

Edukasi dan Pelatihan Teknologi Untuk Peningkatan Kualitas Teknis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Penggilingan

Rully Mujiastuti¹, Astriana Baiti Sinaga², Virgi Al-Fiansah³, M. Zulmi Wijiyanto⁴, Sitti Nurbaya Ambo⁵

E-mail: rully.mujiastuti@ftumj.ac.id¹, astri01@yahoo.com², alfiansahvirgi@gmail.com³, zulmi125@gmail.com⁴, sitti.nurbaya@ftumj.ac.id⁵

ABSTRAK

Rukun Warga (RW) 02 Kelurahan Penggilingan adalah salah satu RW yang berada di wilayah Kampung Jembatan. Kampung Jembatan memiliki penduduk yang padat dan meliputi lima RW, yaitu Rw 01, Rw 02, Rw 012, Rw 014 dan Rw 017. RW 02 memiliki penduduk yang beragam jenis aktivitas, termasuk sebagai pengusaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Salah satunya adalah Rukun Tetangga (RT) 009 yang merupakan salah satu dari sepuluh RT yang berada di lingkungan RW 02. RT 009 memiliki warga yang menjual produk UMKM seperti kuliner dan souvenir. Pengabdian masyarakat ini merupakan integrasi hasil riset yang telah dilakukan oleh tim pengabdian. Metode yang digunakan oleh tim pengabdian adalah melakukan edukasi mengenai Bisnis Model Canvas (BMC), edukasi Leadership, edukasi Sosial Media dan Pelatihan untuk membuat promosi pemasaran menggunakan desain Canva. Peserta yang hadir sejumlah 18 orang dan mengikuti acara secara interaktif. Adapun hasil akhir yang diperoleh adalah para peserta membuat desain pemasaran usahanya masing-masing. Dari hasil evaluasi yang dilakukan oleh tim pengabdian terhadap pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini, didapatkan 69,62% peserta merasa sangat puas terhadap kegiatan ini, dan 30,38% merasa puas. Dengan adanya program pengabdian masyarakat ini, diharapkan agar peserta dapat memahami model bisnisnya, dan dapat memperluas jangkauan pemasarannya melalui promosi digital.

Kata kunci : *Bisnis Model Canvas, Canva, Leadership, Pemasaran, UMKM*

ABSTRACT

Rukun Warga (RW) 02 Penggilingan Village is one of the RWs in the Jembatan Village area. Bridge Village has a dense population and includes five RWs, namely Rw 01, Rw 02, Rw 012, Rw 014, and Rw 017. RW 02 has a population of various types of activities, including Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) entrepreneurs. One of them is Rukun Tetangga (RT) 009 which is one of ten RTs located in RW 02. RT 009 has residents who sell MSME products such as culinary and souvenirs. This community service is an integration of research results that have been carried out by the service team. The method used by the service team is to conduct education about the Business Model Canvas (BMC), leadership education, social media education, and training to create marketing promotions using Canva designs. Eighteens participants attended and participated in the event interactively. The final result obtained is that the participants make their respective business marketing designs. From the results of the evaluation conducted by the service team on the implementation of this community service program, it was found that 69.62% of the participants were very satisfied with this activity, and 30.38% were satisfied. With this community service program, it is hoped that participants can understand their business model and can expand their marketing reach through digital promotions.

Keyword : *Business Model Canvas, Canva, Leadership, Marketing, MSMEs*

1. PENDAHULUAN

Kelurahan Penggilingan memiliki 19 Rw yang tersebar di wilayahnya. Tiap wilayah memiliki karakteristik tersendiri, di antaranya adalah dengan adanya sentra usaha yang tersebar di beberapa wilayah Rukun Warga (RW). Di antaranya sentra souvenir di RW 03 dan di Rw 02, sentra UKM di Perkampungan Industri Kecil (PIK) RW010, Pasar tradisional Simpang Tiga RW 05, dan Pasar Reboan di RW 011.

