

Peningkatan Kapasitas Manajerial Anggota Credit Union Kridha Raharja Melalui CUKR Award

Antonius Sumarwan ^{1*}, Aprilla Suriesto Madaun ²,
Aurelia Melinda Nisita Wardhani ³

¹ Magister Manajemen, Universitas Sanata Dharma

² Manajemen, Universitas Sanata Dharma

³ Akuntansi, Universitas Sanata Dharma

* email korespondensi: marwansj@usd.ac.id

Abstrak

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas manajerial, daya saing, dan keberlanjutan usaha mikro dan kecil (UMKM) anggota Credit Union Kridha Rahardja melalui inisiatif CUKR Award. Program ini dimulai dengan kegiatan sosialisasi di Yogyakarta dan Salatiga yang diikuti oleh 55 peserta, dan menghasilkan 26 proposal usaha yang diajukan. Setelah proses evaluasi, terpilih 10 finalis yang memperoleh pendampingan intensif mencakup aspek-aspek penting pengembangan usaha, antara lain penajaman *Unique Selling Point (USP)*, segmentasi pasar, strategi pemasaran, pemetaan SWOT, pengelolaan keuangan, serta perencanaan pertumbuhan usaha. Proses ini mencapai puncaknya dalam sesi presentasi final yang dilaksanakan secara luring dan disiarkan melalui media sosial resmi CUKR, di mana tiga pemenang dipilih untuk mendapatkan pendampingan lanjutan hingga Agustus 2025. Lebih dari sekadar kompetisi, program ini menjadi sarana pemberdayaan yang meningkatkan keterampilan manajerial dan kapasitas perencanaan bisnis peserta. Meski demikian, keterbatasan pendampingan pasca-kompetisi serta sulitnya mengukur dampak ekonomi jangka pendek masih menjadi tantangan. Secara keseluruhan, CUKR Award menunjukkan bagaimana kolaborasi antara dunia akademik dan credit union dapat mendorong lahirnya UMKM yang profesional, tangguh, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Credit Union, UMKM, kapasitas manajerial, pendampingan, pemberdayaan komunitas, pengembangan usaha berkelanjutan*

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Abdul-Azeez, Ogadimma, & Idemudia, 2024; Putra, Sumarwan, & Margaaret, 2024). Sebagai sektor ekonomi rakyat, UMKM memberikan sumbangsih yang besar terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan penurunan tingkat kemiskinan (Enaifoghe & Ramsuraj, 2023). Namun, sektor ini juga dihadapkan pada berbagai tantangan yang kompleks, khususnya terkait kemampuan manajerial dan inovasi dalam pengelolaan usaha (Farsi & Toghraee, 2014). Dalam rangka mendalami isu ini, bersama dengan Credit Union Kridha Rahardja (CUKR) yang menjadi mitra dalam pengabdian ini, tim mengadakan observasi

dan wawancara dengan pelaku UMKM di wilayah Semarang, Salagita, Boyolali, Klaten, dan Sleman. Dalam observasi awal ini ditemukan beberapa isu mendasar yang menghambat perkembangan mereka.



Gambar 1. Beberapa Anggota CUKR yang potensial untuk didampingi

CUKR, selaku mitra dalam kegiatan pengabdian ini, merupakan salah satu CU yang berada di Jawa Tengah. Dari situs resminya, <https://kridha-rahardja.puskopcuina.org/>, diperoleh informasi bahwa CUKR memberikan pelayanan di wilayah ini sejak 2017 dan tergabung dalam jaringan gerakan Credit Union PUSKOPCUINA sejak 2017. Pada Desember 2024 CUKR memiliki aset Rp 42 milyar dan telah memiliki 3 (tiga) tempat

pelayanan/kantor pelayanan (TP), yakni di Bawen, Yogyakarta, dan Wedi. CUKR juga memiliki 4.773 anggota yang tersebar di tiga cabang tersebut. CUKR selalu berupaya untuk meningkatkan kesejahteraan anggotanya melalui berbagai program pemberdayaan. Pelatihan merupakan salah satu upaya yang dipilih oleh CU untuk memberdayakan anggotanya. Hal ini dilakukan karena CUKR merupakan sebuah koperasi simpan pinjam yang lebih menekankan pada pemberdayaan para anggota (Kusuma, Sumarwan, & Kusumajati, 2022; Sumarwan, Luke, & Furneaux, 2021). Tujuan dari CU Krida Rahardja adalah menciptakan modal bersama berdasarkan asas kesepakatan bersama yang bisa dipakai sebagai modal produktif para anggota dengan bunga yang layak (Gusti, 2024).

