

Volume 5 Nomor 2 Desember 2021

p-ISSN  
2613-9279

e-ISSN  
2615-2991

# JOMC

JURNAL ABDIMAS  
MUSI CHARITAS



Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat  
Universitas Katolik Musi Charitas Palembang



# JURNAL

## ABDIMAS MUSI CHARITAS

Jurnal ini diterbitkan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Katolik Musi Charitas (UKMC). Jurnal ini diterbitkan dua kali dalam setahun, yaitu pada bulan Juni dan Desember. Jurnal ini berisikan tulisan-tulisan yang dihasilkan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat baik dosen internal UKMC maupun di luar UKMC.

### **Redaksi Jurnal**

**Ketua Penyunting :**

Ega Leovani, S.E., M.Si

#### **Mitra Bestari :**

Chatarina Bandranawang Palupi, Ph.d (Universitas Katolik Parahyangan)

Dr. Heri Setiawan, S.T., M.T. (Universitas Katolik Musi Charitas)

Dr. Chandra astra Terenggana, S.E., M.M (Universitas Katolik Musi Charitas)

#### **Sekretariat :**

Ega Leovani, S.E., M.Si

#### **Distribusi dan Sirkulasi :**

Bernaditus Dion Yoeswanda

Caren Nabilla Kusuma

#### **Alamat Sekretariat :**

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat

Universitas Katolik Musi Charitas Palembang

Jl. Bangau No. 60 Palembang 30113

Telp/Fax (0711) 369728 / 321801

[www.ukmc.ac.id](http://www.ukmc.ac.id)

# JURNAL

## ABDIMAS MUSI CHARITAS

### DAFTAR ISI

<b>Pengakuan Pendapatan Dan Beban Perusahaan Jasa Konstruksi Pada Pt Jaya Abadi Sriwijaya</b> Rifani Akbar Sulbahri, Yuni Adinda Putri, Yuni Rachmawati .....	42-45
<b>Bimbingan Teknis Problematika Dan Tata Kelola Usaha Wilayah Binaan Dinas Koperasi Dan Umkm Kabupaten Demak</b> Pancawati Hardiningsih, Novita Mariana, Ceacilia Srimindarti, Sulastri .....	46-54
<b>Pelatihan Pengakuan, Pengukuran, Dan Pencatatan Aset Pada Masyarakat Pengrajin Songket Di Desa Muara Penimbung Ilir</b> Efva Octavina Donata Gozali, Agung Putra Raneo, Ruth Samantha Hamzah, Anisa Listya .....	55-61
<b>Peningkatan Daya Saing Umkm Di Era New Normal Melalui Strategi Pembuatan Konten Promosi Digital</b> Hera Febria Mavilinda, Akhmad Nazaruddin, Islahuddin Daud, Muhammad Ichsan Siregar .....	62-70
<b>Pentingnya Edukasi Keuangan Keluarga</b> Suramaya Suci Kewal, Yohanes Andri Putranto, Anastasia Sri Mendari, Heriyanto, Agustinus Widyartono .....	71-77
<b>Resiliensi Keluarga Melalui Pemberdayaan Ekonomi Peran Ibu Di Masa Pandemi</b> Ignasius Heri Satria Wangsa, Agustinus Riyanto, Maria Josephine Tyra, Lina, Johan Gunady Onny, Maria Ignasia Galuh Parwati.....	78-83
<b>Pelatihan Penjualan Menggunakan E-Commerce Dalam Situasi Pandemi Covid-19 Di Umkm Kelurahan Sukajaya</b> Andini Utari Putri, Vhika Meiriasari, Faradillah Hakim .....	84-91
<b>Pelatihan Kewirausahaan Dan Pembukuan Kekinian Dengan Menggunakan Aplikasi Buku Kas</b> Candra Astra Terenggana, Kusmawati, Micheline Rinamurti, Weny Putri, Khairunnisa .....	92-97

**Pelatihan Pembuatan Media Pembelajaran Di Sekolah Yayasan Pembinaan Anak Cacat (Ypac) Palembang**

Stefanus Setyo Wibagso, Ria Triayomi, Ignasius Putera Setiahati, Sukarman, Masayu Jamilah .....98-104

**Studi Kelayakan Bumdes Ngingas Makmur Abadi, Waru - Sidoarjo Sebagai Teaching Industry Dalam Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (Mbkm)**

Arif Handiwibowo, Mokhammad Suef.....105-112

## PENGAKUAN PENDAPATAN DAN BEBAN PERUSAHAAN JASA KONSTRUKSI PADA PT JAYA ABADI SRIWIJAYA

**Rifani Akbar Sulbahri<sup>1\*</sup>**

Fakultas Ekonomi, Universitas Tridianti Palembang  
email: rifaniakbar.sulbahri@univ-tridianti.ac.id

**Yuni Adinda Putri<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi, Universitas Tridianti Palembang  
email: yuni\_adinda@univ-tridianti.ac.id

**Yuni Rachmawati<sup>3</sup>**

Fakultas Ekonomi, Universitas Tridianti Palembang  
email: yunirachmawati@univ-tridianti.ac.id

### ABSTRAK

*Semakin gencarnya pembangunan, semakin menjamur pula perusahaan jasa konstruksi di Indonesia. Tingginya persaingan sekaligus menjadi tantangan bagi perusahaan ini untuk harus mampu bertahan bahkan menjadi unggul di kelasnya. Kinerja perusahaan konstruksi tentu dapat terlihat dalam Laporan Keuangan yang dapat diperbandingkan per-periodenya. Timbul permasalahan ketika pengeluaran perusahaan konstruksi telah terjadi namun penghasilan belum didapatkan, sedangkan pada periode itu sudah harus menyajikan laporan keuangan tersebut dilaksanakan. Pada perusahaan konstruksi terdapat hal yang spesifik dalam menentukan waktu dari pendapatan, yaitu titik dimana pendapatan harus diakui dan dilaporkan. Pada umumnya pendapatan diakui pada saat pekerjaan selesai. Namun menurut standar akuntansi keuangan, perusahaan konstruksi dimungkinkan untuk mengakui pendapatan selama berlangsungnya produksi sesuai dengan tahap penyelesaian kontrak. PSAK No.34 tahun 2010 tentang akuntansi kontrak konstruksi menggambarkan perlakuan akuntansi pendapatan dan beban yang berhubungan dengan kontrak konstruksi, tanggal saat aktivitas mulai dilakukan dan tanggal saat aktivitas tersebut diselesaikan biasanya jatuh ditanggal yang berbeda. Salah saji dalam pengakuan pendapatan dan beban akan berdampak buruk bagi perusahaan. Penilaian performa yang tidak tepat akan membuat keputusan manajemen yang tidak tepat pula. Oleh karena itu sosialisasi dalam bentuk pendampingan pengakuan pendapatan dan beban perusahaan konstruksi perlu kami lakukan pada PT Jaya Abadi Sriwijaya.*

**Kata Kunci:** Konstruksi, PSAK No.34, Laporan Keuangan

### ABSTRACT

*The more intensive the development, the more mushrooming of construction service companies in Indonesia. The high competition is also a challenge for this company to be able to survive and even become superior in its class. The performance of construction companies can certainly be seen in the financial statements that can be compared per period. Problems arise when the construction company's expenses have occurred but the income has not been obtained, while in that period it is necessary to present financial statements. is implemented. In construction companies, there is a specific point in determining the timing of revenue, namely the point at*

---

\*Koresponden

*which revenue must be recognized and reported. In general, revenue is recognized when the work is completed. However, according to financial accounting standards, it is possible for construction companies to recognize revenue during the course of production in accordance with the stage of contract completion. PSAK No. 34 of 2010 concerning accounting for construction contracts describes the accounting treatment of income and expenses related to construction contracts, the date when the activity is started and the date when the activity is completed usually falls on a different date. company. Improper performance appraisal will make management decisions that are not right as well. Therefore, socialization in the form of assistance in recognizing the income and expenses of construction companies needs to be carried out at PT Jaya Abadi Sriwijaya*

**Keywords:** *Construction, PSAK No. 34, Financial Report*

## 1. PENDAHULUAN

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan suatu media untuk menjembatani dunia pendidikan dengan masyarakat. *Sharing* pengetahuan antara dosen dengan praktisi dalam hal ini perusahaan dapat menjadi salah satu alternative pengembangan masyarakat, termasuk bagi perusahaan jasa konstruksi.

Semakin gencarnya pembangunan, semakin menjamur pula perusahaan jasa konstruksi di Indonesia. Tingginya persaingan sekaligus menjadi tantangan bagi perusahaan ini untuk harus mampu bertahan bahkan menjadi unggul di kelasnya. Kinerja perusahaan konstruksi tentu dapat terlihat dalam Laporan Keuangan yang dapat diperbandingkan per-periodenya. Timbul permasalahan ketika pengeluaran perusahaan konstruksi telah terjadi namun penghasilan belum didapatkan, sedangkan pada periode itu sudah harus menyajikan laporan keuangan. Lantas apakah pengeluaran yang telah terjadi harus diakui pada periode bersangkutan, yang akan menyebabkan perusahaan seakan mengalami *deficit*?

Selain penetapan harga jual, pengakuan pendapatan juga termasuk hal terpenting dalam perusahaan konstruksi, karena pendapatan merupakan salah satu elemen dalam laporan keuangan yang bersifat material. Pendapatan adalah hasil penjualan barang dan jasa yang dibebankan kepada langganan / mereka yang menerima.

Persoalan utama dalam akuntansi kontrak konstruksi adalah alokasi pendapatan kontrak dan biaya kontrak pada periode dimana pekerjaan konstruksi tersebut dilaksanakan.

Pada perusahaan konstruksi terdapat hal yang spesifik dalam menentukan waktu dari pendapatan, yaitu titik dimana pendapatan harus diakui dan dilaporkan. Pada umumnya pendapatan diakui pada saat pekerjaan selesai. Namun menurut standar akuntansi keuangan, perusahaan konstruksi dimungkinkan untuk mengakui pendapatan selama berlangsungnya produksi sesuai dengan tahap penyelesaian kontrak.

PT Jaya Abadi Sriwijaya (PT JAS) merupakan perusahaan jasa konstruksi berlokasi di kecamatan Alang-Alang Lebar Palembang. PT JAS merupakan perusahaan jasa konstruksi yang baru didirikan di awal tahun 2018. Aktivitas perusahaan masih relative sedikit. Pendapatan dan pengeluaran yang terjadi dilaporkan dalam laporan pertanggung jawaban yang masih sangat sederhana. Laporan keuangan bulanan maupun tahunan yang disajikan PT JAS masih menggunakan PSAK secara umum, dan belum menggunakan PSAK No 34.

PSAK No.34 tahun 2010 tentang akuntansi kontrak konstruksi menggambarkan perlakuan akuntansi pendapatan dan beban yang berhubungan dengan kontrak konstruksi, tanggal saat aktivitas mulai dilakukan dan tanggal saat aktivitas tersebut diselesaikan biasanya jatuh ditanggal yang berbeda.

Salah saji dalam pengakuan pendapatan dan beban akan berdampak buruk bagi perusahaan. Penilaian performa yang tidak tepat akan membuat keputusan manajemen yang tidak tepat pula. Oleh karena itu sosialisasi dalam bentuk pendampingan pengakuan pendapatan dan beban perusahaan konstruksi

perlu kami lakukan pada PT Jaya Abadi Sriwijaya.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat bertempat di PT Jaya Abadi Sriwijaya di Jl.Sanjaya 10, Palembang. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 9 Juli 2018. Teknis Pelaksanaan dilakukan dengan melakukan sosialisasi dalam bentuk pendampingan kepada pimpinan PT JAS dan seluruh karyawan.