Melalui kerjasama kemitraan antara Lembaga Masyarakat Kelurahan (LMK) Kelurahan Penggilingan dengan Program Studi Informatika yang telah terjalin sebelumnya, maka program akan dilanjutkan untuk membantu masalah mitra. Pada pengabdian terdahulu, telah dilakukan pelatihan pembuatan produk decoupage pada mitra PKK RW 011, membuat perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), *Packaging*, Bisnis Model Kanvas dan Desain Pemasaran melalui Canva. Tim pengabdian melakukan pendampingan, dan memberikan motivasi usaha bagi yang belum memiliki usaha dan mengenalkan jenis-jenis media yang dapat digunakan untuk pemasaran. Pada program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) saat ini, tim pengabdian mencoba melanjutkan dengan penyuluhan yang memperkuat mindset dan leadership dalam usaha, mengeksplorasi *passion* dan *branding* konten social media dan pelatihan membuat desain digital melalui Canva.

Pada pengabdian masyarakat kali ini, tim pengabdian melakukan pengabdian di wilayah Rw02, tepatnya di rt 009 sebagai mitra dengan warganya yang memiliki usaha kuliner dan souvenir. Rt 009 adalah salah satu dari sepuluh RT yang berada di wilayah Rw 02. (Yulianingsih, 2022). Harapannya adalah agar pemilik usaha UMKM mendapatkan edukasi dan

keterampilan lebih lanjut untuk mengelola usahanya

2. PERMASALAHAN

Tim pengabdian menemukan beberapa permasalahan saat melakukan observasi dan wawancara dengan mitra yang berada di rt009 rw 02. Permasalahan yang coba dipecahkan antara lain :

1. UMKM belum memahami dan belum memiliki sebuah gambaran rinci mengenai usahanya. Seperti siapa target konsumen, apa yang menjadi karakteristik usahanya, bagaimana jalur distribusi usaha, bagaimana cara mengelola pelanggan, apa saja sumber-sumber pendapatan usahanya, apa saja yang menjadi asset usaha, apa saja tahapan produksi, siapa saja yang menjadi partner dan biaya apa saja yang harus dikeluarkan untuk usahanya.
2. Mitra memiliki beberapa karyawan, dan untuk itu mereka perlu mengasah kemampuan mindset leadershipnya untuk memperluas usaha.
3. Mitra belum terlalu memahami cara untuk mengeksplorasi passion dan branding social media serta desain promosi untuk memperluas wilayah usahanya.

Untuk mengatasi permasalahan ini, tim pengabdian mencoba melakukan analisis terhadap kebutuhan pemecahan masalah. Kemudian dilakukan edukasi dan pelatihan terkait pemecahan masalah.

3. METODOLOGI

Untuk mengatasi permasalahan di atas, maka tim pengabdian membuat sebuah tahapan sebagai metodologi dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat. Adapun tahapan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

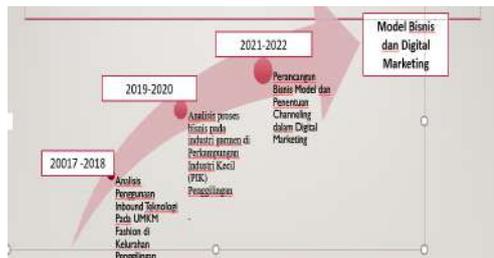
1. Tahap pertama (Observasi dan Sosialisasi)
Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan observasi ke mitra LMK Kelurahan Penggilingan untuk mengetahui wilayah mana yang membutuhkan penyelesaian atas permasalahannya. Kemudian tim pengabdian melakukan koordinasi terhadap mitra sebagai persiapan untuk melakukan sosialisasi di wilayah terpilih, yaitu wilayah Rt 009 Rw 002 Kelurahan Penggilingan.
2. Tahap kedua (Edukasi dan Pelatihan Pemodelan Bisnis, serta Leadership).
Pada tahap ini, tim pengabdian memberikan edukasi tentang Bisnis model canvas yang berisi tentang 9 komponen dalam bisnis yang harus disiapkan oleh UMKM. Mitra memfasilitasi UMKM untuk membuat model canvasnya masing-masing. Kemudian, dilanjutkan oleh tim pengabdian memberikan edukasi bagaimana membentuk mindset leadership dan implementasinya dalam organisasi bisnisnya.
3. Tahap ketiga (Pelatihan pembuatan media promosi dengan canva)
Pada tahap selanjutnya, tim pengabdian memberikan pelatihan cara membuat promosi usaha menggunakan tools Canva.
4. Tahap keempat (monitoring dan evaluasi)
Pada tahap akhir, tim pengabdian melakukan monitoring terhadap hasil desain promosi usaha yang dilakukan oleh UMKM. Kemudian mitra memberikan usulan, kesan dan masukan kepada tim pengabdian untuk tindak lanjut berikutnya.