Salah satu permasalahan utama pelaku UMKM, termasuk di dalamnya UMKM anggota CUKR, adalah rendahnya kemampuan manajerial dalam mengelola usaha (Rainanto, 2019). Banyak pelaku UMKM yang masih mengelola usaha mereka secara tradisional tanpa strategi yang terencana. Kemampuan untuk meningkatkan kualitas produk, menentukan harga jual yang kompetitif, memilih lokasi usaha yang strategis, dan mempromosikan produk secara efektif masih menjadi tantangan besar. Sebagai contoh, banyak UMKM anggota CUKR belum memahami pentingnya pengendalian kualitas produk untuk memenuhi standar pasar, baik di tingkat lokal maupun nasional. Hal ini berdampak pada rendahnya daya saing produk mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Selain itu, mayoritas pelaku UMKM anggota CUKR belum memiliki pengetahuan yang memadai tentang penentuan harga jual yang mencerminkan nilai tambah produk mereka. Penentuan harga yang terlalu rendah sering kali mengakibatkan margin keuntungan yang kecil, sementara harga yang terlalu tinggi dapat menurunkan daya tarik produk di mata konsumen. Rendahnya pemahaman tentang strategi penentuan harga yang tepat juga menghambat UMKM dalam meningkatkan keberlanjutan usaha mereka.

Lokasi usaha juga menjadi aspek penting yang sering diabaikan oleh pelaku UMKM (Aji & Listyaningrum, 2021). Banyak usaha yang didirikan di lokasi yang kurang strategis, sehingga sulit dijangkau oleh konsumen. Pemilihan lokasi yang tidak tepat ini sering kali disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang analisis pasar dan preferensi konsumen. Sebagai akibatnya, UMKM tersebut mengalami kesulitan untuk meningkatkan volume penjualan dan memperluas jangkauan pasar mereka.

Promosi produk merupakan tantangan lain yang signifikan. Di era digital saat ini, promosi yang efektif memerlukan pemanfaatan teknologi dan media sosial (Abdurrahman, Oktavianto, Habibie, & Hadiyatullah, 2020). Namun, banyak pelaku UMKM yang belum memanfaatkan potensi ini secara maksimal. Sebagian besar masih mengandalkan metode promosi tradisional yang kurang efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas. Hal ini menyebabkan produk-produk mereka kurang dikenal di pasar, meskipun memiliki kualitas yang baik.

Metode Pelaksanaan

Program pengabdian ini menyasar pelaku UMKM guna meningkatkan keterampilan manajerial, daya saing, dan keberlanjutan usaha melalui pelatihan dan pendampingan. Tahap awal berupa sosialisasi di Kantor TP CU Kridha Rahardja di Yogyakarta pada tanggal 6 Maret 2025 dengan 24 peserta, dan di Kantor Pusat Salatiga pada tanggal 7 Maret 2025

dengan 31 peserta. Dari 55 peserta yang mendaftar, terkumpul 26 proposal usaha yang diseleksi oleh tim juri internal CUKR. Pada 1 April 2025, dipilih 10 finalis yang lolos ke tahap akhir kompetisi CUKR Award. Para finalis mendapatkan pendampingan intensif untuk penyempurnaan proposal, meliputi aspek *Unique Selling Point* (USP), segmentasi pasar, strategi pemasaran, pemetaan SWOT, aspek keuangan, serta rencana pengembangan usaha (Kotler & Keller, 2015). Pendampingan dilanjutkan dengan sesi presentasi final pada 27 April 2025 yang diselenggarakan secara langsung di hadapan tiga dewan juri eksternal. Presentasi final juga disiarkan melalui media sosial resmi CUKR. Dari tahap presentasi, dipilih tiga pemenang utama yang berhak memperoleh pendampingan lanjutan dalam implementasi rencana bisnis hingga Agustus 2025.

