



Pengembangan Bisnis UMKM Para Anggota Pekka, di Kelurahan Sadang Serang, Bandung

Nur, Allen Kristiawan, Felicia Abednego, Ana Mariana, Chandra Kuswoyo, Rusli Ginting Munthe

Fakultas Bisnis, Universitas Kristen Maranatha
Jl. Prof. drg. Suria Sumantri, M.P.H no. 65 Bandung 40164, Jawa Barat – Indonesia
nur@eco.maranatha.edu

Abstract

The aim of our Community Service is to provide counseling and raise awareness to the community to independently meet their daily needs by entrepreneurship and carrying out marketing activities for their respective products, especially for female Pekka members. In their lives, the women who are members of Pekka are faced with economic problems that force them to make a living or in other words, the demands of being the head of the family. However, the condition of most of these women still does not have sufficient knowledge to run a business and adapt to new habits after the Covid-19 pandemic that has occurred since 2020. Even though the Covid-19 pandemic has been declared over, new habits continue. Consumers have changed their consumption behavior and these women MSMEs must be able to make adjustments to get their consumers back. Businesses must be diverted to using digital technology in their marketing, in the workshops we provide in the form of training on creating a canvas business model and creating promotional designs using the Canva and Instagram applications.

Keywords: *UMKM, Canvas business model, Canva and Instagram applications*

I. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai kontribusi PDB sebesar 60,51% atau senilai Rp 9.580 triliun, dan mempunyai kemampuan menyerap 96,92% dari total tenaga kerja serta dapat menghimpun sampai 60,42% dari total investasi. Pemerintah telah memberikan dukungan bagi UMKM dalam Program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) sebesar Rp 95,13 Triliun.

Salah satu dukungan pemerintah untuk pemberdayaan perempuan yang mau buka usaha yakni melalui KUR Super Mikro. Selain dukungan berupa dana pemerintah juga mengharapkan UMKM Perempuan agar tetap optimis, berpandangan positif dan tetap semangat dalam menekuni bidang usahanya masing-masing [1].

Dukungan pemerintah melalui KUR Super Mikro bagi kaum perempuan, perlu disambut baik oleh masyarakat, khususnya kaum perempuan. Hal ini dengan membuka usaha sesuai bidang usaha yang dikehendaki. Masyarakat bisa

menangkap peluang usaha yang lebih besar dengan mulai merambah ke pemasaran yang lebih luas, apalagi setelah masa pandemi terjadi beberapa perubahan dalam perilaku konsumennya. Perilaku konsumen adalah sebagai suatu interaksi yang dinamik antara afektif dan kognitif, perilaku dan lingkungan dimana manusia ada dan berhubungan dengan pertukaran aspek-aspek kehidupan mereka.

Selama pandemi, terjadi perubahan perilaku konsumen dalam membeli produk. Hal ini dikarenakan pembatasan ruang gerak, sehingga konsumen memilih berbelanja secara online [2]. Namun setelah berlalunya pandemi dengan sudah ditemukannya vaksin untuk mencegah penularan virus, program pemerintah berupa lockdown sudah dicabut, ternyata perilaku konsumen masih berlanjut tetap lebih merasa nyaman berbelanja online [3]. Hal ini menuntut para UMKM harus mulai beralih sistem bisnisnya secara konvensional menjadi bisnis online. Namun sayangnya para UMKM baru sedikit yang sudah menggunakan sistem online dalam pemasaran produknya dan belum bisa bersaing di dunia digital. UMKM perempuan perlu diberikan pendidikan wirausaha yang tepat.

Menurut data bank dunia (2016), ada 43% UKM formal di Indonesia dipegang oleh perempuan, Namun masih banyak juga perempuan Indonesia masih belum bisa mengakses modal, mengakses pasar, berpartisipasi dalam rantai nilai dan menjadi penyedia pesanan pemerintah sehingga mereka menjalankan usaha informal. Dari sisi pekerja, sebanyak 61,80% perempuan bekerja di sektor informal, hal ini disebabkan karena kurangnya pendidikan [4].

Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) di dalam program kerjanya membentuk perkumpulan para perempuan kepala keluarga yang disingkat PEKKA. Yayasan PEKKA mengajak kaum ibu yang sebagian besar berstatus janda akibat kekerasan dalam rumah tangga (KDRT) dan korban konflik untuk memperoleh akses sumber daya ekonomi. dan membuat perubahan sosial dan mengangkat martabat janda, dan sekitar 80% perempuan kepala keluarga berada pada strata ekonomi rendah [5].

Perempuan anggota Pekka adalah perempuan yang dikarenakan keadaan keluarga sehingga membuat mereka secara tak langsung atau secara tiba-tiba dihadapkan menjadi kepala keluarga yang bukan hanya karena suaminya

meninggal namun juga bisa terjadi karena suaminya tidak bisa lagi mencari nafkah. Ditambah lagi tugas dan tanggung jawabnya dalam keluarga yang harus menjaga dan merawat anak atau orang tua sehingga membuat mereka tidak bisa bekerja di perusahaan atau usaha orang lain, mereka menjadi wirausaha bukan karena keinginan/*passion* mereka sendiri.

Tim dosen Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Maranatha memberikan pembekalan melalui pengabdian masyarakat kepada para perempuan pekka ini bertujuan ingin menyadarkan masyarakat pentingnya belajar kewirausahaan dan konsep pemasaran dengan benar dan memberikan workshop agar masyarakat bisa mandiri menjalankan usahanya sekarang atau pun yang akan datang.

Pemahaman akan kemampuan diri para perempuan Pekka ini perlu dibentuk dengan *mind set* yang benar, bekal ilmu pemasaran dan terutama pemasaran *online* dalam memulai usahanya sendiri. Perempuan memiliki kelebihan yang membuat dirinya bisa lebih sukses dalam berwirausaha, yang sudah ada dalam dirinya sejak lahir. Perempuan mempunyai kemampuan yang setara dengan laki-laki jika diberikan kesempatan yang sama dalam berwirausaha, yang membedakan dengan laki-laki, hanya pada karakteristik *gender*.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan melalui program pengabdian masyarakat pada para anggota Pekka, warga RW 15 Sadang Serang Bandung ini adalah :

1. Mitra belum memiliki *mind set* yang benar, dan belum mengerti konsep pemasaran dan pentingnya membuat merk produk.
2. Mitra yang sudah menjalankan usaha, pemasarannya masih belum luas, karena belum merambah dunia digital.
3. Mitra yang sudah mencoba usaha secara *online* mengalami penurunan omzet pasca pandemi dikarenakan belum memahami benar bersaing di dunia digital.

Solusi yang ditawarkan dalam program pengabdian masyarakat ini pada anggota Pekka, Kelurahan Sadang Serang Bandung adalah:

1. Memberikan penyuluhan tentang *mind set* wirausaha dan konsep pemasaran produk dan merk produk.
2. Memberikan workshop bagaimana pembuatan model bisnis kanvas.
3. Memberikan simulasi menggunakan aplikasi Canva untuk membuat desain promosi yang menarik dan menggunakan aplikasi Instagram untuk pemasaran produknya.

Target dalam pelaksanaan program pengabdian ini adalah:

1. Mitra bisa mempunyai *mind set* wirausaha yang benar baik belum memiliki usaha maupun sedang menjalankan usaha, dan memahami pentingnya konsep pemasaran, dan pembuatan merk produk.
2. Mitra mampu secara mandiri membuat perencanaan bisnis dengan model bisnis kanvas.

3. Mitra mampu secara mandiri membuat desain promosi dan menggunakan aplikasi.

II. Metode Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini, kami membahas rencana penyuluhan kepada Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) Bandung, dan membahas kebutuhan anggota Pekka dalam bidang usahanya, kemudian didelegasikan ke kelurahan Sadang Serang Bandung. Peserta Penyuluhan berjumlah 21 orang Wanita warga RW 15 kelurahan Sadang Serang dan ada penambahan 5 orang warga laki-laki yang berminat ikut belajar. Berikut ini adalah pelaksanaan kegiatan dalam program pengabdian masyarakat ditunjukkan pada Gambar 1 sampai Gambar 5.

