



Strategi Pengembangan UMKM Berkelanjutan pada PT. Sukses Cahaya Empat Warna

Ega Bintang Pandora Setyabudi^{1*}, Annisa Mazidatuz Zahra², Eka Islamiyah Ariani³,
Zulfikar Alfauzi Zidane⁴, Rizaldi Arief Subagyo⁵, Fahrizal Putra Ardiansyah⁶, Faqih Al
Abqoriy⁷, Andi Muhamad Umar Hanif Asrianto⁸, Tri Siwi Agustina⁹, Jhon Hardi¹⁰
Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Airlangga Surabaya,
Indonesia¹⁻¹⁰

*Email Korespondensi: eka.islamiyah.ariani-2023@feb.unair.ac.id

Diterima: 12-06-2025 | Disetujui: 13-06-2025 | Diterbitkan: 15-06-2025

ABSTRACT

Small and Medium Enterprises (SMEs) play an important role in the national economy. The community service team provided assistance to PT Sukses Cahaya Empat Warna located in Sidoarjo, East Java, from March 21 to May 3, 2025. This SME faced several obstacles such as the unavailability of TKDN certification, an unorganized organizational structure, the absence of Standard Operating Procedures, suboptimal financial management, and an ineffective brand. Therefore, the community service team recommended improving the organizational structure, creating Standard Operating Procedures, and strengthening the brand through a digital platform. This effort also supports the achievement of SDGs, namely SDGs 8 (decent work and economic growth) and SDGs 9 (industry, innovation, and infrastructure).

Keywords: Brand, SDGs 8, SDGs 9, Small and Medium Enterprises, Standard Operating Procedures, TKDN Certification.

ABSTRAK

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Tim pengabdian masyarakat melakukan pendampingan kepada PT Sukses Cahaya Empat Warna yang berlokasi di Sidoarjo, Jawa Timur, pada 21 Maret hingga 3 Mei 2025. UMKM ini terdapat beberapa kendala seperti belum tersedianya sertifikasi TKDN, struktur organisasi yang kurang terorganisir, belum adanya Standar Operasional Prosedur, pengelolaan keuangan yang belum maksimal, serta merek yang belum efektif. Oleh sebab itu, tim pengabdian masyarakat merekomendasikan untuk perbaikan struktur organisasi, pembuatan Standar Operasional Prosedur, serta penguatan merek melalui platform digital. Upaya ini juga mendukung pencapaian SDGs yaitu SDGs 8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi) dan SDGs 9 (industri, inovasi, dan infrastruktur).

Kata kunci: Merek, SDGs 8, SDGs 9, Sertifikasi TKDN, Standar Operasional Prosedur, Usaha Kecil dan Menengah.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Ega Bintang Pandora Setyabudi, Annisa Mazidatuz Zahra, Eka Islamiyah Ariani, Zulfikar Alfauzi Zidane, Rizaldi Arief Subagyo, Fahrizal Putra Ardiansyah, Faqih Al Abqoriy, Andi Muhamad Umar Hanif Asrianto, Tri Siwi Agustina, & Jhon Hardi. (2025). Strategi Pengembangan UMKM Berkelanjutan pada PT. Sukses Cahaya Empat Warna. *Indonesia Economic Journal*, 1(1), 100-113. <https://doi.org/10.63822/zxs4y106>

PENDAHULUAN

PT. Sukses Cahaya Empat Warna (SCEW) berlokasi di Gedangan Industrial Park, Beryl Blk. B3, Bohar Timur, Bohar, Kec. Gedangan, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. PT Sukses Cahaya Empat Warna hadir untuk menjawab kebutuhan zaman dengan menawarkan layanan pengadaan LED profesional yang mendukung berbagai sektor, mulai dari kegiatan komersial, acara hiburan, hingga kebutuhan instansi pemerintah. Secara legal terdaftar sejak tahun 2018, namun jejak operasionalnya sudah berjalan lebih dari satu dekade (sejak sekitar 2000-an) dan hingga saat ini perusahaan hanya dikelola oleh pihak internal yaitu pihak keluarga yaitu bapak Andhika Putra Firmansyah.

