***Tabel 4**. Evaluasi Kegiatan Peningkatan Kemampuan Keterampilan Mitra Tentang Jobdesk*

No.	Keterangan	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan
1.	Tugas Bendahara	13	33
2.	Tugas Ketua	13	34
3.	Tugas Sekretaris	12	35

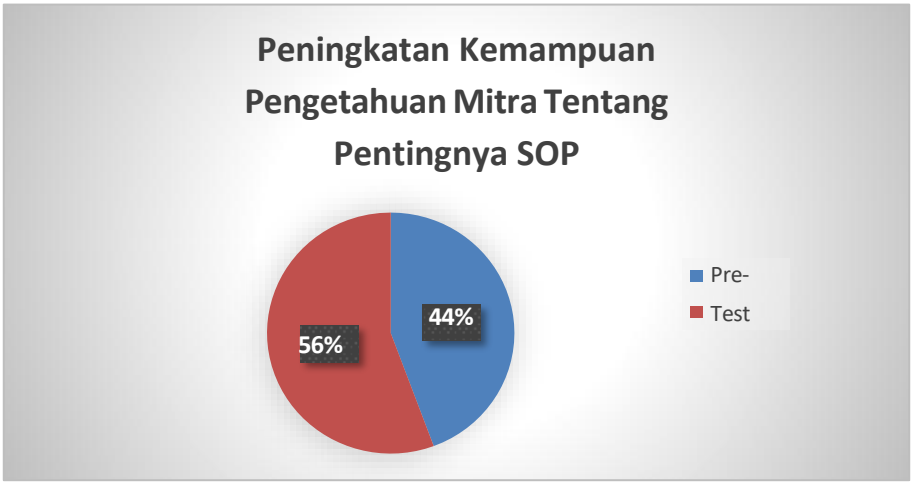


***Gambar 3**. Evaluasi Keterampilan Tentang Jobdesk (Sebelum dan Sesudah Kegiatan)*

Hasil evaluasi menunjukkan perbaikan yang luar biasa pada keterampilan mitra dalam memahami tugas-tugas spesifik dalam organisasi. Untuk Tugas Bendahara, jumlah peserta yang terampil melonjak dari hanya 13 orang menjadi 33 orang setelah pendampingan, yang merupakan peningkatan signifikan dari 36.1% menjadi 91.7%. Sama halnya, pemahaman dan keterampilan terkait Tugas Ketua juga mengalami lonjakan, dengan jumlah peserta yang terampil meningkat dari 13 menjadi 34 orang, atau dari 33.3% ke 94.4%. Peningkatan paling menonjol dan impresif terlihat pada Tugas Sekretaris, di mana jumlah peserta yang terampil melonjak dari 12 orang menjadi 35 orang, yang secara persentase berarti mencapai 100% setelah pendampingan, naik drastis dari 30.6% pada pra-tes. Pencapaian ini membuktikan bahwa kegiatan yang diberikan sangat efektif dalam meningkatkan kapasitas SDM mitra secara terperinci.

***Tabel 5**. Evaluasi Kegiatan Peningkatan Kemampuan Pengetahuan Mitra Tentang Pentingnya SOP*

No.	Keterangan	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan
1.	Manfaat SOP	11	36
2.	SOP untuk perlindungan karyawan	10	32
3.	Manfaat pengurangan kecatatan dalam produksi	12	35