- a. Survei pengambilan data, dengan wawancara dengan bapak Andi Iskandi, S.H., Kepala bidang Peningkatan Kualitas Hidup Perempuan (PKHP) Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP3A) dan dengan Kepala Pekka, Ibu Tini Gustini. Pada tahap ini, mendengarkan permasalahan yang terjadi dan kendala yang dihadapi anggota Pekka dalam mencari nafkah terutama yang akan dan sedang memulai usaha. Permasalahan yang paling sering dihadapi anggota Pekka adalah kebiasaan perempuan yang hanya ingin berada di zona nyamannya di rumah dan tidak berani memulai sesuatu yang baru seperti mencari nafkah dengan berwirausaha. Begitu mereka dihadapkan untuk menggantikan laki-laki/suami untuk mencari nafkah, mereka bingung dan takut, dan juga setelah mereka memulai usaha mereka bingung bagaimana memulainya dan terutama dalam memahami pelanggan dan mempertahankannya.
- b. Melihat kondisi lingkungan masyarakat kelurahan Sadang Serang. Pada tahap ini, melihat lokasi pengabdian masyarakat di RW 15 Kelurahan Sadang Serang Bandung (Gambar 1).
- c. Pada hari 1 sesi 1, Ibu Nur, SE, MT memberikan penyuluhan mengenai *mind set* wirausaha dan pada sesi 2, Bapak Allen Kristiawan, SE, MM, memberikan penyuluhan konsep pemasaran dan pentingnya merk produk (Gambar 2).
- d. Workshop hari 1: memberikan arahan pembuatan bisnis Canvas model.
- e. Pada hari 2, Ibu Felicia Abednego, SE, MM memberikan penyuluhan mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran dan workshop hari 2 mengenai pemasaran *online*, dan penggunaan aplikasi Canva dan Instagram (Gambar 4).



Gambar 1. Pertemuan Awal Dengan Pejabat Daerah RW15 Sadang



Gambar 2. Diskusi Dengan Peserta



Gambar 3. Sesi Workshop 1



Gambar 4. Sesi Workshop 2

Metode yang digunakan dalam melakukan pengabdian ini adalah:

1. Memberikan penyuluhan mengenai kewirausahaan, pemasaran dan pemasaran digital selama 2 hari.
2. Memberikan workshop mengenai model bisnis Canvas dan pemasaran digital di 2 hari yang sama dengan di atas.
3. Menambahkan sesi *games* dan foto bersama untuk menceriakan suasana.

III. Diskusi

Kegiatan pengabdian masyarakat yang bertemakan pengembangan bisnis UMKM para anggota Pekka dibawah binaan Dinas Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dilaksanakan pada tanggal 26 dan 27 Mei 2023 di Gedung posyandu RW 15 Kelurahan Sadang Serang. Adapun rincian sesi kegiatannya adalah sebagai berikut:

A. Hari 1: Penyuluhan *Mindset* Kewirausahaan dan Konsep Pemasaran dan Peran Merk dalam Pemasaran serta Workshop Mengenai Model Bisnis Canvas

Mindset kewirausahaan, materi yang disampaikan adalah bahwa dengan melihat perbandingan data jumlah pengusaha yang masih sangat sedikit dibandingkan dengan jumlah penduduk Indonesia, maka Pemerintah Indonesia sangat mendukung pemberdayaan UMKM dan di sisi lain hal itu menunjukkan peluang bisnis yang masih luas di Indonesia. Para UMKM perempuan maupun laki-laki perlu membentuk mind set kewirausahaan yang benar, tidak perlu takut memulai, mulai dulu baru belajar dan juga mempunyai tujuan kebebasan finansial dalam menjalankan usahanya. Usaha yang sudah berkembang bisa diwarikan kepada anak dan cucu, tanpa harus mulai lagi dari awal. Untuk mengembangkan usaha yang luas dan hasil yang cepat perlu memanfaatkan teknologi digital.