Dalam pelaksanaannya, proses pendampingan lanjutan tersebut tidak hanya diberikan kepada tiga pemenang, tetapi kepada seluruh finalis. Proses tersebut dilakukan oleh tim pengabdian yang terdiri dari Antonius Sumarwan, SJ, Aprilla Suriesto Madaun, S.S., M.M., dan Aurelia Melinda Nisita Wardhani, M.Sc. melalui kunjungan langsung ke tempat usaha para finalis. Dalam kunjungan tersebut, para pengabdian menggali apa saja yang sudah dilakukan oleh para finalis dalam menindaklanjuti rencana bisnis yang telah mereka presentasikan dalam penjurian CUKR Award. Pendamping juga memberikan saran sesuai dengan karakteristik usaha masing-masing finalis. Pendampingan ini dilakukan secara partisipatif dengan pendekatan andragogi, sehingga para peserta didorong untuk aktif berdiskusi dan berbagi pengalaman (Cresswell, 2014).

Lewat kunjungan ini pula, tim pengabdian melakukan monitoring perkembangan usaha melalui instrumen evaluasi berupa wawancara mendalam dengan panduan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya serta analisis perkembangan usaha yang telah dilakukan oleh peserta. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk menilai perubahan kapasitas manajerial dan tingkat penerapan strategi yang telah diajarkan. Dengan demikian, program pengabdian ini tidak hanya menghasilkan peningkatan kapasitas individu, tetapi juga berkontribusi terhadap keberlanjutan usaha dan daya saing UMKM dampingan.

Hasil dan Pembahasan

Program pengabdian kepada masyarakat ini disusun sebagai upaya nyata untuk menjawab berbagai tantangan yang dihadapi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) anggota Credit Union Kridha Rahardja (CUKR). Permasalahan utama yang muncul di lapangan adalah rendahnya kemampuan manajerial dalam mengelola usaha secara efisien dan efektif. Keterbatasan ini tampak dalam beberapa aspek, seperti belum adanya standar kualitas produk yang konsisten, kesulitan menentukan harga yang tepat, pemilihan lokasi usaha yang kurang strategis, promosi yang masih bersifat tradisional, lemahnya pencatatan keuangan, serta minimnya jejaring dan kolaborasi bisnis.

Selaras dengan Rencana Strategis Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Sanata Dharma 2021–2025, program ini dirancang untuk mendukung topik sosialisasi strategi pengembangan ekonomi rakyat, penguatan kewirausahaan sosial, dan peningkatan kapasitas pemasaran UMKM berbasis teknologi digital. Program pengabdian ini juga berorientasi pada penguatan jejaring kerja sama antar-UMKM, pemerintah, dan komunitas lokal. Salah satu pendekatan yang akan dilakukan adalah melalui pembentukan

forum diskusi dan kolaborasi, di mana para pelaku UMKM difasilitasi oleh CUKR dan Universitas Sanata Dharma dapat saling berbagi pengalaman dan strategi. Forum ini diharapkan dapat menjadi wadah untuk memperluas jejaring bisnis serta menciptakan peluang kolaborasi baru.

Program pendampingan dilaksanakan dalam bentuk CUKR Award. Dengan mengundang pelaku UMKM, baik yang merupakan anggota CUKR maupun non-Anggota, mereka didampingi untuk menyusun proposal pengembangan usaha dan mengeksekusi proposal tersebut. Dengan demikian, pendampingan dilaksanakan baik sebelum penjurian CUKR Award maupun setelah penjurian. Sosialisasi awal yang dilaksanakan pada tanggal 6 dan 7 Maret 2025 di dua TP yang berbeda bertujuan mengenalkan CUKR Award sekaligus konsep dasar manajemen usaha yang mencakup perencanaan, pengendalian kualitas, strategi pemasaran, dan pencatatan keuangan sederhana.