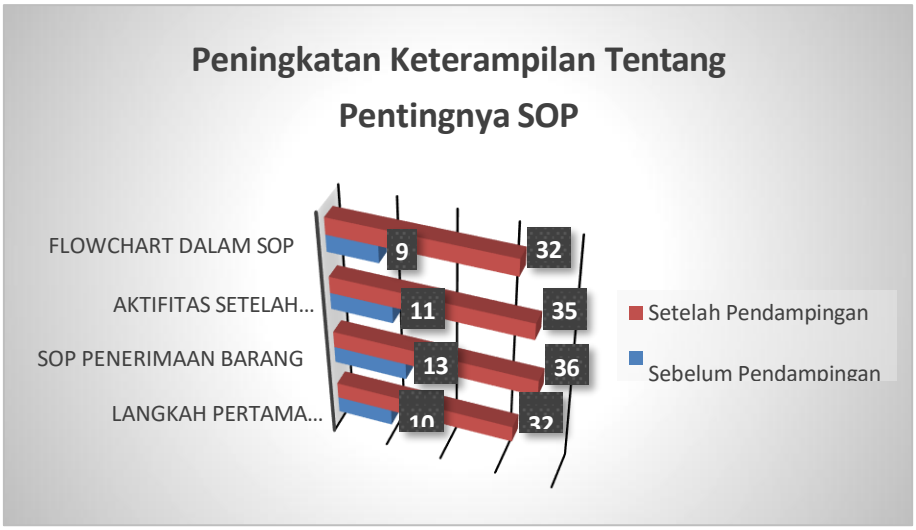


***Gambar 4**. Evaluasi Pengetahuan Tentang Pentingnya SOP (Sebelum dan Sesudah Kegiatan)*

Berdasarkan data yang disajikan, terdapat peningkatan kemampuan pengetahuan mitra yang signifikan terkait pentingnya. Secara umum, pemahaman kolektif peserta meningkat dari 44% pada tahap pra-tes menjadi 56% setelah pendampingan, seperti yang digambarkan pada diagram lingkaran. Peningkatan ini juga tercermin secara spesifik pada setiap materi yang dievaluasi. Untuk topik "Manfaat SOP bagi karyawan", jumlah peserta yang memiliki pengetahuan meningkat tajam dari 11 orang menjadi 36 orang. Demikian pula, pemahaman mengenai "SOP untuk perlindungan karyawan" mengalami kenaikan dari 10 orang menjadi 32 orang. Selain itu, pengetahuan tentang "Manfaat pengurangan kecacatan dalam produk" juga melonjak dari 12 orang menjadi 35 orang. Hasil ini secara keseluruhan menunjukkan bahwa program pendampingan berhasil menyampaikan pemahaman mendasar tentang peran krusial SOP dalam manajemen bisnis.

***Tabel 6**. Evaluasi Kegiatan Peningkatan Kemampuan Keterampilan Mitra Tentang Pentingnya SOP*

No.	Keterangan	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan
1.	Langkah pertama pembuatan SOP	10	32
2.	SOP penerimaan barang	13	36
3.	Aktifitas setelah barang diterima di gudang	12	35
4.	Flowchart dalam SOP	9	32