Seperti yang diketahui bahwa PT Sukses Cahaya Empat Warna (SCEW) adalah Perseroan Terbatas skala kecil – menengah yang mempekerjakan tujuh staf tetap serta bermitra dengan pekerja lepas dan kontraktor eksternal untuk pelaksanaan pekerjaan lapangan mulai dari pengecoran tiang hingga fabrikasi besi dan instalasi media digital. Praktik *multi-job desk*, di mana karyawan tetap merangkap sejumlah fungsi (perakitan, pencatatan stok, administrasi, hingga supervisi lapangan), menjadi solusi pragmatis untuk menutupi keterbatasan SDM, namun konsekuensinya berupa kelelahan, penurunan produktivitas akibat *context switching*, dan ambiguitas tanggung jawab (Firmansyah, 3 Juni 2025). Secara finansial, pendapatan bruto rata-rata SCEW mencapai Rp 225 juta per bulan, tetapi beban biaya tetap (listrik, sewa, pemeliharaan perangkat) serta keterlambatan penagihan oleh klien B2B terutama makelar dan subkontraktor sering menggerus likuiditas dan menghambat rencana ekspansi yang memerlukan modal kerja optimal.

Dari sisi regulasi, SCEW telah memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) dan terdaftar sebagai Pengusaha Kena Pajak (PWP), sehingga sesuai dengan ketentuan UU No. 20/2008 tentang UMKM dan UU Cipta Kerja berhak memperoleh pendampingan perizinan, sertifikasi, dan pembiayaan yang difasilitasi pemerintah. Namun, perubahan metodologi perhitungan Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) dari Indikator Konten (IK) ke Local Zero (LZ) membuat sertifikat lama batal demi hukum, memutus akses perusahaan ke tender pemerintah sampai proses resertifikasi selesai. Literatur pengabdian masyarakat terbaru menyoroti perlunya modul “*legal-lite*” yang interaktif untuk mempermudah perhitungan TKDN dan pembaruan NIB, pelatihan digital marketing guna memperkuat branding dan mengurangi ketergantungan pada makelar, penyusunan *business model canvas* demi perencanaan keuangan yang lebih terstruktur.

Kebutuhan perbaikan internal SCEW sejalan erat dengan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Pertama, SDG 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi, khususnya target 8.3 (peningkatan produktivitas UMKM melalui akses ke layanan pendukung dan pelatihan) serta target 8.5 (penciptaan pekerjaan yang layak dan produktif), memerlukan penerapan uraian tugas tertulis, pengembangan SOP modular, dan program *upskilling* teknis. Implementasi ini diproyeksikan mempersingkat waktu *onboarding* karyawan baru dari rata-rata 4 – 6 minggu menjadi 2 – 3 minggu, menurunkan tingkat *turnover*, serta menstabilkan pendapatan tenaga kerja (Firmansyah, 3 Juni 2025). Kedua, SDG 9: Industri, Inovasi, dan Infrastruktur, khususnya target 9.2 (industrialisasi inklusif dan berkelanjutan) dan target 9.c (peningkatan kemampuan teknologi dan konten lokal melalui sertifikasi), direalisasikan melalui integrasi solusi *turnkey* dari desain hingga instalasi dan kolaborasi intensif dengan pemasok komponen dalam negeri pasca-peralihan TKDN. Dengan demikian, SCEW tidak hanya mengatasi kendala operasional dan finansial, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap industrialisasi digital berkelanjutan dan penguatan ekosistem UMKM di Indonesia.

Berlandaskan teori UU No. 20/2008 dan UU Cipta Kerja, SCEW adalah UMKM skala kecil/ menengah yang berhak mendapatkan pendampingan perizinan, sertifikasi, dan pembiayaan. Temuan

dari dua jurnal pengabdian masyarakat terbaru menunjukkan kebutuhan praktis untuk memperkuat kapabilitas UMKM seperti SCEW. Pertama, Atsar dan Fadlian (2021) dalam artikelnya “Sosialisasi Kegiatan Penyuluhan UMKM Mewujudkan Perekonomian Masyarakat yang Mempunyai Potensi dan Peran Strategis Menurut UU No. 20 Tahun 2008” menekankan pengembangan modul legal-lite agar perhitungan ulang TKDN dan pembaruan NIB dapat dilakukan dengan cepat dan sederhana. Kedua, Bisri, Fitra, Widyastuti & Aria (2024) melalui “Pengembangan UMKM untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Indonesia” merekomendasikan pelatihan digital marketing untuk memperkuat branding dan mengurangi ketergantungan pada makelar, serta penyusunan Business Model Canvas demi perencanaan keuangan yang lebih terstruktur. Lebih lanjut, penelitian tentang *Green Supply Chain Management* oleh Roz dkk. (2023) dan Effendi dkk. (2021) menggarisbawahi pentingnya penerapan praktik ramah lingkungan dari pemilihan bahan baku lokal berkelanjutan hingga daur ulang modul LED untuk menekan biaya produksi dan memperkuat citra hijau perusahaan.