Referensi

Menurut (Basu, 2011) dalam (Retnani Latifah, 2018), *digital inbound marketing* (pemasaran digital) merupakan teknik pemasaran yang berfokus pada bagaimana menarik pelanggan dengan memanfaatkan *content marketing, blogs, search engine optimization, social media marketing* dan *branding*. Banyak teknik dan praktek yang harus diterapkan dalam kategori pemasaran digital (online). Dengan adanya ketergantungan pemasaran offline membuat bidang pemasaran digital menggabungkan elemen utama lainnya seperti ponsel, SMS (pesan teks dikirim melalui ponsel), menampilkan iklan spanduk, dan digital luar. Penggabungan strategi pemasaran offline dan online, diharapkan dapat meningkatkan promosi

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim pengabdian ini adalah merupakan hasil riset dari tim pengabdian. Beberapa riset terdahulu yang telah dilakukan peneliti, di antaranya riset yang berjudul Analisis Penggunaan Inbound Marketing di UMKM Fashion Kelurahan Penggilingan yang dilakukan oleh (Retnani Latifah, 2018) dan menghasilkan keterhubungan penggunaan inbound marketing dengan jumlah konsumen. Kemudian riset serupa berjudul Penentuan Jenis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM Pada UMKM Fashion di Kelurahan Penggilingan Berbasis Teknologi oleh (Rully Mujiastuti, 2019) yang menghasilkan urutan strategi alternative untuk meningkatkan pertumbuhan pasar, mempertahankan dan memelihara usaha.

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim pengabdian ini adalah merupakan hasil riset dari tim pengabdian. Hal ini dapat dilihat dari roadmap penelitian yang telah dilakukan sebelumnya seperti gambar 1 berikut ini



Gambar 1. Peta Jalan Peneliti

Hasil dari riset di atas, kemudian digunakan sebagai bahan untuk memberikan penyuluhan dan pelatihan kepada mitra tim pengabdian. Harapannya adalah, agar permasalahan yang terjadi di lapangan, ada yang dapat dibantu untuk diselesaikan dan memperkecil gap antara riset dengan permasalahan yang terjadi. Kemudian, mitra dapat bertumbuh dan mengembangkan usahanya lebih luas dengan menggunakan *tools digital* dalam pemasarannya.

Bisnis Model Canvas

Upaya perencanaan yang dilakukan oleh UMKM untuk perbaikan secara menyeluruh, baik untuk bertahan maupun pengembangan secara berkelanjutan sangat diperlukan. Salah satu yang dilakukan adalah dengan merancang strategi perencanaan melalui bisnis model canvas (BMC). Sebuah alat bantu untuk mendeskripsikan, menganalisis dan merancang model bisnis, yang dibuat oleh Alexander Osterwalder & Yves Pigneur ini terdiri atas 9 (Sembilan) blok bangunan visual chart yang diisi sesuai poin penting dalam perencanaan bisnis perusahaan. 9 (Sembilan) blok tersebut antara lain : (Krisdayanti Sinaga, 2020)

a. Customers Segments

Merupakan target utama bisnis untuk menetapkan siapa yang akan menjadi target konsumen.

b. Value Proposition

Merupakan nilai-nilai keunggulan, manfaat atau kelebihan yang ditawarkan organisasi kepada konsumennya agar dapat menyelesaikan masalah pelanggan.

c. Channels

Channels adalah saluran, distribusi, jalan masuk untuk menjangkau pelanggan agar dapat menyampaikan value proposition kepada customer segments.

d. Customers Relationship

Merupakan relasi untuk menjalin ikatan emosional dengan konsumennya agar tetap loyal.

e. Revenue Streams

Merupakan arus pendapatan dari proposisi nilai yang dengan sukses ditawarkan kepada pelanggan.