**Tabel 1. Susunan Acara**

Waktu	Materi	Narasumber	Alat
09.00 – 09.15	Pembukaan	Yuni	Proyektor,
09.15 – 09.45	Kata sambutan dari Pimpinan PT Abadi Sriwijaya	Rachmawati Pimpinan PT JAS Mgs.A.Defri zal, S.Th.I	LCD, Laptop, Sound system.
09.45 – 10.00	Kata sambutan dari TIM	Rifani Akbar	
10.00 – 12.00	Penyampaian materi pengabdian	Sulbahri	
12.00 – 13.00	1.Pendapatan Metode Persentase Penyelesaian, Pendapatan Kontrak.	Yuni Adinda Putri Rifani Akbar	
13.00 – 14.00	2. Pengukuran Pendapatan, Pengakuan Pendapatan dan Beban Kontrak,	Sulbahri	
14.00 – 15.00	3. Pengakuan Pendapatan Menurut PSAK No.34	Yuni Rachmawati	
15.00 – 16.00	ISHOMA		
16.00 – 16.15	Tanya Jawab Ramah Tama dan Foto-Foto		

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang kami laksanakan di perusahaan kontraktor, PT Jaya Abadi Sriwijaya (JAS) disambut baik oleh pimpinan dan para peserta pengabdian. Kata Sambutan dari Pimpinan PT JAS dan selanjutnya penyampaian materi oleh ketiga anggota PKM. Para peserta sangat antusias terhadap materi yang disampaikan dalam pengabdian masyarakat ini. Materi disampaikan secara sistematis agar peserta bisa mengikuti dan paham. Sejumlah pertanyaanpun diajukan oleh peserta.

Para peserta pengabdian khususnya staf keuangan lulusan sarjana akuntansi namun masih belum tepat dalam menyajikan laporan keuangan perusahaan konstruksi. Perusahaan

PT Perusahaan yang baru berdiri dan belum banyaknya aktivitas. Laporan keuangan yang disajikan belum sesuai PSAK 34 tentang akuntansi jasa konstruksi. Pendapatan belum dicatat menggunakan metode persentase penyelesaian maupun metode kontrak selesai. Pendapatan hanya dicatat pada tanggal dimana penerimaan terjadi, begitupula untuk mencatat pengeluaran.

Setelah mengikuti pengabdian ini, staf keuangan menjadi lebih mengetahui tentang pengakuan pendapatan dan beban untuk PT JAS. Sehingga laporan keuangan yang terdiri dari neraca, dan laporan laba rugi periode 2018 ini diharapkan sudah dapat disajikan sesuai PSAK 34. Dengan penyajian laporan keuangan yang telah sesuai dengan standarnya, diharapkan PT JAS mampu bersaing baik dari segi investasi menggunakan laporan keuangan untuk pihak internal maupun eksternal misalnya untuk pendanaan dari Bank.



**Gambar 1. Sosialisasi dan Pendampingan**

## 4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan, dapat ditarik beberapa simpulan sebagai berikut;

1. Perusahaan konstruksi harus memahami PSAK 34 karena perusahaan konstruksi memiliki perlakuan akuntansi yang khusus.
2. Pengetahuan karyawan yang masih minim tentang pengakuan pendapatan dan beban perusahaan konstruksi sehingga karyawan perlu diberikan pelatihan tambahan mengenai akuntansi jasa konstruksi. Hal ini diketahui dari beberapa pertanyaan pembuka yang disampaikan oleh penyaji yang belum bisa dijawab oleh peserta.
3. Penyampaian materi tentang pengakuan pendapatan dan beban perusahaan konstruksi kepada peserta pelatihan dapat meningkatkan pengetahuan sekaligus sebagai stimulan agar karyawan dan manajemen dapat menyajikan laporan keuangan secara mandiri.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridianti Palembang
2. Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Tridianti Palembang
3. PT. Jaya Abadi Sriwijaya
4. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat
5. Semua yang tidak bisa disebutkan satu per satu

#### 6. REFERENSI

- Ikatan Akuntan Indonesia 2010. *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No.34: Kontrak Konstruksi ( Revisi 17 Desember 2010)* Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia
- IAI. 2009, “*Pedoman Standar Akuntansi Keuangan*”. Jakarta : Salemba Empat.
- IAI. 2007, “*Pedoman Standar Akuntansi Keuangan*”. Jakarta : Salemba Empat.

Dewan Standar Akuntansi Keuangan.2012, “ *Standar Akuntansi Keuangan*”. Jakarta : Ikatan Akuntan Indonesia

International Financial Reporting Standards – Certificate Learning Material *The Institute of Chartered Accountants, England and Wales*

**BIMBINGAN TEKNIS PROBLEMATIKA DAN TATA KELOLA USAHA  
WILAYAH BINAAN DINAS KOPERASI DAN UMKM KABUPATEN DEMAK**

**Pancawati Hardiningsih<sup>1</sup>**

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank Semarang  
email: pancawati@edu.unisbank.ac.id

**Novita Mariana<sup>2</sup>**

Fakultas Teknologi Informatika, Universitas Stikubank Semarang  
email: novita\_mariana@edu.unisbank.ac.id

**Ceacilia Srimindarti<sup>3</sup>**

Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Stikubank Semarang  
email: caecilia@edu.unisbank.ac.id

**Sulastri<sup>4</sup>**

Fakultas Teknologi Informatika, Universitas Stikubank Semarang  
email: sulastri@edu.unisbank.ac.id

**ABSTRACT**

*The failure of a business carried out by novice entrepreneurs occurs because they set up a business without thinking. This happens because the preparation is not yet mature, so that it develops its business on the fly and many adjustments must be made during the course of the business because from the start the business model is not right. This happened to MSME players and cooperatives under the guidance of the Department of Cooperatives and UMKM in Demak Regency. The canvas business model is an alternative design using a business model, it will be easier to get business certainty, it is easy to see the current state of the business and how to advance it. This business model can also be used as a basis for creating a business plan. Guidance is carried out as a form of understanding the introduction of a strategy to read business conditions and potential, governance and growth up zone of internal and external potential for good and structured management of MSMEs and cooperatives for business actors. The result of this training activity is that cooperative managers and SME entrepreneurs have the knowledge, insight and are able to make a business model that fits the business plan.*

*Keywords: Technical Guidance, Business Plan, Canvas Business Model*

**ABSTRAK**

*Kegagalan sebuah usaha yang dilakukan pengusaha pemula terjadi karena mereka mendirikan usaha tanpa berpikir panjang. Hal ini terjadi karena persiapannya belum matang sehingga mengembangkan bisnisnya sambil berjalan dan banyak penyesuaian yang harus dilakukan selama jalannya usaha karena dari awal model bisnisnya belum tepat. Hal ini terjadi pada pelaku UMKM maupun Koperasi binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Demak. Model bisnis kanvas merupakan salah satu alternative design dengan menggunakan model bisnis, akan lebih mudah untuk mendapatkan kepastian bisnis, mudah untuk melihat keadaan bisnis pada masa sekarang dan bagaimana memajukannya. Model bisnis ini juga bisa dipakai sebagai dasar untuk membuat rencana bisnis. Bimbingan dilakukan sebagai bentuk pemahaman pengenalan strategi membaca kondisi usaha dan potensi, tata kelola serta growth up zone potensi internal maupun eksternal pengelolaan UMKM dan koperasi yang baik dan terstruktur bagi pelaku*

*usaha. Hasil dari kegiatan pelatihan ini para pengelola koperasi dan pelaku usaha UMKM memiliki pengetahuan, wawasan dan mampu membuat model bisnis yang sesuai dengan rencana bisnis.*

**Kata kunci:** *Bimbingan Teknis, Rencana Bisnis, Model Bisnis Kanvas*

## 1. PENDAHULUAN

Informasi terakhir dari BPS dan kementerian KUMKM menunjukkan bahwa jumlah koperasi dan usaha mikro kecil menengah (KUMKM) di Indonesia di akhir 2020 mencapai 53,8 juta. Kondisi ini menunjukkan banyak KUMKM yang dimunculkan di media massa sehingga menjadikan perusahaan besar seperti bank-bank pun berlomba-lomba mendukung KUMKM melalui penggelontoran dana seperti kredit usaha rakyat (KUR) maupun *event-event* pameran. Keberhasilan yang diraih KUMKM termasuk yang dijalankan oleh anak-anak muda menjadi hal yang dapat menginspirasi banyak pengusaha muda lain dalam memulai usaha. Namun dalam prakteknya banyak KUMKM yang gagal dalam setahun sehingga perlu dikaji penyebabnya (Astuti, 2014). Data prosentase kegagalan KUMKM setelah setahun didirikan, agak susah untuk diperoleh. Pernyataan yang mudah kita sampaikan bahwa mereka kekurangan modal, dan banyak masalah lain yang menjadikan gagalnya usaha. Salah satu sebab kegagalan KUMKM untuk tumbuh adalah karena mereka tidak punya model bisnis yang tepat (Zimmerer, Thomas dan Scarborough, 2008). Untuk itu perlu memahami model bisnis yang tepat, cara mengembangkan atau mendesain model bisnis secara mudah dan menarik. Di sisi lain, banyak *entrepreneur*, terutamapengusaha pemula, mendirikan usaha tanpa berpikir panjang. Mereka mengembangkan bisnisnya sambil berjalan. Hasilnya, ada yang sukses karena momennya tepat, ada yang gagal karena ternyata persiapannya belum matang, dan banyak juga yang terus-menerus melakukan penyesuaian di sana-sini selama jalannya perusahaan karena dari awal model bisnisnya belum tepat.

Demikian juga beberapa kendala dan permasalahan yang dirasakan oleh objek pelatihan di kabupaten Demak ini sebagai

berikut :

1. Sesuai dengan upaya pemerintah yang sedang mendorong dan memberdayakan sektor riil yaitu tumbuh kembangnya pelaku usaha di Indonesia, namun di kabupaten Demak yang terjadi adalah masih rendahnya pertumbuhan UMKM yang aktif berproduksi. Hal ini dikarenakan masih rendahnya pertumbuhan usaha mikro baru. Termasuk masih rendahnya peningkatan skala usaha bagi usaha mikro. Kurangnya peningkatan KUB/klaster skala usaha mikro, dan masih kurangnya jejaring usaha oleh KUB klaster usaha mikro.
2. Kondisi ini juga terjadi pada masih rendahnya koperasi yang aktif dan sehat. Hal ini dikarenakan masih rendahnya manajemen koperasi, dan belum semua Koperasi di Kabupaten Demak memiliki kinerja yang baik
3. Maraknya usaha yang sama dan serupa, sejenis dan musiman yang seringkali menjamur dan muncul sesaat sehingga membutuhkan pendampingan dalam menjalankan usahanya

Adanya permasalahan di atas, maka perlu pengolahan pemahaman yang mendasar apa yang seharusnya dilakukan oleh seorang pelaku usaha. Oleh karenanya sangat perlu alternatif rencana bisnis, pada KUMKM untuk memulai menggunakan model bisnis yang tepat (Manajemen, 2014). Faktanya, mengembangkan model bisnis terbukti lebih mudah dibandingkan membuat rencana bisnis. Dengan memakai kanvas model, kita bisa merancang berbagai skenario bisnis dan kemudian memilih bisnis mana yang paling disukai (Barokah, 2018).