Dalam proses pendampingan PT. SCEW, UMKM saat ini sedang menghadapi lima persoalan utama yang saling berkaitan yaitu:

1. Sertifikasi TKDN yang sudah habis dan proses pengurusan ulangnya. Sebelumnya, SCEW memiliki sertifikat TKDN yang membuat mereka bisa ikut tender pemerintah. Namun sejak sistem TKDN berubah dari metode perhitungan lama (IK) ke metode baru (LZ) sertifikat lama dianggap tidak valid lagi. Akibatnya, dalam beberapa bulan terakhir SCEW tidak bisa ikut mengajukan harga untuk proyek pemerintah, padahal selama ini sebagian besar klien mereka datang dari instansi atau lembaga yang mengutamakan konten lokal.
2. Arus kas yang terkadang tersendat akibat pembayaran klien yang molor. Dalam praktik kontrak, SCEW biasanya menerima uang muka (DP) di awal, kemudian pelunasan setelah unit terpasang dan diuji. Namun beberapa klien B2B terutama makelar atau sub-kontraktor sering meminta jangka waktu pembayaran yang cukup panjang, bisa sampai satu atau dua bulan setelah BAST (Berita Acara Serah Terima).
3. Struktur organisasi dan pembagian tugas yang belum jelas.
4. Kurangnya standar kerja dan SOP internal. Tidak adanya dokumen tertulis soal prosedur kerja harian, standar kualitas, atau alur eskalasi masalah membuat tim sering kewalahan ketika ada masalah teknis di lokasi.
5. Persaingan pasar yang ketat dan branding yang belum kuat.

METODE PENELITIAN

Pengabdian masyarakat ini menggunakan metode survei dan wawancara langsung kepada UMKM yaitu dengan bapak Andhika Putra Firmansyah selaku komisaris PT. SCEW yang berlokasi di Gedung Industrial Park, Beryl Blk. B3, Bohar Timur, Bohar, Kec. Gedangan, Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur. Tim pengabdian masyarakat melakukan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM agar mampu menghasilkan solusi yang lebih aplikatif, diterima oleh pelaku UMKM, dan memiliki peluang lebih besar untuk berkelanjutan, terutama dalam konteks pengembangan manajemen dan branding PT. SCEW

Tim pengabdian masyarakat juga menyusun beberapa rencana yang bertujuan untuk mendampingi PT Sukses Cahaya Empat Warna (SCEW) dalam mengatasi berbagai persoalan usaha. Rencana tersebut meliputi beberapa aspek diantaranya penyusunan modul sederhana untuk membantu proses resertifikasi

TKDN sesuai regulasi terbaru; perancangan pelatihan perencanaan keuangan berbasis Business Model Canvas untuk mendukung pengelolaan arus kas, pemetaan struktur organisasi dan penyusunan job description untuk tiap posisi kerja, pengembangan dokumen standar operasional prosedur (SOP) yang sesuai dengan aktivitas teknis, administratif dan standar perusahaan ini sendiri, serta penyusunan strategi peningkatan branding melalui pelatihan digital marketing dan penguatan identitas digital, terutama website perusahaan. Seluruh rencana ini akan disusun dan disesuaikan berdasarkan hasil survei dan diskusi bersama pelaku usaha, agar kegiatan pendampingan dapat berjalan secara terarah dan relevan dengan kebutuhan di lapangan.

Tujuan dari metode survei dan wawancara ini adalah untuk menganalisis secara mendalam permasalahan yang dihadapi UMKM, serta menyusun strategi pengembangan yang tepat berdasarkan kondisi nyata di lapangan. Sebagai dasar analisis permasalahan dan penyusunan strategi, tim pengabdian menggunakan metode 5W + 1H yang bertujuan untuk mengidentifikasi secara sistematis seluruh aspek permasalahan dan kebutuhan usaha. Pendekatan ini membantu tim pengabdian masyarakat untuk menyusun solusi yang aplikatif dan terarah. Berikut pedoman wawancara yang digunakan oleh tim pengabdian masyarakat dalam kegiatan pendampingan:

1. What (Apa yang dapat dibantu dalam mengatasi hambatan PT. SCEW untuk berkembang?)
Pendampingan dalam menyusun sistem manajemen yang tertib, khususnya dalam pencatatan keuangan, pembagian tugas kerja dan SOP, serta pengurusan legalitas seperti sertifikasi TKDN, agar operasional usaha lebih efisien dan profesional.
2. Why (Mengapa penjualan produk PT Sukses Cahaya Empat Warna belum efektif di pasar?)
Karena promosi masih bergantung pada metode dari mulut ke mulut dan perantara makelar. Akibatnya, nama PT. SCEW sering tidak muncul secara resmi dalam proyek-proyek yang dikerjakan. Sehingga branding perusahaan tidak terbangun dengan kuat.
3. Who (Siapa yang memiliki peran penting dalam pemasaran produk PT. SCEW?)
Bapak Andhika Putra Firmansyah selaku komisaris, tim internal perusahaan, serta pihak-pihak eksternal seperti relasi bisnis, *freelance marketing*, dan kontraktor proyek yang menjalin kerjasama dalam penyediaan videotron.
4. When (Kapan strategi yang telah dirancang dapat secara efektif digunakan untuk meningkatkan penjualan dan *branding*?)
Strategi mulai diimplementasikan secara efektif setelah perbaikan struktur internal seperti SOP dan pembuatan *job description* selesai dilakukan selama masa pendampingan, yaitu sekitar pertengahan Juni 2025.
5. Where (Di mana target pasar dari UMKM ini sendiri?)
Target pasar dari PT Cahaya Sukses Empat Warna meliputi beberapa wilayah:
 - Wilayah lokal (Sidoarjo, Surabaya, dan sekitarnya) untuk proyek-proyek kecil dan perawatan
 - Wilayah regional di Pulau Jawa, terutama melalui proyek kampus negeri, instansi, dan kontraktor
 - Wilayah luar Jawa, seperti Kalimantan, Sumatera, dan Nusa Tenggara, yang dijangkau melalui sistem pemasaran *freelance (marketing canvas)*
 - Segmentasi pelanggan: instansi pemerintah (dinas, kampus), perusahaan swasta, dan kontraktor utama (*main contractor*) proyek pengadaan videotron
 - Pemasaran dilakukan secara langsung melalui relasi, referensi, dan digital marketing.

6. How (Bagaimana strategi yang dapat diaplikasikan dalam sistem penjualan produk PT Sukses Cahaya Empat Warna?)

Strategi yang dapat diterapkan meliputi digitalisasi pencatatan keuangan, penyusunan struktur kerja dan pembagian tugas SDM melalui SOP tertulis, serta pendampingan dalam legalitas usaha. Oleh karena itu, tim pengabdian masyarakat telah membuat SOP tertulis serta mengaktifkan dan menyusun ulang *website* resmi PT. SCEW sebagai bagian dari penguatan identitas dan kehadiran digital perusahaan. Hal ini bertujuan agar PT. SCEW lebih dikenal secara luas dan tidak lagi bergantung hanya pada perantara dalam memasarkan produknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum pelaksanaan program pendampingan, PT Sukses Cahaya Empat Warna sedang menghadapi sejumlah masalah dalam pengelolaan usaha yaitu:

Pertama, “Banyak kendala operasional UMKM mirip yang dialami SCEW seperti belum tersedianya sertifikasi lokal (TKDN)” (Firmansyah), sertifikasi TKDN yang sudah habis dan proses pengurusan ulangnya. Sebelumnya, SCEW memiliki sertifikat TKDN yang membuat mereka bisa ikut tender pemerintah. Namun sejak sistem TKDN berubah dari metode perhitungan lama (IK) ke metode baru (LZ) sertifikat lama dianggap tidak valid lagi. Akibatnya, dalam beberapa bulan terakhir SCEW tidak bisa ikut mengajukan harga untuk proyek pemerintah, padahal selama ini sebagian besar klien mereka datang dari instansi atau lembaga yang mengutamakan konten lokal. Proses baru mengharuskan SCEW menghitung ulang semua bahan baku, komponen elektronik, dan proses produksi secara terperinci untuk membuktikan persentase kandungan lokal. Sampai sertifikat baru terbit, peluang proyek dari negara atau pemerintah daerah otomatis tertutup. Ini langsung berdampak pada berkurangnya pemasukan dan membuat tim keuangan harus berpikir ulang soal target penjualan.

Kedua, arus kas yang terkadang tersendat akibat pembayaran klien yang molor. “Dalam praktik kontrak, ada kalanya makelar sudah menerima pembayaran penuh dari end user, tetapi SCEW tak kunjung kebagian dana karena makelar menunda atau bahkan kabur sebelum melakukan transfer” (Firmansyah) Dalam praktik kontrak, SCEW biasanya menerima uang muka (DP) di awal, kemudian pelunasan setelah unit terpasang dan diuji. Namun beberapa klien B2B terutama makelar atau sub-kontraktor sering meminta jangka waktu pembayaran yang cukup panjang, bisa sampai satu atau dua bulan setelah BAST (Berita Acara Serah Terima). Ada kalanya makelar mendapatkan pembayaran penuh dari end user, tetapi SCEW tak kunjung kebagian dana karena makelar kabur atau menunda transfer. Dari kasus tersebut, SCEW mengalami kerugian nyaris Rp 50 juta yang terpakai menutup biaya operasional sendiri. Meski sekarang SCEW sudah memperketat prosedur (membuat MOU dan mengharuskan klien membayar lewat rekening perusahaan), sisa kasus tertunggak masih harus diawasi agar tidak terulang. Kondisi ini menekan modal kerja, memaksa mereka menunda pembelian bahan baku atau menyesuaikan jadwal pemasangan proyek lain.