f. Key Resources

Merupakan sumber daya yang dimiliki oleh organisasi, seperti staff (anggota organisasi), mesin, alat produksi, kendaraan dll.

g. Key Activities

Merupakan kegiatan-kegiatan atau aktivitas yang berhubungan dengan proses bisnis untuk menghasilkan produk sesuai proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan dan arus pendapatan.

h. Key Partnership

Merupakan kemitraan utama dengan aktivitas pada *outsources* dan sumber daya dari luar perusahaan.

i. Cost Structure

Merupakan elemen-elemen model bisnis yang akan mempengaruhi struktur pembiayaan

Canva

Untuk membuat desain pemasaran dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa alat bantu, misalkan imooji.com, presta shop, canva dll. Untuk membuat beragam desain grafis seperti poster, flyer, sertifikat, proposal, infografis dan lain-lain yang diakses secara online melalui web ataupun mobile, dapat digunakan Canva. Terdapat beragam template yang dapat dimodifikasi dengan mudah oleh pengguna. (Yana Adharani, 2020)

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian Masyarakat ini dilakukan di masjid Al Furqoon yang berada di Rt009/Rw02. Adapun pelaksanaannya dimulai pada jam 08.30 hingga jam 12.30. Sementara, peserta yang mengikuti kegiatan adalah UMKM dan Karang Taruna. Saat pendaftaran terdapat 12 orang yang mengisi google Form, namun saat hari pelaksanaan ada 18 orang yang hadir. Link pendaftaran dapat diakses melalui link berikut : https://bit.ly/Pengabdian_masyarakatProd1.

Kemudian seperti dilakukan tahapan pengabdian seperti telah diuraikan di atas;

4.1 Tahap pertama (Observasi dan Sosialisasi)

Tim pengabdian telah melakukan observasi dan pada beberapa bulan sebelumnya. Observasi dilakukan bersama dengan ketua Lembaga Masyarakat Kelurahan dan beberapa Ketua Rw di lingkungan Kelurahan Penggilingan. Kemudian dilanjutkan dengan sosialisasi ke wilayah yang menjadi target mitra yang lebih spesifik, yaitu wilayah Rw 002.

Saat sosialisasi dengan mitra, tim pengabdian juga melakukan koordinasi dan konsolidasi lebih lanjut untuk pelaksanaan edukasi dan pelatihan terkait dengan pemecahan masalah. Diputuskan lokasi dan wilayah yang menjadi fasilitator mitra.

Untuk menjangkau peserta yang berminat, maka dibuatlah flyer seperti pada gambar 2 berikut;



Gambar 2. Flyer Kegiatan

4.2 Tahap Kedua ((Edukasi dan Pelatihan Pemodelan Bisnis, serta Leadership).

Adapun pada tahap kedua, tim pengabdian memberikan pelatihan bisnis model canvas seperti terlihat pada gambar 2 berikut :



Gambar 3. Edukasi BMC

Kemudian dilanjutkan dengan materi kedua tentang bagaimana peran mindset dan leadership dalam organisasi bisnis seperti pada gambar 4 berikut.



Gambar 4. Edukasi Leadership



Gambar 7. Peserta pelatihan

4.3 Tahap ketiga (Pelatihan pembuatan media promosi dengan canva)

Kemudian pada tahap ketiga dilakukan pelatihan pengenalan mengenai media social seperti pada gambar 5 dan pelatihan pembuatan media promosi dengan Canva seperti pada gambar 6.



Gambar 5. Edukasi Sosial Media



Gambar 6. Pelatihan Canva

Sementara gambar 7. Adalah gambar peserta pelatihan yang mengikuti acara.

Adapun Gambar 8 adalah gambar tim pengabdian yang berasal dari Prodi Teknik Informatika Fakultas Teknik dan FISIP UMJ.