Gambar 2. Poster CUKR Award

Dari 55 peserta yang hadir dalam sosialisasi kemudian diberi pendampingan untuk menyusun proposal pengembangan usaha. Pendampingan mencakup beberapa hal berikut ini (Kotler & Keller, 2015):

- Memperjelas *Unique Selling Points* (USP)
Peserta difasilitasi memperjelas *Unique Selling Point* (USP), mengidentifikasi keunikan produk atau layanan yang dapat menjadi pembeda utama di pasar.
- Analisis Segmentasi Pasar dan Strategi Pemasaran
Peserta diberikan pelatihan praktis tentang cara menentukan target pasar, menyusun profil pelanggan ideal, dan menyusun strategi promosi berbasis media sosial dan relasi lokal.

c. Pemetaan SWOT

Peserta dipandu untuk melakukan pemetaan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman secara sistematis untuk membantu merumuskan langkah pengembangan yang realistis.

d. Aspek Keuangan Usaha

Peserta difasilitasi menyusun proyeksi sederhana arus kas, perkiraan biaya produksi, dan rencana harga jual yang mempertimbangkan profitabilitas.

e. Menyusun Rencana Pengembangan Usaha

Pendampingan ini difokuskan pada penyusunan rencana aksi tiga bulan yang mencakup target produksi, strategi pemasaran digital, serta langkah peningkatan kualitas produk.

Dari 55 peserta sosialisasi CUKR Award, terkumpul 26 proposal usaha yang kemudian dinilai oleh tim juri dari CUKR: Stepanus Andy Nurgroho, Lukas Kristian Windya Nugraha, Paschalis Mahadi Prastowo, Nurma Lestari, dan D. Bayu Purba Sadhana. Proses seleksi awal dilakukan untuk memilih proposal yang menunjukkan kesiapan, potensi pengembangan, serta relevansi dengan kriteria CUKR Award.

Pada 1 April 2025, dipilih 10 finalis yang lolos ke tahap akhir kompetisi CUKR Award. Berikut ini nama dan jenis usaha 10 finalis kompetisi CUKR Award:

Tabel 1. *Daftar Finalis CUKR Award*

No.	Nama	Asal Tempat Pelayanan	Nama Usaha
1	Santi Hesti Utami Wijaya	Yogyakarta	Yoga Djaya Herbal
2	Erfi Maria Deshanti	Yogyakarta	Feliz Bakery & Cookies
3	Clara Sonia Damas Chriswidea	Wedi	Seruni Vara
4	Valentina Lisa Widyastuti	Bawen	Omah Kayuwangi dan Leezaa Cookies
5	Ayu Swastika Sayuti	Yogyakarta	Petis Tahu Ki Demang
6	Franciska Desti Riasita	Bawen	Ngemil Ayam
7	Fransisca Fery Aryanti	Yogyakarta	Catering Yosoputro
8	Setiawan Nugroho	Non Anggota	Cwie Mie Djitoe
9	Eni	Non Anggota	Popcorn 88
10	Titin Hartini	Non Anggota	Broker'z

Para finalis mendapatkan pendampingan intensif untuk penyempurnaan proposal, meliputi aspek *Unique Selling Point* (USP), segmentasi pasar, strategi pemasaran, pemetaan SWOT, aspek keuangan, serta rencana pengembangan usaha. Pendampingan dilanjutkan dengan sesi presentasi final pada 27 April 2025 yang diselenggarakan secara langsung di hadapan tiga dewan juri utama: Antonius Sumarwan, SJ, Aprilla Suriesto Madaun, S.S., M.M., dan Sri Sahono. Dalam presentasi proposal ini sebagian peserta menyatakan bahwa inilah kesempatan pertama mereka untuk menyusun proposal pengembangan bisnis secara lengkap dan kesempatan pertama untuk memaparkan proposal pengembangan bisnis kepada orang lain. Dengan demikian, keikutsertaan mereka dalam CUKR Award menjadi kesempatan pembelajaran yang sangat berharga.