Rencana bisnis menyajikan lebih lengkap, rumit dan banyak membutuhkan waktu untuk membuatnya (Rangkuti, 2005). Jika ada perubahan dalam rencana, akan sangat sulit

untuk mengubah rencana yang saling berkaitan. Seringkali rencana bisnis yang baru selesai dibuat sudah tidak relevan lagi dengan keadaan di lapangan karena cepatnya perubahan atau kebutuhan kondisi pasar. Jadi dengan menggunakan model bisnis, kita lebih mudah untuk mendapatkan kepastian bisnis, mudah untuk melihat keadaan bisnis pada masa sekarang dan bagaimana memajukannya. Selain itu, model bisnis juga bisa dipakai sebagai pijakan untuk membuat rencana bisnis.

Tata kelola bisnis merupakan strategi yang harus dibuat sebuah bisnis sebelum mulai berkompetisi dengan bisnis lainnya. Strategi yang harus dijelaskan dalam sebuah model bisnis berikut adalah penanganan problematika yang berhubungan dengan banyak aspek dalam sebuah bisnis, seperti mengatur hubungan dengan supplier, distributor atau dengan para pelanggan secara langsung (Dewobroto, 2016).

Pertumbuhan ekonomi yang semakin berkembang, tidak langsung berdampak luas pada dunia bisnis, khususnya bisnis UKM maupun koperasi pada skala yang lebih besar. Jumlah bisnis UKM dan koperasi yang terus bertambah sangat membantu pemulihan kondisi perekonomian negara secara perlahan (Giyanto dan Hikmah, 2017).

Kemajuan seperti ini tentu bukan hanya diraih dalam waktu yang singkat. Ada banyak pembelajaran, trik dan teknik khusus yang dilakukan oleh masing-masing pelaku bisnis UKM tersebut. Salah satunya adalah menerapkan teknik bisnis model canvas (BMC). Alexander Osterwalder pertama kali memperkenalkan model tersebut memaparkan bagaimana sebuah kerangka kerja pada sebuah bisnis bisa dilakukan dan memungkinkan pemilik bisnis untuk menggambarkan pola bisnisnya, mendesain dan kemudian mengerucutkan beberapa aspek bisnis menjadi satu strategi bisnis yang utuh (Sort dan Nielsen, 2018).

Adanya permasalahan yang dihadapi pelaku usaha dan koperasi binaan di kabupaten Demak, maka perlu pemutakhiran, pengembangan dan penajaman serta pendampingan untuk membentuk pola dan mendesain usaha maupun mendesain ulang bagi pelaku UMKM maupun Koperasi. Hal ini

dilakukan untuk meningkatkan pertumbuhan UMKM yang masih pasif berproduksi dan masih rendahnya tingkat kesehatan dan kurang aktifnya koperasi binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Demak. Kegiatan bimtek ini dilakukan sebelum terjadinya pandemic Covid-19. Adapun tujuan pengabdian masyarakat ini antara lain:

1. Menyegarkan strategi dan menajamkan potensi yang belum terekplorasi bagi khalayak pelaku UMKM maupun Koperasi binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Demak.
2. Menyusun dan merekayasa ulang potensi masing-masing UMKM maupun koperasi dengan berbagai daya tarik pengguna dan nasabah/klien jasa koperasi melalui bisnis kanvas model.
3. Menjalin, mengeratkan serta upaya kerjasama yang saling menguntungkan bagi Tim Pengabdian Masyarakat Unisbank, pelaku UMKM maupun Koperasi binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Demak.

Solusi yang ditawarkan pada pelaku UMKM maupun Koperasi binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Demak perlu pengarahan dan fasilitasi dalam sebuah pelatihan terstruktur dan berkesinambungan dalam sebuah prosedur sebagai berikut:

1. Menggambarkan pola dan urutan penyampaian informasi yang runut dalam bentuk pelatihan intensif dan terpadu tentang potensi, tata kelola dan *growth up zone* potensi UMKM dan koperasi masing-masing pengelola usaha.
2. Memantau, mengarahkan dan perlunya pemahaman pengenalan strategi membaca kondisi usaha secara internal maupun eksternal masing-masing pelaku usaha melalui *bisnis plan*.
3. Mempraktikkan bagaimana merancang/merancang ulang peluang usaha yang memiliki potensi tepat dan akurat dan pengelolaan UMKM dan koperasi yang baik dan terstruktur agar dapat bertahan dalam jangka panjang melalui bisnis kanvas model.



dan terstruktur. Akhir kegiatan ini digambarkan pola dan urutan penyampaian informasi secara sistematis dalam bentuk pelatihan intensif dan terpadu tentang potensi, tata kelola dan *growth up zone* potensi UMKM dan koperasi masing-masing pengelola usaha.

Pelaksanaan pengabdian dan program pendampingan dilakukan kurang lebih 2 bulan yaitu Oktober hingga November 2020. Secara keseluruhan rencana kegiatan diawali dari survey dan surat menyurat, pembuatan modul pelatihan, persiapan tempat pelatihan, dan pelaksanaan pelatihan. Adapun pelaksanaan kegiatan dimulai dari persiapan, koordinasi hingga implementasi program. Beberapa kendala yang dihadapi tim pelaksana adalah proses transfer informasi dan pendampingan dimana terlihat adalah multipersepsi para peserta dalam menyikapi paparan yang disampaikan, mengingat para peserta adalah perwakilan dari masing-masing koperasi yang bukan sebagai pemegang kebijakan dan strategi secara langsung pada koperasinya masing-masing.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kerjasama dan *follow up* pelaksanaan program pengembangan UMKM dan Koperasi bagi para pelaku UMKM maupun Koperasi binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Demak dilakukan antara Tim Pengabdian dan Penelitian Universitas Stikubank (UNISBANK) Semarang dengan Dinas Koperasi binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Demak. Kegiatan ini dilakukan dalam upaya merekatkan nilai-nilai kebersamaan dan kebersahajaan sekaligus pemantapan dalam bentuk workshop dan pelatihan bagi para pelaku UMKM maupun Koperasi binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Demak.

Pengabdian bagi para pelaku UMKM dan Koperasi ini mengkolaborasikan beberapa dosen dan mahasiswa dalam pembagian tanggung jawab pekerjaan untuk mempersiapkan, mengelola dan mengupayakan agar pengabdian dapat berjalan dengan baik dan sukses. Evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat dalam pelaksanaannya dapat disampaikan sebagai berikut;

1. Kooperativasi yang dimunculkan baik dari

panitia hingga Dinas Koperasi dan UMKM Kab Demak sendiri menjadi sebuah semangat bagi tim pengabdian dalam memaparkan materi demi materi yang ditargetkan.

2. Masa pandemic yang sedang dijalani menjadi ulasan pertama, dimana paparan dan durasi terutama menjadi koreksi yang pada akhirnya menjadi kesepakatan dan pemahaman bersama dan hasil berefek pada ulasan yang kurang maksimal dan efektif.
3. Kegiatan yang dilakukan secara berturut-turut bersamaan dengan pelaksanaan program dari dinas koperasi dan UMKM Kab. Demak sebagai mediator dari pemerintah memberi andil hasil target materi yang tersampaikan belum begitu maksimal, utamanya para peserta yang ditugaskan menjadi sedikit terkoreksi dan terkesan sekedar menggugurkan kewajiban.
4. Kerjasama yang terjalin sudah baik dan perlu ditindaklanjuti sebagai *follow up* pemaparan materi demi materi.

Kendala sederhana dan beberapa evaluasi masih ditemui seperti koordinasi yang kurang antara tim pelaksana maupun ketepatan waktu mengingat banyaknya dan pendampingan satu persatu dengan harapan maksimalisasi proses pelaksanaan dari satu program ke program berikutnya akan menjadi koreksi yang tercatat untuk pelaksanaan program berikutnya. Adanya kendala tersebut maka ada permintaan dan minatnya para khalayak untuk pelaksanaan program ini dilaksanakan kembali untuk lebih mengintensifkan beberapa program yang belum terealisasi.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dinyatakan berhasil sesuai dengan rencana dimana seperti nampak antusias dan peran aktif para delegasi koperasi maupun pelaku UMKM yang ditugaskan mencoba menganalisa dan menerjemahkan strategi yang tepat berikutnya dalam pengembangan dan tumbuhnya koperasi/UMKM yang dikelola. Indikator keberhasilan ini nampak pada antusias peserta program pelaksana dan respon peserta menjadi sebuah energi untuk terus berbagi dan

bersinergi.

Berikut hasil sosialisasi dan pendampingan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dalam workshop tentang perlunya pemahaman pengenalan strategi membaca kondisi usaha secara internal maupun eksternal masing-masing pelaku usaha. Tidak kalah penting mempersepsikan pola yang sama tentang potensi usaha yang tepat dan akurat tentang pengelolaan UMKM dan koperasi yang baik dan terstruktur (SindoNews, 2018). Terakhir pelatihan ini dengan menggambarkan pola dan urutan penyampaian informasi secara sistematis dalam bentuk pelatihan intensif dan terpadu tentang potensi, tata kelola dan *growth up zone* potensi UMKM dan koperasi pada masing-masing pengelola usaha.

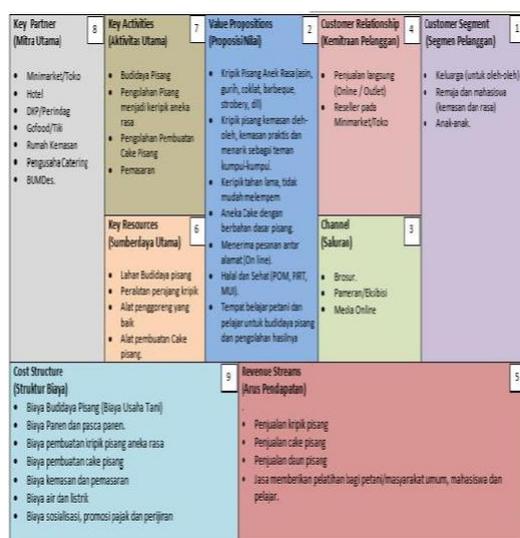
Program ini dilaksanakan selama beberapa hari dalam bentuk pemaparan materi secara intensif tentang pengarahannya, pemantauan dan perlunya pemahaman pengenalan strategi membaca kondisi usaha dan potensi, tata kelola serta *growth up zone* potensi baik internal maupun eksternal dalam pengelolaan UMKM dan koperasi yang baik dan terstruktur untuk masing-masing pelaku usaha. Sosialisasi dan implementasi pelaksanaan program dilaksanakan setelah proses negosiasi, koordinasi, dan kesepakatan pelaksanaan dengan para pihak yang terlibat.

Adapun materi pelaksanaan pelatihan dan bimbingan teknis problematika dan tata kelola usaha dan koperasi di wilayah binaan Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Demak meliputi penjelasan *business plan*, *business model canvas* dan komponennya (Mughtar, 2010). Gambar 1 berikut adalah contoh *bisnis plan* kuliner skala UMKM pada salah satu peserta pelatihan di kabupaten Demak.



**Gambar 2. Business Plan**

Sedangkan kanvas model bisnis terdiri dari sembilan komponen atau *building block* utama. Kesembilan komponen ini saling berhubungan satu sama lain. Sebagai bentuk umpan balik dari pelatihan ini, para peserta pelatihan mempraktekkan dalam membuat bisnis kanvas model masing-masing usahanya dan dilakukan pendampingan oleh tim pengabdian. Berikut salah satu contoh hasil bisnis model kanvas dari salah satu pelaku UMKM di kabupaten Demak yang memproduksi hasil olahan pisang aneka rasa seperti disajikan pada gambar 2 berikut.