***Gambar 5**. Evaluasi Keterampilan Tentang Pentingnya SOP (Sebelum dan Sesudah Kegiatan)*

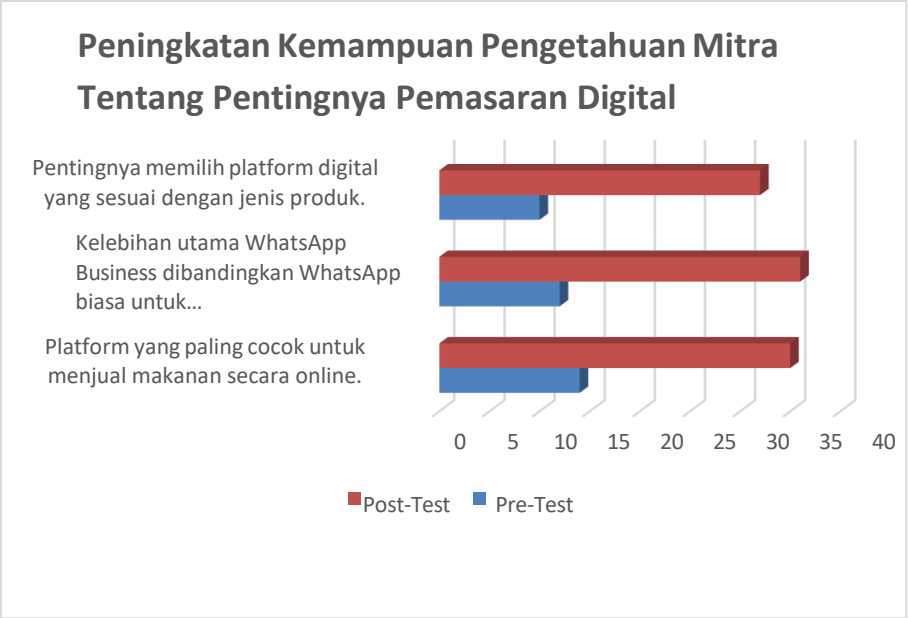
Berdasarkan diagram batang di atas, terlihat peningkatan yang signifikan pada keterampilan mitra terkait pentingnya SOP. Peningkatan ini tampak jelas di keempat aspek yang dievaluasi. Untuk "SOP Penerimaan Barang," jumlah mitra yang terampil melonjak dari 13 orang menjadi 36 orang setelah pendampingan, menunjukkan perbaikan tertinggi di antara semua kategori. Keterampilan terkait "Aktivitas setelah barang diterima di gudang" juga mengalami lonjakan, naik dari 11 orang menjadi 35 orang. Selain itu, jumlah peserta yang memahami "Langkah pertama pembuatan SOP " dalam membuat SOP meningkat dari 10 orang menjadi 32 orang. Terakhir, keterampilan dalam menggunakan "Flowchart dalam SOP" naik dari 9 orang menjadi 32 orang. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan sangat efektif dalam meningkatkan kompetensi praktis mitra, dengan perbaikan yang konsisten di setiap aspek operasional.

***Tabel 7**. Evaluasi Kegiatan Peningkatan Kemampuan Pengetahuan Mitra Tentang Pemasaran Digital*

No.	Keterangan	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan
1.	Alasan utama pelaku usaha beralih ke pemasaran digital.	14	36
2.	Hal-hal penting yang perlu diketahui sebelum memasarkan produk.	12	35
3.	Pentingnya logo dan nama merek (*brand*) dalam pemasaran digital.	13	36

Berdasarkan hasil evaluasi, ini menunjukkan peningkatan substansial pada kemampuan mitra dalam bidang pemasaran digital. Pemahaman terhadap aspek fundamental melonjak tajam; Pentingnya logo dan nama merek naik dari 14 orang (38.9%) menjadi 36 orang (100%), Hal-hal penting yang perlu diketahui sebelum memasarkan produk meningkat dari 13 orang (36.1%) menjadi 36 orang (100%), dan Alasan utama pelaku usaha beralih ke pemasaran digital naik dari 14 orang (38.9%) menjadi 36 orang (100%). Keterampilan praktis juga menunjukkan hasil yang mengesankan; pemahaman tentang Platform yang paling cocok untuk menjual makanan secara online meningkat dari 14 orang (38.9%) menjadi 35 orang (97%), sementara pengetahuan tentang Kelebihan

utama WhatsApp Business naik dari 12 orang (33.3%) menjadi 36 orang (100%). Selain itu, kemampuan memilih platform digital yang sesuai dengan jenis produk meningkat dari 10 orang (27.8%) menjadi 32 orang (89%), dan pemahaman tentang Manfaat penggunaan aplikasi seperti TikTok, CapCut, ataupun Canva naik dari 12 orang (33.3%) menjadi 34 orang (94%). Secara keseluruhan, data ini secara konsisten menunjukkan bahwa program berhasil meningkatkan kompetensi mitra di berbagai aspek pemasaran digital.