Ketiga, struktur organisasi dan pembagian tugas yang belum jelas. “struktur organisasi informal dan pembagian tugas yang hanya disampaikan secara lisan menyebabkan *multi-jobdesk* berlebihan” (Firmansyah), SCEW saat ini hanya memiliki tujuh karyawan tetap, plus beberapa tenaga lepas untuk keahlian khusus seperti tukang las atau pemasang di lapangan. Karena jumlah tenaga kerja terbatas, satu orang operator tidak hanya merakit LED display, tapi juga mencatat stok, membantu administrasi, atau

mencarikan spare part jika diperlukan. “Tidak adanya dokumen SOP tertulis soal prosedur kerja harian dan standar kualitas membuat tim sering kewalahan saat ada masalah teknis” (Firmansyah). Belum ada *Job Description* tertulis semua komunikasi dan pembagian tugas pada dasarnya disampaikan lisan sehingga saat ada proyek mendesak, karyawan kerap bingung siapa yang harus mengerjakan apa. Misalnya, ketika laporan keuangan perlu di-update sementara operator sedang sibuk merakit, kadang tidak jelas apakah staf administratif harus menunggu atau langsung membantu. Akibatnya, beban kerja menumpuk, produktivitas terpecah, dan potensi konflik kecil antara karyawan muncul karena merasa tugasnya “ditimpakan” di luar kesepakatan.

Keempat, kurangnya standar kerja dan SOP internal “Tidak adanya dokumen SOP tertulis soal prosedur kerja harian dan standar kualitas membuat tim sering kewalahan saat ada masalah teknis” (Firmansyah). Tidak adanya dokumen tertulis soal prosedur kerja harian, standar kualitas, atau alur eskalasi masalah membuat tim sering kewalahan ketika ada masalah teknis di lokasi. Contohnya, di lapangan seseorang menemukan modul LED yang mati sebagian; tanpa SOP pengecekan standar, mereka harus menunggu keputusan supervisor padahal seharusnya ada daftar cek (*checklist*) yang menjelaskan langkah penggantian modul. Tidak adanya SOP juga berarti karyawan baru tidak punya panduan baku untuk belajar, sehingga waktu training di lapangan menjadi lebih lama dan tidak konsisten. Tanpa standar, setiap proyek bisa berjalan dengan kebiasaan berbeda-beda, sehingga risiko kesalahan teknis atau administrasi bisa meningkat.

Kelima, persaingan pasar yang ketat dan branding yang belum kuat “Pasar videotron sekarang dipenuhi pemain lokal yang semakin mahir merakit sendiri; banyak pesaing hanya membeli modul dan *frame*, lalu menyusun sendiri tanpa menawarkan layanan lengkap seperti instalasi atau garansi” (Firmansyah). Pasar videotron sekarang dipenuhi pemain lokal yang semakin mahir merakit sendiri; banyak pesaing hanya membeli modul dan *frame*, lalu menyusun sendiri tanpa menawarkan layanan lengkap seperti instalasi atau garansi. Karena itu harga pasaran menjadi sangat kompetitif dan margin tertekan. Di sisi lain, nama “SCEW” seringkali tidak muncul langsung saat klien berurusan dengan makelar atau main contractor mereka cuma tahu ada tim install di belakang nama perusahaan lain. Akibatnya, reputasi SCEW sebagai pembuat dan penyedia solusi turnkey kurang dikenal. Meski SCEW sudah memanfaatkan Instagram, YouTube, dan Google Maps, dampaknya masih kecil karena kontennya belum terfokus atau terjadwal. Tanpa brand awareness yang kuat, mereka cenderung terus berada di posisi subkontraktor, bukan sebagai penyedia utama.

Setelah program implementasi dari tim pengabdian masyarakat, sejumlah perbaikan mulai dilakukan secara bertahap. Dalam hal operasional, usaha ini kini memiliki rancangan awal Standar Operasional Prosedur (SOP) yang berfungsi sebagai pedoman aktivitas harian. SOP ini mencakup tahapan penerimaan proyek, desain dan penawaran, persetujuan dan *Pre Order* vendor, fabrikasi dan QC Internal, instalasi di lokasi, serah terima proyek, dan evaluasi setelah pembelian, yang sebelumnya belum terdokumentasi dengan baik. Kemudian mencakup aturan jam kerja karyawan, etika kerja, dan sikap profesional. Meskipun masih sederhana, dokumen ini menjadi dasar penting untuk konsistensi dan peningkatan mutu produksi. Untuk aspek *branding*, tim pendamping memberikan masukan terkait pengaktifan dan penyusunan tampilan website. Hal ini bertujuan agar produk lebih dikenal dan mampu bersaing di pasar yang lebih luas.