**Gambar 3. Business Model Canvas Olahan Pisang Aneka Rasa**

Dari gambar 2 diatas, menjelaskan bahwa mengacu pada kinerja otak kiri dan otak kanan, jika dihubungkan dengan kanvas, komponen-komponen yang sebelah kiri adalah hal-hal yang bersifat logis. Sedangkan komponen di sebelah kanan adalah hal yang bersifat intuisi atau emosi. Kanvas model bisnis juga bisa dihubungkan dengan unsur manajemen. Kanvas sebelah kiri berhubungan dengan efisiensi, dan sebelah kanan berhubungan dengan “value” atau nilai yang ditawarkan (Ladd, 2018).

Model Bisnis Kanvas sangat populer di kalangan pengusaha untuk menganalisis model bisnis yang inovatif (Osterwalder dan Pigneur, 2014). Pada dasarnya, Model Bisnis Kanvas memberikan tiga hal utama, yaitu:

1. Fokus

Dengan Model Bisnis Kanvas, pengusaha dapat mengupas puluhan halaman dalam rencana bisnis tradisional menjadi 1 halaman pada Model Bisnis Kanvas. Hal ini membantu pengusaha memperbaiki klarifikasi dan fokus pada apa yang mendorong bisnis serta apa yang bukan hal utama dan bisa menghilangkannya.

2. Fleksibilitas

Ini jauh lebih mudah untuk menguji model bisnis dan mencoba sesuatu (dari perspektif

perencanaan) dengan sesuatu yang tampil dalam satu halaman.

3. Transparansi

Model Bisnis Kanvas akan memudahkan pengusaha untuk mudah dan cepat dalam memahami model bisnis yang diinginkan dan memudahkan dalam melihat visibilitas saat ditayangkan dalam satu halaman.

Dalam wirausaha sosial, ada beberapa penyesuaian pada Model Bisnis Kanvas yaitu dalam hal:

1. *Beneficiary Segments* (Segmen Penerima Manfaat)

Mengidentifikasi secara jelas, siapa segmen penerima manfaat, walaupun jika mereka tidak membayar atau melakukan pembiayaan pada wirausaha sosial. Hal tersebut belum ada pada Model Bisnis Kanvas biasa.

2. *Social and Customer Value Proposition* (Proposisi Nilai Pelanggan dan Sosial)

Pastikan bahwa telah mengemukakan alasan kuat yang akan mendorong pelanggan untuk membeli tanpa melupakan dampak yang diberikan terhadap masyarakat.

3. *Impact Measures* (Mengukur Dampak)

Kembangkan pemikiran yang jelas seputar dampak sosial apa yang diciptakan dan bagaimana hal itu dapat diukur

4. Surplus

Rencanakan dan komunikasikan apa yang terjadi dengan keuntungan dan berencana untuk menginvestasikannya kembali

4. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan yang dilaksanakan mulai koordinasi, negosiasi legalitas pelaksanaan hingga pelaksanaan program dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Menggambarkan pola dan urutan penyampaian informasi secara runut dalam bentuk pelatihan intensif dan terpadu tentang potensi, tata kelola dan *growth up zone* potensi UMKM dan koperasi masing-masing pengelolaan usaha.

2. Memantau, mengarahkan dan perlunya pemahaman pengenalan strategi membaca kondisi usaha secara internal maupun eksternal masing-masing pelaku usaha.

3. Persepsi yang sama tentang potensi usaha yang tepat dan akurat tentang pengelolaan UMKM dan koperasi yang baik dan terstruktur.

Berdasarkan hasil evaluasi ditemukan beberapa usulan antara lain

1. Perlunya tahap pelatihan lebih intensif dan terus dicoba bagi para pengguna mendapatkan manfaat dan hasil nyata dari pelaksanaan workshop.
2. Pendampingan, pelatihan lebih lanjut dan berkesinambungan demi terwujudnya para pelaku koperasi Kab. Demak yang semakin bertumbuh dan berkembang.



**Gambar 6 : Pelaksanaan Pengabdian**



**Gambar 4 : Pelaksanaan Pengabdian**



**Gambar 5 : Pelaksanaan Pengabdian**

## 5. REFERENSI

- A, Muchtar.F. (2010). Panduan Praktis Strategi Memenangkan Persaingan Usaha dengan Menyusun Business Plan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Astuti, Mentari. (2014). Strategi Pengembangan Usaha Kecil (Studi Pada Kripik Ubi Mak Atik). Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sumatera Utara
- Barokah, B. A. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan Business Model Canvas
- Dewobroto, W. S. (2016). Penggunaan Business Model Canvas Sebagai Dasar Untuk Menciptakan Alternatif Strategi Bisnis dan Kelayakan Usaha.
- Giyanto, Arif. Hikmah Purnamawati. 2017. UMKM dapat Menjadi Tulang Punggung Perekonomian Rembang. <http://rembangdaily.com>.
- Ladd, T. (2018). Does The Business Model Canvas Drive Venture Success.
- Manajemen, T. P. (2014). Business Model Canvas :Penerapan di Indonesia. Jakarta: Penerbit PPM
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2014). Business Model Canvas. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Rangkuti, Freddy. (2005). Business Plan: Teknik Membuat Perencanaan Bisnis dan Analisis Kasus. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

- SindoNews. (2018, Februari 2). Resolusi UMKM Indonesia. Dipetik Januari 14, 2019, dari [www.sindonews.com](http://www.sindonews.com): <https://nasional.sindonews.com>
- Sort, J. C., & Nielsen, C. (2018). Using The Business Model Canvas To Improve Investment Processes
- Zimmerer , W. Thomas., & Scarborough, M. Norman. (2008). essentials of entrepreneurship and small business management (5 th Ed). new jersey: Pearson education.

**PELATIHAN PENGAKUAN, PENGUKURAN, DAN PENCATATAN ASET  
PADA MASYARAKAT PENGRAJIN SONGKET  
DI DESA MUARA PENIMBUNG ILIR**

**Efva Octavina Donata Gozali<sup>1</sup>**

Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya  
email: efvagozali@unsri.ac.id

**Agung Putra Raneo<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya  
email: agung.raneo@fe.unsri.ac.id

**Ruth Samantha Hamzah<sup>3</sup>**

Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya  
email: ruth\_samantha@fe.unsri.ac.id

**Anisa Listya<sup>4</sup>**

Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya  
email: listya\_anisa@fe.unsri.ac.id

**ABSTRACT**

*The main problem faced by songket business is capital constraint since they have poor knowledge about managing internal resources, namely assets. Hence, we offered solution to overcome the aforementioned problem by delivering knowledge in regard of assets in terms of its recognition, measurement and recording. The community service therefore aims to provide knowledge about the recognition, measurement, and recording of assets. This activity was addressed to community of songket business in Muara Penimbung Ilir, Ogan Ilir Regency, South Sumatra Province, Indonesia. Lecture and discussion as well as simulation and mentoring were used as the methods. This activity had been conducted for three months, started on August until October 2021, while the visits for training were given three times. The results indicate that after the training had been given, the songket businessman is equipped with knowledge of asset recognition, measurement and recording.*

**Keywords:** *Assets, Asset Recognition, Asset Measurement, Asset Recording, MSMEs*

**ABSTRAK**

*Permasalahan yang diangkat dalam kegiatan pengabdian masyarakat pengrajin songket adalah keterbatasan modal yang diakibatkan oleh minimnya pengetahuan mengenai sumber daya internal yaitu aset. Solusi yang diberikan adalah memberikan pemahaman yang baik kepada masyarakat pengrajin songket akan aset baik pengakuan, pengukuran dan pencatatannya. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan mengenai pengakuan, pengukuran, dan pencatatan aset. Kegiatan ini ditujukan kepada kelompok usaha masyarakat pengrajin songket di Desa Muara Penimbung Ilir, Ogan Ilir, Sumatera Selatan, Indonesia. Metode yang digunakan adalah ceramah dan diskusi yang disertai dengan pemberian simulasi dan pendampingan selama kurun waktu tiga bulan (Agustus-Oktober 2021). Kunjungan berupa pemberian materi pelatihan diberikan sebanyak tiga kali di waktu yang berbeda. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa setelah diberikan pelatihan masyarakat*

*pengrajin songket memiliki pengetahuan mengenai aset disertai cara pengakuan, pengukuran dan pencatatannya.*

***Kata kunci: Aset, Pengakuan Aset, Pengukuran Aset, Pencatatan Aset, UMKM***

## 1. PENDAHULUAN

Berdasarkan KBBI aset merupakan kekayaan baik berupa uang ataupun wujud benda lainnya yang nyata. Disisi lain, aset dalam lingkup bisnis didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan perusahaan selama lebih dari satu periode serta memiliki manfaat di masa mendatang (Asmara et al., 2020). Karena itu, di dalam bisnis pencatatan aset penting untuk dilakukan untuk mengetahui jumlah harta yang dimiliki agar perusahaan memiliki rasio keuangan yang sehat. Dalam akuntansi, aset yang tidak nyata secara fisik atau aset tidak berwujud juga diklasifikasikan ke dalam aset, selama harta tersebut memiliki manfaat ekonomi di masa mendatang yang biaya perolehannya dapat diukur secara andal (PSAK 19). Oleh karena itu, akuntansi melalui PSAK meregulasi ketentuan yang mengklasifikasikan aset ke dalam aset tetap dan aset tak berwujud (PSAK 16; PSAK 19).

Selanjutnya, khalayak sasaran dalam kegiatan ini adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) khususnya pengrajin songket di Desa Muara Penimbung Ilir, Ogan Ilir, Sumatera Selatan. Untuk memudahkan UMKM dalam proses pencatatan dan penyusunan laporan keuangan Dewan Standar pada tahun 2016 menyusun Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah (SAK EMKM) dalam membuat penilaian atas kemampuan entitas untuk melanjutkan usahanya di masa yang akan datang (kelangsungan usaha) (ED SAK EMKM, 2016). Entitas mempunyai kelangsungan usaha jika manajemen melikuidasi entitas tersebut atau menghentikan operasi atau tidak mempunyai alternatif realistis kecuali melakukan hal tersebut. Jika entitas tidak menyusun laporan keuangan berdasarkan asumsi kelangsungan usaha, maka entitas mengungkapkan fakta mengapa entitas tidak memiliki kelangsungan usaha.

Implementasi SAK tersebut mengharuskan perusahaan minimal memiliki laporan keuangan sederhana termasuk catatan akuntansi. Kenyataannya sebagian besar pelaku UMKM tidak memiliki administrasi yang baik sehingga mengakibatkan informasi keuangan yang dimiliki juga tidak baik. Hal yang melatarbelakangi kondisi tersebut adalah latar belakang pendidikan dan pengelolaan keuangan (Kurniawati et al., 2012).

Terkait dengan hal tersebut, kendala paling dominan yang menghambat UMKM untuk berkembang adalah kurangnya permodalan (Asmarani, 2006). Akses untuk memperoleh modal sebenarnya memiliki kelonggaran karena pemerintah pemerintah melalui kementerian UMKM telah menyediakan kredit usaha rakyat (KUR) bagi pelaku UMKM. Namun demikian, karena kondisi yang disebutkan di atas (i.e., informasi laporan keuangan yang minim), akses untuk memperoleh modal menjadi terkendala, karena otoritas pemberi pinjaman menjadi sangat berhati-hati untuk menggelontorkan kredit. Padahal UMKM, utamanya di Negara berkembang (termasuk Indonesia) secara kumulatif menyumbang PDB dalam jumlah fantastis, sehingga sering disebut sebagai penggerak roda perekonomian. Selain itu, UMKM memiliki keunggulan seperti menciptakan lapangan pekerjaan yang lebih cepat dibandingkan sektor bisnis lain, memiliki fleksibilitas dan kemampuan menyesuaikan diri yang cepat terhadap kondisi pasar, dan mampu berkontribusi signifikan dalam ekspor dan perdagangan (Narsa et al., 2012).