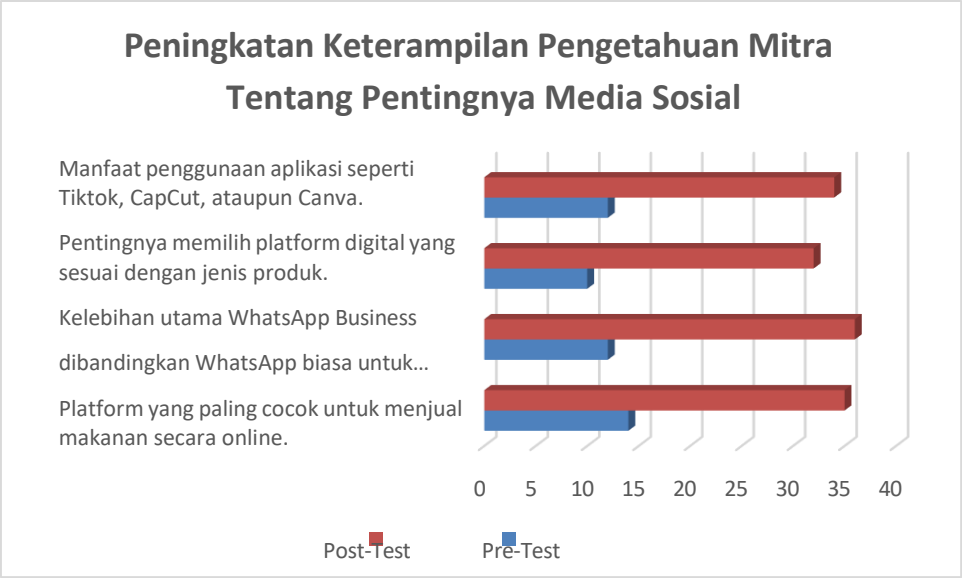
***Gambar 6**. Evaluasi Pengetahuan Tentang Pemasaran Digital (Sebelum dan Sesudah Pendampingan)*

***Tabel 8**. Evaluasi Kegiatan Peningkatan Kemampuan Keterampilan Mitra Tentang Media Sosial*

No.	Keterangan	Sebelum Pendampingan	Setelah Pendampingan
1.	Platform yang paling cocok untuk menjual makanan secara online.	14	35
2.	Kelebihan utama WhatsApp Business dibandingkan WhatsApp biasa untuk penjualan.	12	36
3.	Pentingnya memilih platform digital yang sesuai dengan jenis produk.	10	32
4.	Manfaat penggunaan aplikasi seperti Tiktok, CapCut, ataupun Canva.	12	34

Berdasarkan hasil evaluasi data yang disajikan, menunjukkan peningkatan keterampilan yang luar biasa pada mitra terkait pemanfaatan media sosial untuk bisnis. Keterampilan dalam memahami Kelebihan utama WhatsApp Business dibandingkan WhatsApp biasa untuk penjualan melonjak dari 12 orang menjadi 36 orang, mencapai tingkat pemahaman sempurna 100%. Selain itu, jumlah peserta yang memahami manfaat penggunaan aplikasi seperti TikTok, CapCut, ataupun Canva meningkat dari 12 menjadi 34 orang, dengan tingkat pemahaman mencapai 94%. Keterampilan dalam Pentingnya memilih platform digital yang sesuai dengan jenis produk juga naik secara signifikan dari

10 orang menjadi 32 orang, dengan tingkat pemahaman akhir 89%. Terakhir, pengetahuan tentang Platform yang paling cocok untuk menjual makanan secara online mengalami perbaikan drastis, dari 14 orang menjadi 35 orang, mencapai 97%. Kenaikan yang konsisten dan tinggi di semua aspek ini membuktikan keberhasilan program dalam membekali mitra dengan keterampilan praktis yang krusial.