Dalam presentasi ini, para finalis juga memperoleh saran dan masukan dari dewan juri agar mereka dapat menyempurnakan proposal maupun mengeksekusi proposal dengan lebih baik. Misalnya, agar bisnis strategi yang disusun didasarkan pada analisis SWOT yang telah dibuat. Saran ini disampaikan sebab banyak peserta sudah melakukan analisis SWOT secara lengkap, namun strategi bisnis yang dirumuskan ternyata tidak berasal dari analisis SWOT tersebut. Sebagian besar peserta juga disarankan untuk mempertajam target pasar mereka. Cukup banyak peserta yang masih perlu memperbaiki proyeksi keuangan mereka, termasuk bagaimana memanfaatkan tambahan modal dari CUKR Award jika mereka nanti menang. Seorang peserta yang memiliki ide menarik untuk membuat wisata edukasi jamu, diberi saran untuk mengintegrasikan rencana ini dengan tempat wisata yang ada di sekitar atau bekerja sama dengan agen wisata. Kepada peserta yang memiliki banyak produk dengan kemasan yang bagus, disarankan untuk menentukan produk unggulannya.

Dari tahap presentasi, dipilih tiga pemenang utama yang berhak memperoleh hadiah untuk tambahan modal sebesar Rp 3.500.000,00 bagi anggota CUKR dan Rp 3.000.000,00 bagi non-anggota CUKR. Mereka adalah Titin Hartini (Broker'z), Santi Hesti Utami Wijaya (Yoga Jaya Herbal), dan Clara Sonia Damas Chriswidea (Seruni Vara). Ketiga peserta ini memperoleh skor tertinggi karena bisnis mereka unik, target pasar yang disasar jelas, banyak inovasi dalam produk yang mereka tawarkan, dan rencana pengembangan bisnis yang jelas. Seluruh finalis juga memperoleh pendampingan lanjutan dalam implementasi rencana bisnis hingga Agustus 2025. Sesi presentasi ini juga disiarkan melalui akun media sosial resmi CUKR untuk memotivasi anggota lain.



Gambar 3. Pemenang CUKR Award

Program pendampingan UMKM melalui kunjungan lapangan kepada finalis CUKR Award dan anggota UMKM lainnya telah dilaksanakan di dua wilayah strategis, yaitu Salatiga dan Yogyakarta. Kunjungan ini merupakan langkah tindak lanjut untuk melihat perkembangan usaha dan implementasi rencana bisnis para pelaku UMKM, sekaligus memberikan saran dan dukungan yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik masing-

masing usaha. Program ini tidak hanya melibatkan finalis pemenang CUKR Award, tetapi juga mencakup pelaku usaha anggota CU lainnya yang membutuhkan pendampingan dalam mengembangkan usahanya. Hal ini menjadi langkah nyata Credit Union Kridha Raharja (CUKR) dalam meningkatkan profesionalitas pengelolaan usaha anggota, memperkuat keberlanjutan usaha, dan menciptakan ekosistem kewirausahaan sosial yang selaras dengan visi pemberdayaan ekonomi rakyat.

Hasil kunjungan di Salatiga menunjukkan dua UMKM yang telah mengimplementasikan strategi pengembangan yang inovatif. Browkerz, yang bergerak di bidang kuliner, telah melakukan transformasi signifikan dengan mengembangkan minuman bermerek "minumy" dan memindahkan usaha dari rumahan ke ruko. Selain itu, usaha ini juga mengembangkan strategi pemasaran digital mereka melalui *influencer* seperti Jelajah Salatiga terbukti sangat efektif, berhasil meningkatkan omset (Harahap, Dewi, & Ningrum, 2021). Sementara itu, Omah Kayuwangi yang fokus pada jamu tradisional menunjukkan kreativitas dalam diversifikasi produk dengan mengembangkan susu murni, brownies, dan merencanakan pembukaan café.