Kemampuan UMKM dalam mencatat jumlah aset yang andal, UMKM akan mampu mengetahui besaran harta yang memang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat menghindari jumlah kewajiban yang melampaui besaran modal dan asetnya. Jumlah kewajiban yang melebihi besaran modal dan asetnya akan menyebabkan arus kas tersendat, jika arus kas terutama dari kegiatan operasional

tidak lancar, maka kegiatan operasional akan terhambat dan pada jangka panjang akan mempengaruhi kestabilan kondisi keuangan perusahaan secara keseluruhan.

Dalam SAK EMKM pedoman mengenai aset diatur pada bab 11 dan 12 yang secara umum mengatur prinsip-prinsip pengakuan, pengukuran, penghentian pengakuan, dan penyajian aset tetap bagi aset tetap dan aset tak berwujud (ED SAK EMKM, 2016). Tujuan dari pencatatan aset yang dimulai dari pengakuan dan pengukurannya akan berguna bagi pengambilan keputusan sehingga aset tersebut dapat dimanfaatkan secara maksimal dengan efektif dan efisien. Kami mengadakan pelatihan ini kepada khalayak sasaran UMKM pengrajin songket di daerah tersebut dikarenakan songket merupakan kerajinan tradisional yang dikembangkan oleh masyarakat pribumi, sehingga sangat layak untuk dilestarikan dan dijaga keberlangsungannya. Secara tidak langsung, kegiatan ini mendukung kelestarian warisan budaya. Dalam jangka panjang kegiatan seperti ini harus dilaksanakan secara berkesinambungan untuk meningkatkan daya saing UMKM pengrajin songket di tengah gempuran *fashion* mode modern. Selain itu, kegiatan ini merupakan pendahuluan bagi UMKM agar mampu menyajikan laporan keuangan yang andal.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah, tutorial, diskusi, dan simulasi. Kegiatan ini telah dilaksanakan selama tiga kali kunjungan yaitu pada tanggal 20 Agustus, 23 September dan 1 Oktober 2021 pada kelompok usaha masyarakat pengrajin songket di Desa Muara Penimbung Ilir, Ogan Ilir, Sumatera Selatan. Selama selang waktu kunjungan dari kunjungan pertama ke kedua maupun kunjungan kedua ke ketiga, komunikasi intens terkait pelatihan tetap dilaksanakan secara daring. Hal ini berguna untuk memantau perkembangan pengetahuan peserta dalam mengakui, mengukur dan mencatat asset.

Adapun sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dimulai dengan metode

ceramah, pada langkah ini peserta diberikan motivasi agar memiliki kemauan untuk menggunakan akuntansi dalam kegiatan bisnisnya. Selanjutnya peserta diberikan tutorial berupa materi gambaran umum tentang akuntansi, standar akuntansi yang ada di Indonesia, pengenalan laporan keuangan secara umum, lalu akun-akun yang ada di laporan keuangan, serta pengakuan, pengukuran dan pencatatan akun aset. Langkah ketiga dilakukan setelah pemberian materi dilakukan, yaitu diskusi. Pada tahap ini peserta diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang berkaitan dengan aset. Langkah terakhir adalah simulasi yaitu peserta diberikan kesempatan untuk mengelompokkan aset, membuat pengakuan, pengukuran dan pencatatan akun aset.

Pada tahap terakhir dilakukan evaluasi kegiatan pengabdian menggunakan kuisioner yang dibagikan kepada seluruh peserta. Evaluasi ini berguna sebagai perbaikan berkelanjutan dari kegiatan yang telah dilaksanakan, sehingga diharapkan kegiatan yang akan datang dapat dilaksanakan dengan mempertimbangkan hasil evaluasi dari kegiatan ini.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai pengakuan, pengukuran, dan pencatatan aset ini dilakukan kepada kelompok usaha masyarakat pengrajin songket di Desa Muara Penimbung Ilir, Kabupaten Ogan Ilir, Provinsi Sumatera Selatan. Kegiatan ini berlangsung selama kurang lebih tiga bulan sejak bulan Agustus sampai dengan Oktober 2021. Pada pelaksanaannya, rangkaian kegiatan pelatihan ini melakukan sebanyak tiga kali kunjungan kepada mitra pengabdian. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa pengabdian masyarakat yang dilakukan sesuai dengan sasaran sehingga memperoleh manfaat bagi masyarakat pengrajin songket. Selain itu, terkait pandemi Covid-19 yang masih mewabah di wilayah Sumatera Selatan, setiap kunjungan diselenggarakan dengan mematuhi standar protokol kesehatan untuk mencegah transmisi penyebaran virus pada saat kegiatan berlangsung.

Kunjungan pertama dilakukan pada tanggal 20 Agustus 2021. Pada kunjungan ini dilakukan sesi diskusi dengan beberapa perwakilan masyarakat terkait solusi dari kendala yang dihadapi para pelaku usaha pengrajin songket di daerah ini. Secara umum, kendala dan hambatan yang dihadapi oleh pelaku usaha pengrajin songket terkait pengelolaan aset adalah mereka tidak melakukan pemisahan aset yang dimiliki oleh usaha dan pribadi. Hal ini diakibatkan karena para pelaku usaha tidak secara regular mendata aset atau harta yang berasal dari kegiatan usaha. Terkait dengan alasan tersebut, khusus untuk aset tetap, sebagian besar pelaku usaha tidak mencatat penurunan nilai buku aset yang diakibatkan oleh penyusutan aset. Sehingga mereka tidak mengetahui kapan peralatan tersebut telah habis masa pakainya sehingga telah layak untuk diganti.



**Gambar 1. Sesi Diskusi pada Kunjungan Pertama**



**Gambar 2. Dokumentasi Kunjungan Pertama**

Dari hasil kunjungan pertama dirancang strategi dalam upaya mengurangi kendala yang dihadapi pelaku usaha terkait aset. Karena itu, kunjungan kedua yang telah diselenggarakan pada tanggal 23 September 2021 lebih menekankan pada penginternalisasian *mindset* pelaku usaha agar terbuka terhadap konsep *business entity* dimana setiap pelaku usaha wajib melakukan pencatatan terkait kegiatan usaha dan pencatatan tersebut dilakukan secara individual atau terpisah dari kegiatan pribadi. Setelah pelaku usaha memahami konsep tersebut, materi mengenai pengakuan, pengukuran dan pencatatan aset mulai diberikan per tahapan dan dipaparkan dalam bahasa yang sederhana agar mudah dipahami oleh masyarakat umum. Karena itu, kegiatan pada kunjungan kedua dibagi menjadi tiga sesi yaitu pendalaman materi, simulasi, dan diskusi.

Peserta pada kunjungan kedua merupakan kelompok usaha masyarakat pengrajin songket.

Kegiatan ini dihadiri oleh 27 peserta yang terdiri dari 8 peserta laki-laki (30%) dan 19 peserta perempuan (70%) (gambar 3). Rangkaian kunjungan kedua dilaksanakan di salah satu rumah warga Desa Muara Penimbung Ilir yang dilaksanakan sejak pukul 09.00 hingga pukul 15.00 WIB.

**DAFTAR HADIR PESERTA**  
**KEGIATAN PENGABDIAN**  
"Pelatihan Pengakuan, Pengukuran, dan Pencatatan Aset pada Kelompok Usaha Masyarakat Pengrajin Songket di Desa Muara Penimbang Ilir Ogan Ilir Sumatera Selatan"

Tanggal:

No.	Nama	Tandatangan
1	WABIAH	1. <i>[Signature]</i>
2	JUANIE	2. <i>[Signature]</i>
3	LIDIA ESTUTI	3. <i>[Signature]</i>
4	Akmalia	4. <i>[Signature]</i>
5	Alka	5. <i>[Signature]</i>
6	Alka	6. <i>[Signature]</i>
7	Alka	7. <i>[Signature]</i>
8	S. Sri Mulyana	8. <i>[Signature]</i>
9	SUMAYATI	9. <i>[Signature]</i>
10	RISMAYATI	10. <i>[Signature]</i>
11	RATNA DEWI	11. <i>[Signature]</i>
12	SOPHAN	12. <i>[Signature]</i>
13	Rafiq	13. <i>[Signature]</i>
14	LINA	14. <i>[Signature]</i>
15	ASMARO	15. <i>[Signature]</i>
16	YENI	16. <i>[Signature]</i>
17	ROHMAB	17. <i>[Signature]</i>
18	SUHARDI	18. <i>[Signature]</i>
19	RUSLIANI	19. <i>[Signature]</i>
20	ZUHALA	20. <i>[Signature]</i>
21	ZUBADAH	21. <i>[Signature]</i>
22	HQMALI	22. <i>[Signature]</i>
23	ZULIYANNA	23. <i>[Signature]</i>
24	ALHAMA	24. <i>[Signature]</i>
25	ALHAMA	25. <i>[Signature]</i>
26	ERMIYATI	26. <i>[Signature]</i>
27	RUKHMA	27. <i>[Signature]</i>

**Gambar 3. Daftar Hadir Peserta Kunjungan Kedua**

Pada sesi pertama, materi yang dijelaskan adalah mengenai klasifikasi aset, pengakuan aset, pengukuran aset dan pencatatan aset. Sesi pertama menghabiskan waktu sekitar 1 jam. Setelah sesi pertama selesai, dilanjutkan dengan simulasi. Pada sesi ini, peserta dapat mereplika tahapan simulasi dengan mengisi modul pada bagian simulasi yang sebelumnya telah dibagikan. Peserta dapat mengisi modul sesuai dengan contoh yang diberikan instruktur atau menyesuaikannya dengan aset usaha songket yang mereka miliki. Apabila terdapat kendala terkait simulasi pengisian modul, peserta langsung dibantu oleh tim kegiatan pengabdian. Sehingga pada sesi terakhir yaitu diskusi dan tanya jawab, para peserta lebih banyak bertanya terkait kasus yang terjadi pada usaha mereka terkait aset seperti, (1) bagaimana jika peralatan yang mereka gunakan diperbaiki sehingga dapat digunakan kembali, (2) apakah peralatan yang tidak terpakai lagi masih dapat diakui sebagai aset, (3) bagaimana cara menentukan harga aset (pengukuran) jika

tidak diketahui lagi berapa harga perolehannya. Pertanyaan ini merupakan pertanyaan fundamental terkait aset, oleh karena itu, instruktur menjelaskan sembari mengaitkan kembali dengan materi yang telah diberikan pada sesi pertama.



**Gambar 4. Peserta Mengisi Daftar Hadir**



**Gambar 5. Dokumentasi Kunjungan Kedua**



**Gambar 6. Kegiatan Kunjungan Kedua**

Kunjungan ketiga merupakan bagian dari pemantauan dan evaluasi dari rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat. Pada kunjungan ini, metode yang dilaksanakan berupa diskusi. Sehingga, dapat diketahui masalah dan kendala yang masih timbul setelah penerapan pengakuan, pengukuran, dan pencatatan aset bagi usaha mereka. Pada kunjungan ini lembar kuisioner dibagikan kepada para peserta. Kuisioner ini dijadikan evaluasi sebagai perbaikan berkelanjutan bagi

kegiatan pengabdian masyarakat ini, serta digunakan untuk menampung saran dan kritik yang membangun dari para peserta. Hasil dari lembar evaluasi ditampilkan pada tabel 1.