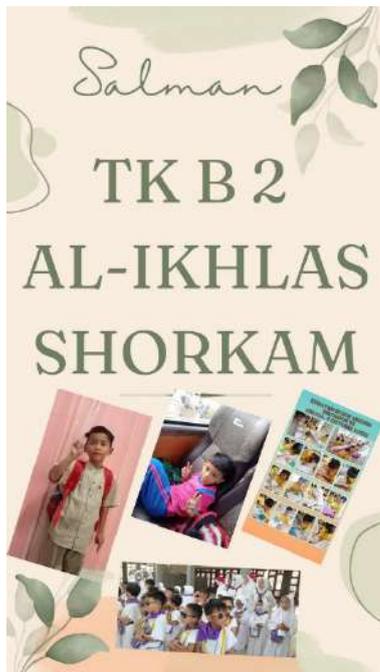


Gambar 8. Tim pengabdian dari FT dan FISIP UMJ

4.4 Tahap keempat (monitoring dan evaluasi)

Setelah mendapatkan beberapa materi edukasi dan pelatihan desain canva, maka pada tahap akhir ini diberikan kesempatan kepada peserta untuk membuat desain promosi. Kemudian peserta mengirimkan hasil desainnya kepada panitia. . Gambar 9 dan gambar 10 adalah contoh hasil desain yang dibuat oleh peserta.

Setelah dan melakukan evaluasi terhadap pelaksanaan program dengan mengisi link pada google form berikut: <https://bit.ly/PengmasKuisisioner>



Gambar 9 Contoh Hasil Desain ke-1



Gambar 10. Hasil Desain ke-2

Peserta mendengarkan dengan seksama dan aktif dalam diskusi. Ada enam doorprize diberikan saat terjadi interaksi antara tim pengabdian dengan peserta. Adapun evaluasi diberikan

melalui link GForm, untuk mendapatkan feedback dari peserta. Terdapat 14 peserta yang memberikan penilaian terhadap 4 pertanyaan utama.

Adapun pertanyaannya adalah sebagai berikut :

1. Pemberian materi Edukasi dan Pelatihan Teknologi Informasi untuk Pemasaran Digital yang disajikan sangat dibutuhkan
2. Materi yang disajikan oleh pembicara dapat dipahami
3. Suara pembicara terdengar dengan jelas
4. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan edukasi dan pelatihan

Jawabannya seperti tercantum pada tabel 1 berikut ini :

Tabel 1 hasil jawaban evaluasi

Soal	Jawaban			
	SS	S	TS	STS
1	78,6%	21,4%		
2	71,4%	28,6%		
3	71,4%	28,6%		
4	57,1%	42,9%		

Dari jawaban di atas, maka dapat diketahui bahwa rata-rata 69,62% peserta menjawab Sangat Setuju (Sangat Memuaskan) dan 30,38% menjawab Setuju (Memuaskan) terhadap kegiatan yang ada. Evaluasi ini akan menjadi bahan pertimbangan untuk kegiatan selanjutnya.

5. KESIMPULAN

Melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini, tim pengabdian memberikan edukasi mengenai pemodelan bisnis melalui bisnis model canvas, edukasi leadership dan social media serta pelatihan membuat desain promosi melalui Canva. Peserta mengikuti acara dengan seksama dan penuh antusias. Beberapa pertanyaan didiskusikan untuk menyelesaikan masalah yang ada pada organisasi bisnisnya. Kendala yang sempat dihadapi

adalah keterbatasan paket data dari para peserta, dan dapat segera ditangani oleh panitia dengan membeli paket data wifi fasilitator. Selain membuat desain promosi, para peserta juga memberikan evaluasi dan masukan untuk mengadakan edukasi dan pelatihan selanjutnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah membiayai kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Krisdayanti Sinaga, T. W. (2020). STRATEGI PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE BUSINESS MODEL. *jinUNTAN*, 37-44.
- Retnani Latifah, R. M. (2018). ANALISIS PENGGUNAAN INBOUND MARKETING DI UMKM FASHION. *Semnastek 2018* (hal. 1-6). DKI Jakarta: FT UMJ.
- Rully Mujiastuti, R. L. (2019). Penentuan Jenis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode SWOT dan QSPM. *FIFO*, 52-64.
- Yana Adharani, R. L. (2020). Pelatihan Pembuatan Flyer Promosi untuk Menunjang Digital Marketing. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1-6.
- Yulianingsih, N. (2022, November 24). Karakter Penduduk Rt 009/Rw 02. (R. Mujiastuti, Pewawancara)