Di Yogyakarta, Yoga Djaya menjalankan usaha minuman jamu dengan model bisnis drop yang bekerja sama dengan berbagai pihak seperti Joglo Resto dan aktif mengikuti pameran. Selain itu, usaha ini juga melakukan Inovasi produk menjadi kekuatan utama dengan mengembangkan produk baru seperti "pegagan kunir (ganir)" dan "seger waras" berdasarkan pengalaman pribadi, meskipun masih terkendala perizinan untuk beberapa produk obat. Target pasar mereka sangat luas, meliputi masyarakat Yogyakarta, luar Yogyakarta, bahkan mancanegara. Selain Yoga Djaya Herbal yang menjalankan usaha minuman jamu dengan model bisnis drop, juga dilakukan kunjungan ke Catering Yosoputro yang bergerak di bidang kuliner dengan produk unggulan lempeng frozen dan layanan katering. Catering Yosoputro yang berlokasi di Juwangen, Purwomartani, Kalasan, Sleman ini menunjukkan inovasi menarik dengan mengembangkan lempeng frozen yang dapat bertahan hingga 1 bulan. Ide produk lempeng frozen ini muncul saat mengikuti lomba di CU, di mana produk dikemas dalam plastik tebal untuk menjawab tantangan melayani pesanan dalam jumlah kecil yang sebelumnya dianggap kurang efisien.

Upaya keberlanjutan usaha yang dilakukan UMKM ini menunjukkan keberagaman strategi yang adaptif terhadap kondisi masing-masing. Catering Yosoputro menghadapi tantangan yang cukup kompleks, terutama dalam hal perizinan dan pengembangan produk. Meskipun telah memiliki NIB dan merek dari dinas terkait, usaha ini masih menghadapi kendala dalam memperoleh sertifikasi halal, BPOM, dan PIRT. Dalam hal pemasaran, *digital marketing* dan *packaging* sudah dilakukan namun masih belum optimal. Sementara itu, UMKM pemenang finalis CUKR Award menunjukkan strategi yang lebih terintegrasi. Peningkatan kapasitas produksi dilakukan melalui investasi alat baru dari hasil hadiah lomba dan perpindahan ke lokasi yang lebih strategis. Diversifikasi dan inovasi produk menjadi kunci utama dalam memperluas segmen pasar, mulai dari pengembangan varian rasa hingga eksplorasi produk turunan. Pengembangan jejaring dan kolaborasi, serta pemasaran digital dan branding modern juga diterapkan melalui pemanfaatan *influencer* dan pengembangan identitas merek yang kuat (Jin, Muqaddam, & Ryu, 2019; Leung, Gu, & Palmatier, 2022).

Peran Credit Union dalam pendampingan terlihat sangat komprehensif dan strategis. CU berperan sebagai fasilitator akses ke berbagai program, mulai dari pelatihan

pemerintah, bantuan legalisasi produk (PIRT, halal, BPOM), hingga platform kompetisi bisnis melalui CUKR Award (Abdennadher, & Boudabbous, 2023). Pemberdayaan kolektif dilakukan melalui pembentukan dan fasilitasi KPSB, *event sharing* pengetahuan antar pelaku usaha, serta berperan sebagai penghubung dengan dinas terkait untuk program-program pengembangan usaha. Pendampingan berkelanjutan diwujudkan melalui kunjungan rutin untuk monitoring perkembangan, pemberian saran dan dukungan sesuai kebutuhan spesifik, serta perencanaan pelatihan laporan keuangan bagi yang berminat. Selain tindak lanjut program pelatihan tersebut, tawaran pelatihan penyusunan SOP ditunda karena dianggap belum mendesak. Melalui peran CU sebagai fasilitator dan pendamping menjadi efektif dalam menciptakan ekosistem kewirausahaan sosial yang mendukung pemberdayaan ekonomi rakyat. Dalam jangka panjang, program ini diharapkan akan memacu pertumbuhan pendapatan UMKM, memperluas akses pasar melalui digitalisasi pemasaran, serta meningkatkan ketahanan ekonomi keluarga anggota CUKR. Kolaborasi berkelanjutan antara CU, pemerintah, dan institusi pendidikan menjadi kunci sukses pengembangan UMKM yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.