**Tabel 1. Lembar Hasil Evaluasi Kegiatan Pengabdian**

Pertanyaan	Persentase	
<b>Materi</b>		
Setelah mengikuti pelatihan saya memiliki pemahaman yang baik akan aset.	2	8
Setelah mengikuti pelatihan saya memiliki pemahaman yang baik dalam pengakuan aset.	0	0
Setelah mengikuti pelatihan saya memiliki pemahaman yang baik dalam pengukuran aset.	4	6
Setelah mengikuti pelatihan saya memiliki pemahaman yang baik dalam pencatatan aset.	0	0
<b>Penyelenggara Pelatihan</b>		
Pelatihan ini telah disiapkan dengan baik.	5	2
Penyampaian materi yang diberikan pelatihan ini jelas.	0	5
Materi pelatihan ini berguna untuk dipraktikkan.	0	0
Saya merekomendasikan pelatihan seperti ini.	0	0

*Sumber: data diolah*

Kuisisioner ini menggunakan nilai 1-4, dimana 1=sangat tidak setuju, 2=tidak setuju, 3= setuju, 4=sangat setuju. Dari lembar hasil kuisisioner ini sebagian besar peserta memiliki pemahaman yang baik mengenai aset dengan nilai setuju sebesar 42% dan sangat setuju sebesar 58% setelah mengikuti rangkaian kegiatan pelatihan pengakuan, pengukuran dan pencatatan aset. Poin pertanyaan lain dari kuisisioner ini juga menunjukkan bahwa mayoritas peserta (90%) sangat merekomendasikan jika pelatihan berkelanjutan diadakan di daerah mereka.



**Gambar 7. Dokumentasi Kunjungan Ketiga**



**Gambar 8. Kegiatan Kunjungan Ketiga**

#### 4. SIMPULAN

Hasil evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat mengindikasikan bahwa seluruh peserta sudah memiliki pemahaman yang baik akan aset baik pengakuan, pengukuran dan pencatatannya. Metode ceramah, simulasi, diskusi, serta pendampingan cocok untuk diterapkan pada kelompok usaha masyarakat pengrajin songket di Desa Muara Penimbung Iilir. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat memberikan manfaat secara langsung maupun tidak langsung kepada masyarakat pengrajin songket di Desa Muara Penimbung Iilir. Dengan memiliki pengetahuan akan aset yang mumpuni, kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya yang direkomendasikan di Desa Muara Penimbung Iilir adalah mengenai pengelolaan aset. Pada akhirnya tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat sejenis di Desa Muara Penimbung Iilir adalah mitra mampu membuat laporan keuangan yang baik dan benar untuk usaha mereka. Sehingga, dengan memiliki kemampuan menyusun laporan keuangan yang baik dan regular modal eksternal akan lebih mudah diakses, dengan modal yang lebih besar diharapkan para pengrajin songket di Desa Muara Penimbung

Iilir mampu memperluas pangsa pasar usaha mereka.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Sege nap tim pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada masyarakat pengrajin songket dan Kepala Desa Muara Penimbang Iilir atas antusiasme yang diberikan terhadap kegiatan ini. Selanjutnya, ucapan terima kasih kepada LPPM Universitas Sriwijaya sebagai penyokong dana pengabdian masyarakat ini.

#### 6. REFERENSI

- [1]. Asmarani, D. E. (2006). Analisis Pengaruh Perencanaan Strategi terhadap Kinerja Perusahaan dalam Upaya Menciptakan Keunggulan Bersaing (studi empirik pada Industri Kecil Menengah tenun ikat di Troso, Jepara). *Undip Semarang*, 112.
- [2]. Asmara, F., Agustina, Y. (2020). Evaluasi Perlakuan Akuntansi Aset Tetap Pada CV Sarana Adi Putra Periode 2017 s/d 2018. *Jurnal Riset Akuntansi*, Volume 12 (1), 95-104.
- [3]. Ikatan Akuntan Indonesia. 2013. *Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik*. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan.
- [4]. Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). 2009. *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik ( SAK ETAP)*. Jakarta: Dewan Standar Akuntansi Keuangan Ikatan Akuntan Indonesia.
- [5]. Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). (2016). *Standar Akuntansi Keuangan Entitas Mikro, Kecil, dan Menengah. SAK EMKM Ikatan Akuntan Indonesia*, 4, 1–54. [http://iaiglobal.or.id/v03/files/draft\\_ed\\_sak\\_emkm\\_kompilasi.pdf](http://iaiglobal.or.id/v03/files/draft_ed_sak_emkm_kompilasi.pdf)
- [6]. Ikatan Akuntan Indonesia (IAI). (2020). *Standar Akuntansi Keuangan*. Salemba Empat.
- [7]. Kurniawati, E., Nugroho, P., & Arifin, C. (2012). Penerapan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Darmajaya*, 10(2), 218956.
- [8]. Narsa, I. M., Widodo, A., & Kurnianto, S. (2012). Mengungkap Kesiapan Ukm Dalam Implementasi Standar Akuntansi Keuangan Entitas Tanpa Akuntabilitas Publik ( Psak-Etap ) Untuk Meningkatkan Akses Modal Perbankan. *Majalah Ekonomi*, 3, 204–214.
- [9]. PSAP, No 07. 2010. *Akuntansi Aset Tetap. Presiden Republik Indonesia. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010, No. 123*. Jakarta: Sekretariat Negara.

## PENINGKATAN DAYA SAING UMKM DI ERA NEW NORMAL MELALUI STRATEGI PEMBUATAN KONTEN PROMOSI DIGITAL

**Hera Febria Mavilinda<sup>1</sup>**

Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya  
email: herafebria@fe.unsri.co.id

**Akhmad Nazaruddin<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya  
email: akhmadnazaruddin@fe.unsri.ac.id

**Islahuddin Daud<sup>3</sup>**

Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya  
email: islahuddindaud@fe.unsri.ac.id

**Muhammad Ichsan Siregar<sup>4</sup>**

Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya  
email: ichsansiregar@fe.unsri.ac.id

### ABSTRAK

*Pada Era New Normal penggunaan platform digital media sosial seperti Instagram dan facebook menjadi pilihan yang tepat bagi para pelaku Unit Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) untuk memasarkan produknya. Agar UMKM dapat sukses mempromosikan produknya secara online, pelaku UMKM perlu merancang strategi pemasaran berbasis digital (Digital Marketing) diantaranya melalui pembuatan konten promosi digital. Permasalahan yang terjadi saat ini adalah masih rendahnya kemampuan para pelaku UMKM dalam memasarkan produknya pada platform digital. Kurangnya pengetahuan para pelaku UMKM dalam membuat konten promosi digital menjadi penyebab dari rendahnya daya saing UMKM dalam konteks pemasaran digital. Kondisi tersebut juga terjadi pada UMKM yang ada di Kota Palembang, dimana masih banyak pelaku UMKM di Kota Palembang yang belum memanfaatkan platform digital sebagai media promosi online karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuannya. Merujuk pada kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk memberikan edukasi dalam bentuk pelatihan kepada para pelaku UMKM mengenai cara merancang strategi pembuatan konten promosi digital. Sehingga diharapkan melalui pelatihan ini dapat meningkatkan kemampuan UMKM dalam merancang strategi pembuatan konten promosi digital untuk menarik minat pembelian konsumen dan meningkatkan kembali volume penjualan yang mengalami penurunan akibat dampak pandemi tersebut, sekaligus meningkatkan daya saing nya dalam mempertahankan bisnis di Era New Normal.*

*Kata Kunci : Konten Promosi Digital, Strategi Pemasaran Digital, UMKM*

### *Increasing The Competitiveness of MSME'S in The New Normal Era Through The Strategy Of Creating Digital Promotion Content*

### ABSTRACT

*In the New Normal Era, the use of social media digital platforms such as Instagram and Facebook is the right choice for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) to promotes their products. In order for MSMEs to be successful in promoting their products online, MSME need to design digital-based marketing strategies (Digital Marketing), including by creating digital*

*promotional content. The problem that occurs today is the low ability of MSME in marketing their products on digital platforms. The lack of knowledge of MSME in creating digital promotional content is the cause of the low competitiveness of MSMEs in the context of digital marketing. This condition also occurs in MSMEs in Palembang City, where there are still many MSMEs in Palembang City who have not used digital platforms as online promotion media because of their limited knowledge and abilities. Referring to these conditions, this community service activity is carried out to provide education in the form of training to MSME on how to design strategies for creating digital promotional content. So it is hoped that through this training it can improve the ability of MSMEs in designing strategies for creating digital promotional content to attract consumer purchases and increase the volume of sales that have decreased due to the impact of the pandemic, as well as increase their competitiveness in maintaining business in the New Normal Era.*

**Keywords :** *Digital Promotional Content, Digital Marketing Strategy, MSMEs*

## 1. PENDAHULUAN

Situasi pandemi akibat wabah Corona Virus Disease 2019 (COVID-19) yang telah melanda hampir di seluruh dunia sejak akhir tahun 2019 telah berdampak besar terhadap segala aspek kehidupan di segala bidang. Dampak yang paling besar dirasakan adalah dalam bidang ekonomi. Indonesia merupakan salah satu negara yang turut merasakan dampak negatif di bidang ekonomi akibat dari wabah pandemi tersebut. Hal ini tercermin dari tingkat pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang terus mengalami perlambatan.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada kuartal II tahun 2020 pertumbuhan ekonomi mengalami penurunan atau kontraksi sebesar -5,32% YOY, ekonomi Indonesia triwulan II-2020 terhadap triwulan sebelumnya terkontraksi sebesar -4,19% (q-to-q), dan ekonomi Indonesia semester I-2020 terhadap semester I-2019 terkontraksi 1,26% (c-to-c) (Sumber : BPS, 2020). Salah satu faktor penyumbang penurunan pertumbuhan ekonomi tersebut diantaranya adalah tren penurunan konsumsi masyarakat yang memburuk pada kisaran 2,84% dibandingkan kondisi sebelum pandemi yang dapat tumbuh rata-rata hingga 5%, padahal hampir 57% atau setara setara Rp.9.000 Triliun PDB Indonesia sebagai indikator pertumbuhan ekonomi dikontribusi oleh tingkat konsumsi masyarakat. (Sumber : Tirto.id, 2020). Tingkat konsumsi masyarakat yang terus mengalami penurunan selama masa pandemi Covid 19 merupakan dampak dari kebijakan pemerintah sebagai langkah

penanggulangan dalam memutus mata rantai penyebaran Covid 19 diantaranya melalui kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang membatasi aktivitas masyarakat di luar rumah dengan melakukan *work from home* (WFH), *School From Home* (SFH), *social distancing* dan *physical distancing*.

Akibat dari kebijakan pemerintah untuk membatasi aktivitas masyarakat selama masa pandemi Covid 19 juga turut memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan sektor bisnis di Indonesia termasuk sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Berdasarkan data center dari Kementerian Koperasi dan UKM bahwa penjualan produk UMKM mengalami penurunan yang cukup signifikan yaitu sebesar 57% selama masa pandemi Covid 19. Sedangkan dari hasil survei daring Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) yang melibatkan lebih dari 600 responden menunjukkan bahwa sebanyak 75% UMKM mengalami penurunan penjualan yang signifikan pada masa pandemi Covid 19 (Sumber : Liputan6.com).

Dampak negatif dari situasi pandemi juga dirasakan oleh UMKM yang ada di Kota Palembang, dimana dari 163.291 pelaku UMKM yang ada di Kota Palembang sekitar 12.000 UMKM atau 7,3% mengalami keterpurukan bahkan menutup usahanya baik untuk sementara maupun secara permanen akibat pandemi Covid 19 (Sumber : Kompas.id, 2020). Sedangkan data pemerintah kota Palembang mencatat bahwa ada sekitar 35 ribu

UMKM yang mengalami penurunan Omset sejak pandemi COVID-19 (Sumber : Kompas.TV, 2020).