Gambar 1. Survey langsung ke PT. Sukses Cahaya Empat Warna (SCEW)



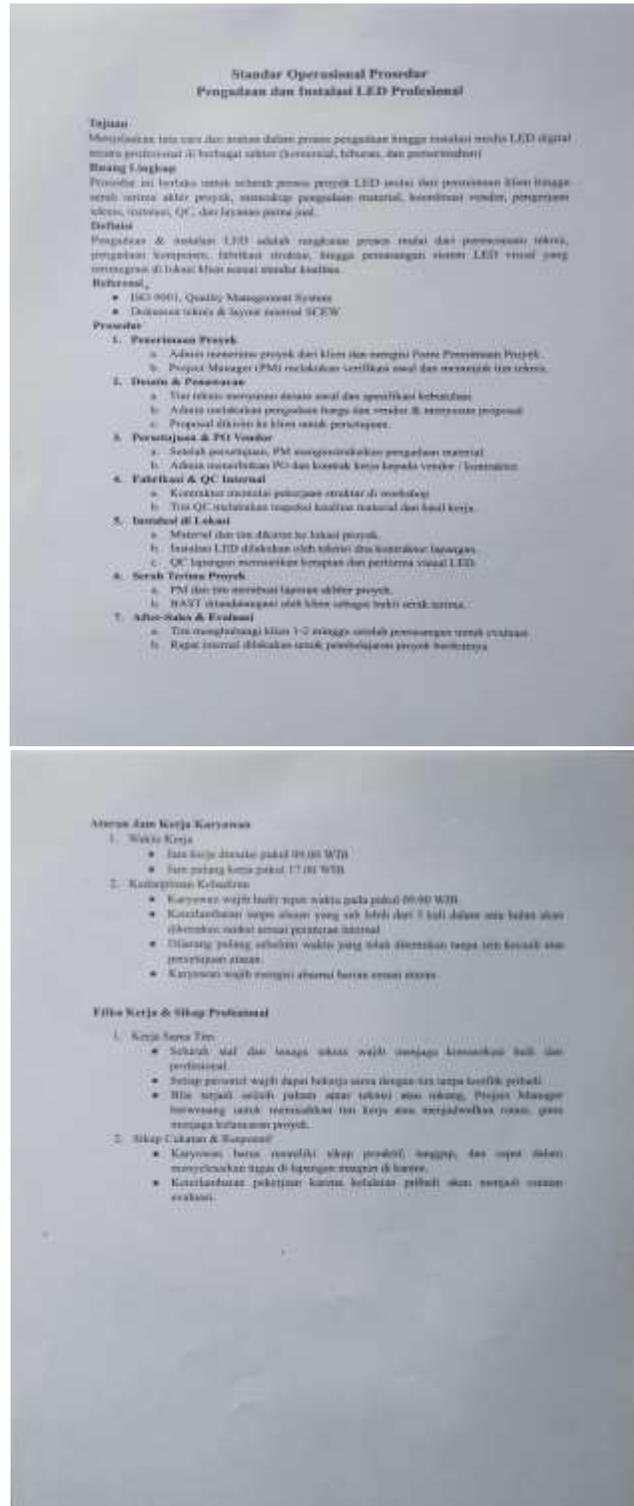
Gambar 2. Tampilan *website* PT. Sukses Cahaya Empat Warna



Gambar 3. Salah satu produk yang dijual oleh PT. Sukses Cahaya Empat Warna (SCEW)



Gambar 4. Diskusi lanjutan mengenai permasalahan PT. SCEW yang akan diangkat



Gambar 5. Standard Operating Procedures



Gambar 6. Legalitas PT Sukses Cahaya Empat Warna

KESIMPULAN

Selama proses pendampingan, UMKM menghadapi beberapa kendala utama yang saling terkait, antara lain:

- Kendala yang ditemui pihak PT. SCEW:

1. Sertifikasi TKDN yang Sudah Habis Masa Berlaku

Sertifikat TKDN (Tingkat Komponen Dalam Negeri) milik PT. SCEW sebelumnya memungkinkan mereka mengikuti tender pemerintah. Namun, perubahan sistem perhitungan TKDN dari metode IK ke metode LZ menyebabkan sertifikat lama tidak lagi berlaku.