***Gambar 7**. Evaluasi Keterampilan Tentang Media Sosial (Sebelum dan Sesudah Kegiatan)*

Kesulitan Saat Pelaksanaan Kegiatan dan Solusi untuk Kegiatan ke Depan

Kesulitan utama yang ditemukan selama pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat ini adalah adanya tingkat literasi digital yang tidak merata di antara para peserta mitra UMKM "Gelek Jadul". Meskipun pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan digital rata-rata hingga di atas 90%, beberapa anggota peserta memerlukan waktu adaptasi yang lebih panjang untuk memahami dan mengoperasikan aplikasi-aplikasi yang diajarkan, seperti platform media sosial dan aplikasi pembuatan konten. Tantangan ini menyebabkan dinamika pelatihan kelompok sedikit terhambat dan menuntut adanya pendekatan pendampingan yang lebih personal dan intensif. Sebagai solusi yang diterapkan selama kegiatan berlangsung, tim pengabdi memberikan coaching individu tambahan secara daring melalui komunikasi personal untuk memastikan semua peserta dapat mengikuti materi. Untuk kegiatan PKM di masa mendatang, disarankan untuk melakukan asesmen kemampuan digital di tahap pra-kegiatan, memungkinkan pembentukan kelompok belajar yang lebih homogen atau penerapan buddy system di mana peserta yang lebih mahir ditugaskan untuk mendampingi peserta yang masih pemula, sehingga proses transfer ilmu teknologi dapat berjalan lebih efisien dan efektif.

Masalah Lain yang ditemui dan Rencana Pengembangan ke Depan

Masalah krusial lain yang teridentifikasi, yang merupakan risiko jangka panjang, adalah potensi menurunnya momentum dan motivasi peserta untuk menerapkan praktik manajemen modern secara konsisten setelah masa pendampingan berakhir. Risiko ini muncul karena hilangnya dorongan eksternal dari tim pengabdi, yang dapat menyebabkan

mitra kembali ke kebiasaan operasional konvensional yang kurang efisien. Selain itu, walaupun telah dilakukan pendampingan, proses pengurusan legalitas usaha, seperti NIB, sertifikat halal, dan izin edar lainnya, memerlukan waktu yang cukup panjang dan membutuhkan keterlibatan birokrasi di instansi terkait. Oleh karena itu, sebagai rencana pengembangan dan tindak lanjut di masa depan, diusulkan pembentukan Komunitas Digital Mandiri UMKM "Gelek Jadul" yang akan berfungsi sebagai wadah untuk saling berbagi pengalaman, memotivasi, dan menjaga konsistensi penerapan SOP dan strategi digital. Program lanjutan juga akan difokuskan pada pendampingan legalitas usaha hingga tuntas, pelatihan lanjutan yang lebih spesifik mengenai manajemen keuangan dan analisis data penjualan, serta penguatan kemitraan dengan instansi pemerintah (seperti Dinas UMKM) dan distributor besar untuk membuka peluang pasar yang lebih luas dan berkelanjutan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan evaluasi Program Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan judul "Meningkatkan Skalabilitas UMKM Tradisional: Sinergi Standarisasi Operasional (SOP), Optimalisasi Media Sosial, dan Manajemen SDM untuk Akselerasi Kinerja Bisnis 'Gelek Jadul'", dapat disimpulkan bahwa program ini berhasil secara signifikan meningkatkan kapasitas kognitif dan keterampilan praktis mitra, dengan rata-rata peningkatan pengetahuan mencapai 91% dan keterampilan praktis mencapai 95% dari kondisi awal, jauh melampaui target minimum yang ditetapkan. Keberhasilan utama program ini adalah sinergi intervensi tiga pilar, yaitu SOP Produksi (mencapai 100% penguasaan), Struktur Organisasi dan *Jobdesk* (mencapai 96% penguasaan) untuk menghilangkan sentralisasi kerja, serta Pemasaran Digital (mencapai 99% penguasaan) yang secara kolektif membangun fondasi skalabilitas UMKM "Gelek Jadul". Adopsi praktik manajemen modern dan pemasaran digital ini menunjukkan dampak ekonomi yang substansial, dengan potensi peningkatan omset yang diproyeksikan melebihi 294% berdasarkan efisiensi dan perluasan jangkauan pasar, meskipun tantangan utama yang harus diatasi untuk keberlanjutan jangka panjang adalah kesenjangan literasi digital yang tidak merata di antara peserta dan perlunya pendampingan berkelanjutan untuk pengurusan legalitas usaha.