Konsep pemasaran, dimana pemasaran adalah suatu fungsi dan rangkaian proses dalam menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemiliknya. Selain itu merupakan suatu proses perilaku konsumen berubah maka pemasaran pun harus berubah, jika tidak maka akan mati usahanya. Strategi pemasaran terdiri dari segmentasi, target pasar dan posisi pasar, dan bauran pemasaran terdiri dari 4P dan 3 P. Selain itu juga pentingnya peran merk pada produk agar dikenal masyarakat luas. Pertanyaan yang dikemukakan peserta:

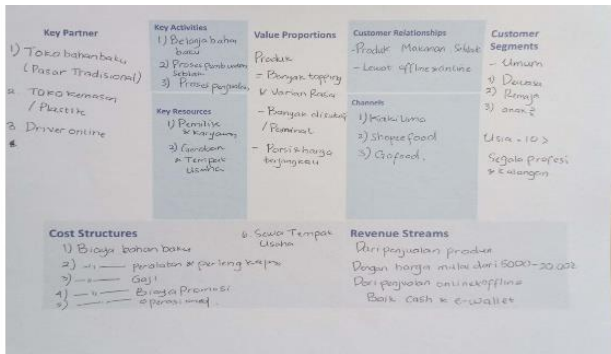
1. Mengapa adanya kolaborasi dimana 2 usaha berdiri berdampingan walaupun hal itu menyebabkan persaingan ketat?
2. Bagaimana tahap awal memulai bisnis *online*.

Jawaban dari pemateri:

1. Kolaborasi 2 usaha berdampingan merupakan suatu strategi bisnis, yang mempunyai beberapa tujuan diantaranya menjadi lebih besar manfaatnya, lebih efisien dan efektif dan ada faktor lainnya.
2. Untuk memulai bisnis *online* perlu adanya pemisahan akun pribadi dan akun bisnis, perbanyak relasi dengan menambah *follower* dan pertemanan di sosial media.

Workshop mengenai pembuatan model bisnis canvas, model bisnis canvas merupakan model bisnis yang menunjukkan gambaran logis mengenai bagaimana sebuah

organisasi menciptakan menghantarkan dan menangkap sebuah nilai, dan dalam model ini mempunyai 9 elemen yaitu: *customer segment, customer relationship, customer channel, revenue structure, value proposition, key activities, key resource, cost structure, dan key partners* [6]. Contoh model bisnis kanvas ditunjukkan dalam Gambar 5.



Gambar 5. Contoh Model Bisnis Kanvas

B. Hari 2 Penyuluhan dan Workshop Mengenai Pemasaran Digital dengan Menggunakan Aplikasi Canva dan Instagram

Pemasaran digital. Pentingnya pemanfaatan teknologi digital terutama pasca pandemi Covid 19 sekarang ini. Macam-macam media sosial yang bisa digunakan [7,8].

Workshop penggunaan aplikasi Canva dan Instagram. Penggunaan aplikasi Canva untuk merancang promosi yang menarik dan kreatif dan tata cara penggunaan Instagram dalam pemasaran. (Gambar 6).

Hasil yang diperoleh dari hasil survei yang disebarakan melalui kuesioner sebelum dan sesudah penyuluhan diperoleh bahwa penyuluhan 2 hari tanggal 26-27 Mei 2023 dirasa masih kurang lama, para peserta merasa pengabdian masyarakat ini memberikan banyak pengetahuan baru dalam mengembangkan usaha mereka.

Peserta yang sudah mempunyai usaha, mengetahui dengan pasti rencana ke depan setelah mendapat ilmu dari pengabdian masyarakat ini daripada yang belum mempunyai usaha. Namun demikian walaupun belum mempunyai usaha mereka sudah memahami bahwa belajar kewirausahaan dan pemasaran itu perlu untuk masa depan mereka.