2. Permasalahan arus kas

PT. SCEW kerap mengalami kendala dalam arus kas karena keterlambatan pembayaran dari klien.

3. Struktur organisasi yang kurang jelas

Tidak adanya pembagian tugas yang terstruktur membuat alur kerja tidak efisien. Karyawan sering menjalankan beberapa fungsi sekaligus tanpa kejelasan tanggung jawab.

4. Ketiadaan SOP

PT. SCEW belum memiliki SOP (Standard Operating Procedure) tertulis untuk operasional harian.

5. Persaingan pasar dan branding yang belum kuat

PT. SCEW belum memiliki strategi branding yang kuat untuk membedakan diri dari kompetitor sehingga kesadaran masyarakat atas keberadaan PT. SCEW masih kurang.

Sebagian besar kendala yang ditemukan oleh tim pengabdian masyarakat sejalan dengan apa yang disampaikan oleh pihak PT. SCEW, seperti persoalan sertifikasi TKDN, arus kas yang tidak stabil, ketidakjelasan struktur organisasi, ketiadaan SOP, dan lemahnya branding. Namun, tim pengabdian masyarakat juga mengidentifikasi beberapa tambahan permasalahan yang belum disampaikan secara eksplisit oleh pihak UMKM, yaitu:

1. Keterbatasan jumlah karyawan

PT. SCEW mengalami kekurangan sumber daya manusia, yang menyebabkan banyak karyawan harus menjalankan beberapa peran sekaligus (multiple jobdesk). Kondisi ini membuat efektivitas kerja menurun karena tidak jarang karyawan mengalami kelelahan ketika mengerjakan peran ganda.

2. Tidak adanya kriteria rekrutmen yang terstruktur

Tim pengabdian masyarakat juga mencatat bahwa proses rekrutmen karyawan di PT. SCEW belum didasarkan pada standar atau kriteria khusus. Hal ini berpotensi mempengaruhi kualitas SDM yang direkrut serta menyulitkan perusahaan dalam penempatan posisi atau pelatihan lanjutan, karena tidak adanya acuan kompetensi dasar yang dibutuhkan.

Selama proses pendampingan, pihak PT. SCEW menunjukkan kesan dan menyambut kehadiran tim pengabdian masyarakat dengan baik, serta PT. SCEW merasa terbantu terutama dalam hal pemahaman terhadap pentingnya SOP, arahan untuk mengatur struktur organisasi, serta penyadaran akan pentingnya branding dan strategi bisnis yang lebih terencana.

PT. SCEW memberikan apresiasi atas pendampingan yang diberikan oleh tim pengabdian masyarakat meskipun masih dalam tahap awal implementasi, pihak PT. SCEW merasa terbantu dan lebih termotivasi untuk melakukan perbaikan internal secara bertahap. PT. SCEW juga menyampaikan harapannya kepada tim pengabdian masyarakat agar tim pengabdian masyarakat tetap melakukan mentoring terutama dalam hal branding dan digital marketing agar PT. SCEW dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta meningkatkan kesadaran masyarakat akan keberadaan PT. SCEW.

Selama proses pendampingan beberapa inisiatif perbaikan juga mulai diterapkan. Dalam aspek operasional, tim pengabdian masyarakat atas persetujuan PT. SCEW kini telah memiliki rancangan awal dokumen SOP yang mencakup seluruh tahapan proses bisnis, mulai dari penerimaan proyek hingga evaluasi pasca-instalasi. Dokumen ini juga meliputi ketentuan jam kerja, etika kerja, dan panduan profesionalisme yang penting untuk meningkatkan disiplin dan produktivitas tim. Meskipun masih sederhana, SOP ini bisa menjadi pondasi penting dalam upaya membangun sistem kerja yang terstandarisasi dan efisien.

Di sisi pemasaran, SCEW mulai mengembangkan strategi branding melalui pengaktifan dan penyempurnaan tampilan *website*, yang diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing di era digital. Langkah ini melengkapi upaya yang sebelumnya telah dilakukan melalui media sosial, tetapi belum terfokus dan konsisten. Dan untuk kedepannya SCEW disarankan untuk segera menyelesaikan proses perhitungan ulang kandungan lokal sesuai metode baru TKDN, memperkuat sistem keuangan melalui skema pembayaran yang lebih aman dan transparan, serta menyusun struktur organisasi yang dilengkapi dengan job description yang jelas.

Dengan penerapan solusi-solusi tersebut, SCEW diharapkan tidak hanya mampu mengatasi tantangan operasional saat ini, tetapi juga berkembang sebagai UMKM yang tangguh dan kompetitif di industri videotron yang terus berkembang.