Kesimpulan

Program CUKR Award terbukti menjadi salah satu terobosan efektif dalam meningkatkan kapasitas manajerial anggota Credit Union Kridha Rahardja yang bergerak di sektor UMKM. Antusiasme peserta sejak tahap sosialisasi di Yogyakarta dan Salatiga memperlihatkan betapa besar kebutuhan mereka untuk mengasah keterampilan mengelola usaha.

Pendampingan intensif yang diberikan—mulai dari penjernihan *Unique Selling Point* (USP), analisis pasar dan strategi pemasaran, pemetaan SWOT, manajemen keuangan, hingga penyusunan rencana pengembangan usaha—memberikan dampak nyata terhadap peningkatan keterampilan manajerial peserta. Dengan demikian, masalah mendasar yang selama ini dihadapi UMKM, yakni lemahnya pengelolaan usaha, dapat terjawab melalui pendekatan kompetisi yang dipadukan dengan proses pendampingan yang sistematis. Lebih dari sekadar ajang kompetisi, program ini telah menumbuhkan kesadaran baru bagi para pelaku UMKM tentang pentingnya perencanaan bisnis yang matang dan kemampuan presentasi yang meyakinkan.

Tidak hanya itu, keberlanjutan pendampingan pasca-kompetisi juga menunjukkan bahwa program ini dirancang tidak hanya untuk melahirkan pemenang, tetapi juga untuk menciptakan ekosistem pemberdayaan jangka panjang. Kolaborasi antara Universitas Sanata Dharma dan Credit Union Kridha Rahardja menjadi bukti nyata bahwa sinergi antara dunia akademis dan praktik lapangan mampu menghasilkan dampak yang lebih luas dan berkelanjutan.

Namun demikian, program ini masih memiliki keterbatasan. Pendampingan pasca-penjurian belum dapat dilakukan secara intensif karena keterbatasan waktu Tim Pendamping CUKR. Selain itu, dampak ekonomis dari program ini belum sepenuhnya terukur secara nyata, sehingga dibutuhkan pendampingan berkelanjutan agar peningkatan kapasitas manajerial benar-benar berbuah pada pertumbuhan usaha yang lebih signifikan.

Saran

Agar manfaat program ini semakin terasa dan berkesinambungan, ada beberapa langkah strategis yang dapat dipertimbangkan ke depan. Pertama, menjadikan CUKR Award sebagai agenda tahunan dengan sistem pendampingan yang lebih terstruktur. Hal ini penting agar proses pemberdayaan UMKM tidak berhenti pada satu kali kegiatan, melainkan menjadi gerakan yang konsisten dan berkelanjutan.

Kedua, pendampingan pasca-kompetisi perlu diperkuat, baik melalui monitoring rutin, evaluasi pencapaian, maupun penyesuaian strategi bisnis sesuai perubahan pasar. Salah satu fokus utama ke depan adalah menyediakan modul pelatihan keuangan yang sederhana dan praktis, mengingat pencatatan keuangan masih menjadi tantangan utama bagi sebagian besar UMKM.

Selain itu, peningkatan kapasitas juga bisa diarahkan pada strategi pemasaran digital. Dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital, UMKM dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan mengatasi keterbatasan promosi konvensional. Tidak kalah penting, dibutuhkan wadah untuk jejaring antar-UMKM, agar para pelaku usaha bisa saling berbagi pengalaman, berkolaborasi, dan memperkuat dukungan satu sama lain.

Akhirnya, sistem mentoring berkelanjutan dapat menjadi pilar utama dalam keberhasilan jangka panjang program ini. Kehadiran alumni CUKR Award yang sudah berhasil, lalu kembali sebagai mentor bagi peserta baru, akan menciptakan lingkaran pembelajaran yang terus hidup dan berkembang.