Berdasarkan hasil dan kesimpulan program yang telah dicapai, saran untuk keberlanjutan dan pengembangan di masa mendatang adalah melaksanakan program lanjutan yang berfokus pada materi yang lebih spesifik dan mendalam, seperti optimalisasi iklan digital berbayar (*digital ads*), analisis data penjualan, serta perencanaan keuangan yang lebih kompleks untuk pengambilan keputusan bisnis yang strategis. Selain itu, sebagai upaya untuk memperkuat fondasi usaha mitra, diusulkan adanya pendampingan intensif yang berfokus pada pengurusan legalitas usaha, seperti Izin Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT) dan sertifikasi Halal, guna memperluas jangkauan pasar yang lebih formal. Terakhir, untuk menjaga momentum keberhasilan dan memastikan adopsi praktik digital yang berkelanjutan secara mandiri, penting untuk segera menginisiasi pembentukan Komunitas Digital UMKM ‘Gelek Jadul’ sebagai wadah bagi para anggota untuk saling berbagi pengetahuan, serta membangun kerja sama formal dengan instansi

pemerintah terkait, seperti Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Depok, untuk menciptakan ekosistem pembinaan yang sinergis.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta atas dukungan pendanaan yang telah diberikan untuk kegiatan pengabdian ini, sesuai dengan Keputusan Rektor Nomor 2129/UN61/HK.03.01/2025. Apresiasi dan penghargaan setinggi-tingginya juga disampaikan kepada Ibu Dewi Marni, selaku pemilik UMKM "Gelek Jadul", serta seluruh mitra dan peserta yang telah berpartisipasi aktif, menunjukkan antusiasme, dan berkomitmen penuh dalam mengimplementasikan setiap materi pelatihan dan pendampingan, sehingga tujuan program untuk meningkatkan skalabilitas dan kinerja bisnis dapat tercapai dengan sukses.

Referensi

Astuti, M., Handayani, T., Pusporini, & Argo, J. G. (2022). Pengembangan digitalisasi UMKM 4.0. *Senadimas*.

Cahyono, T. D., & Suarantalla, R. (2024). Dampak literasi keuangan, literasi digital dan finansial teknologi terhadap keberlanjutan bisnis pelaku UMKM di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi, 10*(2), 804–813.

Hafifulsyah. (2023). Literasi digital dan tantangan inklusivitas teknologi bagi UMKM Indonesia. *Jurnal Pemberdayaan Ekonomi Rakyat, 7*(2), 112–127.

Hudayana, B., et al. (2019). Participatory rural appraisal (PRA) untuk pengembangan desa wisata di Pedukuhan Pucung, Desa Wukirsari, Bantul. *Bakti Budaya, 2*(2), 3. https://doi.org/10.22146/bb.50890

Istiatin, F. S., & Marwati. (2021). Sosialisasi berbagai peluang usaha UMKM dan ekonomi kreatif di era new normal di Dusun Pinggir Desa Telukan Sukoharjo. *Jurnal Budimas, 3*(1), 129–140.

Karnowati, N. B., Jayanti, E., & Jayanti, E. (2021). Model partisipasi pelaku usaha dan masyarakat dalam pengelolaan sampah plastik Teluk Penyu Cilacap. *Jurnal Ilmu Lingkungan, 19*(3), 670–680. https://doi.org/10.14710/jil.19.3.670-680

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil. (2020). *Perkembangan data usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dan usaha besar (UB)*. M. R. I.

Matondang, N., & Astuti, M. (2020). *Manajemen pemasaran: UMKM dan digital sosial media*. Yogyakarta: Deepublish.

Morisson, B., & Fikri, A. A. H. S. (2025). Digitalisasi UMKM sebagai strategi meningkatkan daya saing di era ekonomi digital. *EBISNIS, 18*(1), 289–299.

Sufri. (2020). Reputation influence, customer relationship management (CRM) terhadap customer value and customer loyalty Sharia Banks in Makassar. *Jurnal Business Management, 22*(10).