UCAPAN TERIMAKASIH

- Terima Kasih tim pengabdian masyarakat ucapkan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga karena telah memberikan fasilitas pendekatan untuk menjangkau UMKM
- Terima Kasih tim pengabdian masyarakat ucapkan kepada Dr. Tri Siwi Agustina SE., M.Si. selaku PJMK dan dosen dari mata kuliah Manajemen Usaha Kecil dan Menengah
- Terima Kasih tim pengabdian masyarakat ucapkan kepada Jhon Hardi ST., M.SM., C.SM., CSR.A ,Dunga Dwi Barinta S.E., M.M. dan Gurun Sudarwito SE., MM., RFP. selaku dosen dari mata kuliah Manajemen Usaha Kecil Menengah
- Terima Kasih kepada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Provinsi Jawa Timur
- Terima Kasih kepada UMKM PT. Sukses Cahaya Empat Warna yang telah bersedia untuk menjadi objek pendampingan.
- Terima Kasih kepada Andhika Putra Firmansyah selaku Komisaris PT Sukses Cahaya Empat Warna yang telah bersedia untuk menjadi narasumber dalam wawancara

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo. (6 Januari 2021). *BRS Kemiskinan Kabupaten Sidoarjo Tahun 2020*. Diakses pada 5 Juni 2025, dari <https://sidoarjokab.bps.go.id/id/pressrelease/2021/01/06/22/brs-kemiskinan-kabupaten-sidoarjo-2020.html>
- Atsar, A. & Fadlian, A. (2021). "Sosialisasi Kegiatan Penyuluhan UMKM Mewujudkan Perekonomian Masyarakat Yang Mempunyai Potensi Dan Peran Strategis Menurut UU No. 20 Tahun 2008." *Jurnal Pengabdian Masyarakat UMKM*, Vol. 3 No. 1. Diakses pada 5 Juni 2025, dari <https://repository.umkm.ac.id/jpm/2021/01/atsar-aryofadlian-sosialisasi-umkm.pdf>
- Santurilla, P.W., Nugroho, I., & Fitriani, D. (2024). "Evaluasi Peran Pemerintah dalam Memfasilitasi Perizinan Usaha Konveksi UMKM melalui OSS." *CAUSA: Jurnal Hukum & Kewarganegaraan*, Vol. 5 No. 2. Diakses pada 5 Juni 2025, dari <https://journal.kewarganegaraan.ac.id/causa/2024/02/santurilla-evaluasi-oss.pdf>

- JIIP STKIP Yapis Dompu. (2024). “Pengembangan UMKM untuk Meningkatkan Kesejahteraan.” *JIIP: Jurnal Ilmiah Pengabdian*, Vol. 2 No. 1. Diakses pada 5 Juni 2025, dari <https://jiip.yapisdompu.ac.id/jiip/2024/01/jippengembangan-umkm.pdf>
- Ganesha Journal. (2024). “Perencanaan Pengelolaan Potensi Usaha Mikro.” *Ganesha: Jurnal Pengabdian & Inovasi*, Vol. 6 No. 2. Diakses pada 5 Juni 2025, dari <https://ganeshajournal.ac.id/pengabdian/2024/02/perencanaan-usaha-mikro.pdf>
- Universitas Semarang. (2023). “Pengembangan Sistem Informasi UMKM Berbasis Web.” *Jurnal Teknologi Informasi & Pengabdian*, Vol. 3 No. 4. Diakses pada 5 Juni 2025, dari <https://jitp.unissula.ac.id/2023/pengembangan-sim-umkm.pdf>
- Firmansyah, Andhika Putra. (3 Juni 2025). Wawancara Komisaris PT Sukses Cahaya Empat Warna [rekaman audio pukul 12.27 WIB]. Sidoarjo: PT Sukses Cahaya Empat Warna
- Roz, K., Hilmi, L. D., Robbie, R. I. & Sa’diyah, C. (2023). *Green Supply Chain Management and Competitive Advantage: Evidence of Just-in-Time Management on Firm Performance SMEs in Indonesia. Quality–Access to Success*, 24(195), 330–340. Diakses pada 5 Juni 2025, dari https://www.researchgate.net/publication/371303288_Green_Supply_Chain_Management_and_Co_mpetitive_Advantage_Evidence_of_Just-in-time_Management_on_Firm_Performance_SMEs_in_Indonesia
- Effendi, M. I., Widjanarko, H. & Sugandini, D. (2021). *Green Supply Chain Integration and Technology Innovation Performance in SMEs: A Case Study in Indonesia. The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 909–916. Diakses pada 5 Juni 2025, dari <https://jurnal.kemendag.go.id/index.php/JCN/article/view/907>