IV. Kesimpulan

Pengabdian Masyarakat ini dapat disimpulkan bahwa UMKM perlu bekal ilmu kewirausahaan dan pemasaran dalam menghadapi dampak perubahan yang terjadi baik yang sekarang maupun yang akan datang. Pemeran penting adalah UMKMnya sendiri, pemasaran digital adalah alat untuk mempercepat dan memperluas pengembangan usaha dan harus dipelajari secara berkesinambungan. Teknologi semakin cepat, tentunya pengusaha harus lebih sigap. Dari hasil evaluasi kegiatan pengabdian Masyarakat ini peserta merasakan manfaat yang besar dalam memulai usaha dan

mengembangkan usahanya dengan pemasaran digital yang lebih luas jangkauan pasarnya. Peserta sudah mulai memahami cara membuat bisnis kanvas dan promosi yang menarik dengan aplikasi Canva. Dan untuk pengabdian masyarakat berikutnya, tim pengabdian akan memberikan pembinaan secara lebih intensif kepada para peserta yang ingin mengembangkan bisnis digitalnya. Pembinaan yang diharapkan bisa mengarahkan secara langsung agar produk mereka benar-benar siap dipasarkan secara luas ke seluruh Bandung atau bahkan sampai ke seluruh Indonesia dengan memperhatikan secara detail pembuatan produk yang berkualitas, promosi menarik dan juga sampai proses pengiriman barang sampai ke tangan konsumen.



Gambar 6. Contoh Hasil Canva dan Instagram oleh Peserta

Ucapan Terima Kasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung kegiatan pengabdian masyarakat ini. Terima kasih kepada pihak LPPM Universitas Kristen Maranatha, Fakultas Bisnis Universitas Kristen Maranatha, Dinas Pemberdayaan dan Perlindungan Anak, Pimpinan Kelurahan Sadang Serang, Ketua RW 15 Sadang Serang dan Ketua Pekka Provinsi Bandung.

Daftar Pustaka

- [1] Ekon Go Id. 2021. Pemerintah dorong UMKM perempuan untuk bangkit, tangguh, dan naik kelas. Diunduh dari: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3348/pemerintah-dorong-umkm-perempuan-untuk-bangkit-tangguh-dan-naik-kelas>
- [2] Sakapurnama E, Fitri N. Impact of pandemic Covid -19 on consumer purchase intention: Empirical study from Indonesia. *Jur Ilm Kel & Kons.* 2023;16:84-94.

- [3] Sudirman. Rekonstruksi pola perilaku ekonomi dan krisis pesona yang dihadapi produsen di masa pandemi Covid-19. *Forum Ekonomi*. 2022;24(1): 73-80.
- [4] Indriani. Bantu masyarakat terdampak pandemi lewat penguatan ekonomi perempuan kepala keluarga, Disitasi pada tanggal 03 Agustus 2021. Diunduh dari: <https://www.suara.com/pressrelease/2021/08/03/130729/bantu-masyarakat-terdampak-pandemi-lewat-penguatan-ekonomi-perempuan-kepala-keluarga>
- [5] Kompas. Upaya Yayasan PEKKA, berdayakan perempuan kepala keluarga dengan Koperasi Simpan Pinjam. Disitasi pada tanggal 12 Desember 2020. Diunduh dari: <https://biz.kompas.com/read/2020/12/23/150954728/upaya-yayasan-pekka-berdayakan-perempuan-kepala-keluarga-dengan-koperasi-simpan>
- [6] Ostewalder A, Pigneur Y. *Business model generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo; 2015.
- [7] Ho VT, Phan NT, Le-Hoang PV. Impact of electronic word of mouth to the purchase intention - the case of Instagram. *Independent Journal of Management & Production*. 2021;12(4):1019–1033.
- [8] Yusuf AS, Che Hussin AR, Busalim AH. Influence of e-WOM engagement on consumer purchase intention in social commerce. *Journal of Services Marketing*. 2018;32(4):493–504.