Pasca masa pandemi Covid 19, masyarakat dihadapkan dengan suatu tatanan normal baru atau Era *New Normal*. Pada Era *New Normal* hampir sebagian besar kegiatan atau aktivitas masyarakat melibatkan teknologi internet termasuk dalam perilaku pembelian konsumen sebagai konsekuensi dari terbatasnya aktivitas manusia untuk keluar rumah. Hal ini membuat sektor bisnis harus dapat segera beradaptasi dan bertransformasi pada *platform digital* untuk dapat mempertahankan bisnis nya dan meningkatkan kembali penjualan produknya di Era *New Normal*. Penggunaan platform digital media sosial seperti Instagram dan facebook menjadi pilihan yang tepat bagi para UMKM untuk memasarkan produknya di Era *New Normal* saat ini karena selain menawarkan kemudahan akses dan efisiensi biaya, media sosial merupakan Platform digital yang paling banyak diakses oleh masyarakat untuk berkomunikasi dan berinteraksi selama masa pandemi covid 19. Berdasarkan data dari Katadata, penggunaan platform media sosial seperti Instagram dan facebook mengalami lonjakan hingga lebih dari 40% selama masa pandemi. (Sumber : Katadata, 2020).

Penggunaan *platform digital* melalui media sosial yang mengalami lonjakan tersebut dapat menjadi peluang sekaligus tantangan bagi para pelaku UMKM dalam memanfaatkan platform digital sebagai media promosi *online* di Era *New Normal*. Agar UMKM dapat sukses mempromosikan produknya secara *online*, para pelaku UMKM perlu merancang strategi pemasaran berbasis digital atau yang dikenal dengan istilah pemasaran digital (*Digital Marketing*) untuk menarik minat konsumen dalam melakukan pembelian produk sehingga dapat meningkatkan volume penjualan diantaranya melalui pembuatan konten promosi digital. Hal ini ditegaskan dalam hasil penelitian Kee dan yazdanifard (2015) yang menyatakan bahwa konten promosi merupakan salah satu bentuk strategi pemasaran yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Konten promosi merupakan strategi pemasaran dimana pemasar merencanakan, membuat dan

mendistribusikan konten yang mampu menarik konsumen dan mendorong mereka melakukan pembelian. Konten promosi membuat konsumen menyadari kekuatan pengetahuan dan informasi terkait produk yang ditawarkan pemasar yang dapat mengakibatkan keputusan pembelian yang lebih baik dan dapat meningkatkan penjualan produk di masa yang akan datang. Konten promosi dapat menjadi salah satu strategi pemasaran digital bagi UMKM dalam mempertahankan bisnis nya di masa pandemi covid 19.

Namun demikian, permasalahan yang terjadi saat ini adalah masih rendahnya kemampuan para pelaku UMKM dalam memasarkan produknya pada platform digital bahkan masih banyak pelaku UMKM yang mengalami kesulitan dalam menggunakan fitur-fitur dari platform digital tersebut. Kurangnya pengetahuan dari para pelaku UMKM dalam membuat konten promosi digital untuk melakukan pemasaran produk secara online dan masih rendahnya pengembangan kewirausahaan digital di Indonesia menjadi penyebab dari lemahnya daya saing UMKM dalam konteks pemasaran digital. (Mavilinda, H.F *et al*, 2021).

Berdasarkan data yang dimiliki Kementerian dan E- Commerce menunjukkan bahwa keberhasilan UMKM pada pemasaran online masih cukup rendah yaitu antara 4 – 10%, penyebabnya adalah masih lemahnya strategi promosi yang digunakan oleh para UMKM diantaranya konten promosi produk yang tidak kreatif dan terkesan kaku (monoton) sehingga kurang efektif menarik minat konsumen secara besar dan mempengaruhi keputusan pembeliannya, lebih lanjut Menteri Koperasi dan UMKM menyatakan bahwa para pelaku UMKM belum memiliki keahlian yang memadai dalam melakukan strategi promosi digital (Sumber : Liputan6.com, 2020).

Kondisi tersebut juga terjadi pada UMKM yang ada di Kota Palembang, dimana masih banyak pelaku UMKM di Kota Palembang yang belum memanfaatkan platform digital sebagai media promosi dalam memasarkan produknya secara online karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuannya, Pengamat ekonomi Sumatera Selatan menyatakan bahwa UMKM di Kota Palembang yang aktif dalam

menggunakan platform digital di media sosial untuk mempromosikan produknya secara online baru mencapai 8% dari 3,97 juta keseluruhan pengguna platform digital (Sumber : Sumsel.idntimes.com, 2020). Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dapat diidentifikasi adalah :

1. Masih rendahnya pengetahuan dan kompetensi pelaku UMKM di Kota Palembang dalam membuat konten promosi digital sebagai bentuk strategi pemasaran untuk mempertahankan bisnis di Era New Normal.
2. Fenomena pandemi covid 19 memberikan dampak yang signifikan terhadap menurunnya omset penjualan bagi para pelaku UMKM khususnya yang ada di Kota Palembang.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Khalayak sasaran kegiatan pengabdian masyarakat yang dipilih adalah para pelaku UMKM yang ada di Kota Palembang sebanyak 30 orang, dengan kriteria telah memiliki usaha berskala mikro kecil menengah yang sedang berjalan dan berada di Kota Palembang. Jenis usaha pelaku UMKM dapat bergerak di berbagai bidang seperti bidang kuliner/makanan, pakaian, jasa dan lain sebagainya.

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dilakukan menggunakan metode konvensional (pelaksanaan kegiatan secara offline) dengan tetap menerapkan protokol kesehatan dalam pelaksanaannya. Adapun metode konvensional ini dilaksanakan dalam bentuk ceramah/presentasi, pembagian materi dan diskusi. Berikut ini sistematika pelaksanaan kegiatan pengabdian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

### a. Langkah 1 (Metode Ceramah)

Peserta diberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai kondisi bisnis di *Era New Normal*, pemanfaatan platform digital sebagai media promosi dan strategi pembuatan konten promosi yang efektif pada platform digital untuk dapat meningkatkan daya saing dalam mempertahankan bisnis di *Era New Normal*.

### b. Langkah 2 (Metode Tutorial)

Peserta diberikan materi mengenai Teknik pembuatan konten promosi yang efektif pada platform digital dan merancang strategi pembuatan konten promosi digital untuk bisnisnya.

### c. Langkah 3 (Metode Diskusi)

Peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan yang dihadapi dalam pembuatan konten promosi digital dan pengalaman mereka dalam membuat konten promosi digital untuk memasarkan produknya secara online.

### d. Langkah 4 (Evaluasi)

Beberapa rangkaian kegiatan evaluasi yang dilakukan untuk menilai keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah meliputi sebagai berikut :

1. Selama kegiatan pengabdian berlangsung, peserta diberikan kesempatan untuk bertanya mengenai hal-hal yang belum dipahami terkait strategi dalam pembuatan konten promosi digital.
2. Pada akhir kegiatan pengabdian, akan dilakukan review secara menyeluruh mengenai strategi pembuatan konten promosi digital. Review tersebut dengan melakukan tanya jawab kepada seluruh peserta pelatihan untuk melihat tingkat pemahaman peserta setelah pelatihan dilaksanakan.
3. Peserta pelatihan diberikan lembar kuisioner evaluasi untuk memberikan penilaian terhadap penyelenggaraan kegiatan pengabdian masyarakat mengenai peningkatan daya saing UMKM dalam mempertahankan bisnis di Era New Normal melalui pelatihan strategi pembuatan konten promosi digital.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN Hasil Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul “Peningkatan Daya Saing UMKM Dalam Mempertahankan Bisnis di Era New Normal Melalui Strategi Pembuatan Konten Promosi Pada Platform Digital” telah dilaksanakan pada hari Senin tanggal 09 November 2020 di Kantor Camat Iilir Barat II Kota Palembang. Kegiatan penyuluhan ini telah dihadiri oleh ±30 peserta yang merupakan kelompok UMKM yang ada di Kecamatan Iilir Barat II Kota Palembang dengan jenis usaha yang bergerak di bidang Kuliner, Souvenir dan Konveksi. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan tetap memperhatikan protokol kesehatan, dimana para peserta yang hadir wajib menggunakan masker yang telah dibagikan oleh panitia, mengecek suhu tubuh para peserta dan mengatur jarak tempat duduk peserta. Adapun Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terdiri dari beberapa agenda yaitu :

#### 1. Acara Pembukaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan acara pembukaan yang berupa kata sambutan dari Camat Iilir Barat II Kota Palembang. Dalam sambutannya Camat Iilir Barat II Kota Palembang menyampaikan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah yang pertama kali dilakukan di Kecamatan Iilir Barat II Palembang, dimana saat ini ada sekitar lebih dari 50 (lima puluh) UMKM yang ada di Kecamatan Iilir Barat II dengan mayoritas jenis usahanya bergerak di bidang kuliner.



Gambar 1. Acara Pembukaan

#### 2. Acara Pelatihan Berupa Penyampaian Materi Oleh Nara Sumber.

Acara pelatihan ini dibuka oleh ketua pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat yaitu Ibu Hera Febria Mavilinda SE., M.Si sekaligus sebagai nara sumber yang akan menyampaikan materi mengenai “Strategi Pembuatan Konten Promosi Digital”.

Adapun materi yang disampaikan oleh narasumber diantaranya mengenai :

- a. Definisi dan Ruang Lingkup Pemasaran Digital.
- b. Pengertian Konten Promosi.
- c. Jenis-Jenis Platform Digital.
- d. Strategi Pembuatan Konten Promosi Digital.
- e. Cara Mengatur Jadwal Konten Promosi Yang Baik.
- f. Cara Membuat Kalimat Promosi.
- g. Hal-Hal Penting Yang Perlu diperhatikan Dalam Membuat Konten Pada Platform Media Sosial.

Setelah narasumber selesai menyampaikan materi, anggota dan panitia pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat ini membuka sesi diskusi dan tanya jawab kepada para peserta. Dalam sesi diskusi dan tanya jawab ini, para pelaku UMKM terlibat aktif untuk bertanya dan menggali informasi mengenai teknik membuat konten promosi digital. Selanjutnya setelah sesi diskusi dan tanya jawab selesai dilaksanakan, dilanjutkan dengan sesi foto Bersama dengan seluruh peserta pelatihan sebagai bentuk dokumentasi dari kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan.



Gambar 2. Penyampaian Materi



**Gambar 3. Foto Bersama Peserta**



**Gambar 4. Kegiatan Evaluasi Peserta**

### 3. Evaluasi Kegiatan

Setelah pelatihan ini dilakukan, para peserta menyatakan komitmen mereka untuk mengimplementasikan ilmu yang diperoleh dari pelatihan ini agar dapat mengembangkan strategi dalam pembuatan konten promosi digital yang efektif untuk menarik minat pembelian konsumen online dan meningkatkan kembali volume penjualan mereka.

Di akhir acara, nara sumber melakukan review kembali terhadap materi yang telah disampaikan dengan memberikan beberapa pertanyaan secara lisan kepada para peserta terkait dengan bagaimana strategi dalam pembuatan konten promosi digital, dimana 4 dari 5 pertanyaan yang diberikan oleh nara sumber kepada para peserta dapat dijawab dengan tepat dan benar.

Selain itu para peserta juga diberikan latihan untuk membuat draft rancangan strategi dalam promosi digital berdasarkan jenis usahanya masing-masing. Berdasarkan hasil evaluasi dari draft rancangan strategi promosi digital yang telah dibuat 70% peserta memperoleh penilaian sangat baik, 20% memperoleh penilaian Baik dan 10% memperoleh penilaian cukup baik. Evaluasi materi yang diberikan oleh nara sumber kepada para peserta bertujuan untuk melihat seberapa besar tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang telah disampaikan. Dari hasil evaluasi materi yang telah dilakukan 90% peserta telah memahami dan mengetahui bagaimana strategi dalam pembuatan konten promosi digital.