Melalui CUKR Award, Credit Union Kridha Rahardja tidak hanya membantu anggotanya meningkatkan kemampuan manajerial, tetapi juga menyalakan harapan baru bagi kemandirian ekonomi komunitas. Program ini adalah bagian dari visi besar gerakan credit union: menumbuhkan solidaritas, memperkuat daya saing, dan menghadirkan kesejahteraan yang berkelanjutan bagi anggotanya. Dengan pendampingan yang terus diperbaiki dan komitmen kolektif, CUKR Award berpotensi menjadi motor penggerak transformasi ekonomi anggota CU sekaligus teladan bagi upaya pemberdayaan UMKM di Indonesia.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sanata Dharma atas dukungan pendanaan dan pendampingan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini. Terima kasih pula kepada Credit Union Kridha Rahardja yang telah bersedia menjadi mitra dalam program ini.

Referensi

Abdul-Azeez, O., Ogadimma, A., & Idemudia, C. (2024). SMEs as catalysts for economic development: Navigating challenges and seizing opportunities in emerging markets. *GSC Advanced Research and Reviews*.
<https://doi.org/10.30574/gscarr.2024.19.3.0230>.

- Abdennadher, S., & Boudabbous, S. (2023). The entrepreneurial accompaniment process and the importance of context. *Business Process Management Journal*, 29(5), 1543-1561. <https://doi.org/10.1108/BPMJ-07-2022-0307>
- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan digital marketing pada UMKM sebagai penunjang kegiatan promosi dan pemasaran. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Manage*, 1(2), 88-92.
- Aji, A. W., & Listyaningrum, S. P. (2021). Pengaruh modal usaha, lokasi usaha, dan teknologi informasi terhadap pendapatan UMKM di Kabupaten Bantul. *JIAI (Jurnal Ilmiah Akuntansi Indonesia)*, 6(1).
- Cresswell, J. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*, (4th ed). SAGE Publications, Inc.
- Enaifoghe, A., & Ramsuraj, T. (2023). Examining the Function and Contribution of Entrepreneurship through Small and Medium Enterprises as Drivers of Local Economic Growth in South Africa. *African Journal of Inter/Multidisciplinary Studies*. <https://doi.org/10.51415/ajims.v5i1.1172>
- Farsi, J., & Toghraee, M. (2014). Identification the main challenges of small and medium sized enterprises in exploiting of innovative opportunities (Case study: Iran SMEs). *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 4, 1-15. <https://doi.org/10.1186/2251-7316-2-4>.
- Gusti, Y.S. (2024). Mengelola HPP dan Manajemen Keuangan: Kunci Sukses UMKM Naik Kelas. *Utusan*. Diakses dari <https://utusan.net/mengelola-hpp-dan-manajemen-keuangan-kunci-sukses-umkm-naik-kelas/>
- Harahap, H. S., Dewi, N. K., & Ningrum, E. P. (2021). Pemanfaatan digital marketing bagi UMKM. *Jurnal Loyalitas Sosial*, 3(2), 77-85.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kusuma, S. E., Sumarwan, A., & Kusumajati, T. O. (2022). The role of integrative approach for enhancing credit union sustainability: A reflection on the Indonesian credit union movement. *Jurnal Ekonomi Pembangunan: Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 23(1), 31-42.
- Leung, F. F., Gu, F. F., & Palmatier, R. W. (2022). Online influencer marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(2), 226-251. <https://doi.org/10.1007/s11747-021-00829-4>
- Jin, S. V., Muqaddam, A., & Ryu, E. (2019). Instafamous and social media influencer marketing. *Marketing intelligence & planning*, 37(5), 567-579. <https://doi.org/10.1108/MIP-09-2018-0375>
- Putra, P. P. Y. R. G., Sumarwan, A., & Margaaret, T. (2024). Apakah Praktik Keadilan Organisasional dalam Usaha Mikro, Kecil dan Menengah berpengaruh terhadap Loyalitas Kerja dan Komitmen Organisasi Karyawan Mereka?. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 20(2), 77-91.
- Rainanto, B. H. (2019). Analisis permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro agar berkembang menjadi usaha kecil (*scalling up*) pada UMKM di 14 Kecamatan di Kabupaten Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 7(1), 201-210. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v7i1.213>
- Sumarwan, A., Luke, B., & Furneaux, C. (2021). Putting members in the centre: examining credit union accountability as member-based social enterprises. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 18(2), 228-254.