**Gambar 5. Kegiatan Evaluasi Peserta**

Setelah melakukan review materi, para peserta pelatihan dibagikan lembar kuisioner evaluasi yang berisi penilaian oleh peserta terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan. Lembar kuisioner evaluasi dibagi kedalam 4 skala yang terdiri dari Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Kegiatan evaluasi tersebut penting untuk mengetahui feedback dan manfaat yang dirasakan oleh para peserta serta kritik dan saran atas penyelenggaraan kegiatan pengabdian ini, dimana hal ini akan menjadi bahan evaluasi bagi panitia untuk penyelenggaraan kegiatan pengabdian masyarakat di masa yang akan datang. Adapun hasil kuisioner evaluasi dapat dilihat pada Tabel 1 berikut ini :

**Tabel 1. Hasil Kuisioner Evaluasi**

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Materi yang disampaikan sangat bermanfaat untuk mengembangkan usaha saya	25	5	0	0
2	Materi yang disampaikan dapat meningkatkan kemampuan saya dalam menjalankan bisnis	20	10	0	0
3	Saya Merasa puas terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian ini	27	3	0	0
4	Setelah mengikuti pelatihan ini saya dapat memahami bagaimana strategi pembuatan konten promosi digital untuk memasarkan produk secara online	18	12	0	0
5	Panitia sigap dalam menanggapi pertanyaan yang diajukan oleh para peserta	22	8	0	0

Berdasarkan dari hasil jawaban responden pada Tabel 1 diatas, dapat diketahui bahwa pada pernyataan pertama terdapat 25 peserta atau sebanyak 83,3% peserta menyatakan sangat setuju dan 5 peserta atau sebanyak 16,6% menyatakan setuju bahwa materi yang disampaikan sangat bermanfaat untuk mengembangkan usaha mereka. Pada pernyataan kedua terdapat 20 peserta atau sebanyak 66,67% peserta menyatakan sangat setuju dan 10 peserta atau sebanyak 33,33% peserta menyatakan setuju bahwa materi yang disampaikan dapat meningkatkan kemampuan peserta dalam menjalankan bisnisnya. Pada pernyataan ketiga terdapat 27 peserta atau sebanyak 90% peserta menyatakan sangat setuju dan 3 peserta atau sebanyak 10% peserta menyatakan setuju bahwa mereka merasa puas terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Pada pernyataan keempat terdapat 18 peserta atau sebanyak 60% peserta menyatakan sangat setuju dan 12 peserta atau sebanyak 40% peserta menyatakan setuju bahwa setelah mengikuti pelatihan ini peserta dapat memahami bagaimana strategi dalam pembuatan konten promosi digital untuk

memasarkan produk secara online. Pada pernyataan kelima terdapat 22 peserta atau sebanyak 73,33% peserta menyatakan sangat setuju dan 8 peserta atau sebanyak 26,67% peserta menyatakan setuju bahwa panitia sigap dalam menanggapi pertanyaan yang diajukan.

Dari hasil keseluruhan evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat diketahui bahwa materi yang disampaikan sangat bermanfaat dalam mengedukasi dan meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM yang menjadi peserta pengabdian ini terkait dengan strategi pembuatan konten promosi digital.

### **Pembahasan**

Permasalahan yang diangkat dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah masih rendahnya kemampuan para pelaku UMKM dalam memasarkan produknya pada platform digital bahkan masih banyak pelaku UMKM yang mengalami kesulitan dalam menggunakan fitur-fitur dari platform digital tersebut.

Merujuk pada kondisi atas, kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai strategi pembuatan konten promosi digital dilakukan untuk memberikan edukasi dalam bentuk pelatihan kepada para pelaku UMKM mengenai cara merancang strategi pembuatan konten promosi pada platform digital, cara membuat kalimat promosi yang menarik, cara mengatur jadwal konten promosi pada platform digital serta hal-hal yang perlu diperhatikan untuk membuat konten promosi.

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, mayoritas para pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Ilir Barat II Palembang belum memahami cara membuat konten promosi digital, beberapa diantaranya bahkan ada yang belum memasarkan produknya pada platform digital seperti melalui facebook dan instagram. Selain itu para peserta UMKM yang telah memiliki akun media sosial seperti facebook dan Instagram sebagai media penjualan online nya masih mengalami kesulitan dalam menggunakan fitur-fitur pada platform digital tersebut untuk mempromosikan produknya, bahkan kadang kala konten promosi yang

dibuat terkesan monoton dan tidak bervariasi. Mayoritas Para Pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Ilir Barat II Palembang tidak memiliki strategi untuk membuat konten promosi, mereka hanya mempromosikan produk pada platform digital tanpa ada perencanaan berupa strategi dalam pembuatan konten promosinya. Sehingga dengan adanya pelatihan ini akan dapat meningkatkan pengetahuan dan pemahaman para peserta dalam merancang strategi pembuatan konten promosi digital untuk menarik minat pembelian konsumen dan meningkatkan kembali volume penjualan yang mengalami penurunan akibat dampak pandemi tersebut, sekaligus meningkatkan daya saing nya dalam mempertahankan bisnis di Era *New Normal*.

#### 4. SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini berdasarkan uraian pembahasan diatas adalah :

1. Sebagian besar para pelaku UMKM di Kecamatan Ilir Barat II Palembang belum memahami strategi pembuatan konten promosi pada platform digital termasuk dalam menggunakan fitur-fitur yang tersedia pada platform media sosial yang dapat dijadikan sebagai *tools* untuk melakukan promosi digital. Selain itu, sebagian besar dari mereka bahkan tidak menggunakan strategi dalam mendistribusikan konten promosi kepada konsumen karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuannya.
2. Dari hasil keseluruhan evaluasi kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat diketahui bahwa materi yang disampaikan sangat bermanfaat dalam mengedukasi dan meningkatkan kemampuan para pelaku UMKM yang menjadi peserta pengabdian ini terkait dengan strategi pembuatan konten promosi digital.
3. Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat ini, para pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Ilir Barat II Palembang dapat diberikan edukasi dan pemahaman mengenai teknik dan cara merancang strategi dalam pembuatan konten promosi digital sehingga dapat menarik minat

pembelian konsumen dan meningkatkan kembali volume penjualan yang mengalami penurunan akibat dampak pandemi tersebut, sekaligus meningkatkan daya saing nya dalam mempertahankan bisnis di Era *New Normal*.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya dan seluruh pihak yang telah mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini baik rekan dosen maupun mahasiswa

#### 6. REFERENSI

##### A. Buku

- 1) Bank Indonesia. 2008. *Undang-Undang Republik Indonesia No.20 Tahun 2008 Tentang UMKM*. Jakarta : Bank Indonesia.
- 2) Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. 2019. *Marketing 4.0 Bergerak dari Tradisional Ke Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- 3) Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- 4) Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran (Marketing Management) (Edisi 13)*. U.S.A : Pearson Prentice Hall.
- 5) Louis E. Boone, David L. Kurtz, 2012. *Contemporary Business* . Books 14 th edition.
- 6) Mulyana, D. 2000. *Ilmu komunikasi: suatu pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- 7) Stanton, William J. 2012. *Prinsip pemasaran*, alih bahasa : Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta.

##### B. Artikel Jurnal

- 1) Amalia, suri dan Novianti, ayu. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Keuangan*. Vol.5 No.1.
- 2) Hasan. 2015. Key Drivers Influencing Shopping Behavior In Retail Stores.

- Journal of Inspiration Economy*. Vol. 2(1), 7–33.
- 3) Kannan, P. K., & Hongshuang, L. 2016. Digital Marketing: A Framework, Review and Research Agenda. *International Journal of Research in Marketing*.
  - 4) Kee, A. W. A., Yazdanifard, R. 2015. The Review of Content Marketing as a New Trend in Marketing Practices. *International Journal of Management, Accounting, and Economics*. ISSN: 2383-2126 (Online), Vol. 2, No. 9, 2015, hlm. 1055-10.
  - 5) Lestari, Putri dan Saifuddin, Muchammad. 2020. Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid 19. *Jurnal Manova* Vol 2. No.2 .
  - 6) Mavilinda, Hera Febria., Nazaruiddin., Nofiauwaty., Islahuddin & Dameria, Lina.S. 2021. Penguatan Ekonomi Digital Melalui Pengembangan "Digital Entrepreneurship" Bagi Pelaku UMKM di Desa Kerinjing Ogan Ilir Sumatera Selatan. Selaparang: *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*. Vol.5, No.1.
  - 7) Tresnawati, Yuni dan Prasetyo, Kurniawan. 2018. Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner di Media Sosial. *Jurnal Unpad, Profesi Humas*, Vol.3 No.1 Tahun 2018 Hlm. 102-119.
  - 2) Kompas.Tv. com. 2020. *Pandemi Corona Pendapatan UMKM Anjlok Hingga 80%*. Kompas TV. Dilihat 26 September 2020. <https://www.kompas.tv/article/95049/pandemi-corona-pendapatan-umkm-anjlok-hingga-80>. Diakses 26 September 2020.
  - 3) Kompas.id. 2020. *Sebanyak 12.000 UMKM di Sumsel Terpuruk Akibat Pandemi*. Dilihat 26 September 2021. <https://kompas.id/baca/nusantara/2020/08/25/sebanyak-12-000-umkm-di-sumsel-terpuruk-akibat-pandemi/> .
  - 4) Liputan6.com. 2020. *Kemenkop Target 2 Juta UMKM Go Digital Desember 2020*. Dilihat 27 September 2020. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4279589/kemenkop-target-2-juta-umkm-go-digital-di-desember-2020> .
  - 5) Liputan6.com. 2020. *Keberhasilan UMKM Go Digital Masih Rendah*. Dilihat 27 September 2020. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4279589/kemenkop-target-2-juta-umkm-go-digital-di-desember-2020>,
  - 6) Merdeka.com. 2019. *Mengenal Platform Pemasaran Digital Untuk Pebisnis Pemula*. Dilihat 26 September 2020. <https://www.merdeka.com/teknologi/mengenal-platform-pemasaran-digital-untuk-pebisnis-pemula.html>.
  - 7) Watts, Stephen, 2020. *Digital Paltform: A Brief Introduction*. Dilihat 25 September 2020. <https://www.bmc.com/blogs/digital-platforms/>.
  - 8) Tirto.id 2020. *Ekonomi Kuartal I 2020 Tersungkur, Indonesia Terancam Resesi*. Diakses 26 september 2020. <https://tirto.id/ekonomi-kuartal-i-2020-tersungkur-indonesia-terancam-resesi-fpp5> .
- C. Sumber Rujukan dari Website**
- 1) BPS.go.id. 2020. *Ekonomi Indonesia Triwulan II 2020 Turun 5,32%*. [WWW.BPS.Go.ID](http://WWW.BPS.Go.ID). Dilihat 26 September 2020. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2020/08/05/1737/-ekonomi-indonesia-triwulan-ii-2020-turun-5-32-persen.html>.

## PENTINGNYA EDUKASI KEUANGAN KELUARGA

**Suramaya Suci Kewal<sup>1</sup>**

Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas  
Email : suramaya@ukmc.ac.id

**Yohanes Andri Putranto<sup>2</sup>**

Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas  
Email : andri@ukmc.ac.id

**Anastasia Sri Mendari<sup>3</sup>**

Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas  
Email : anastasia@ukmc.ac.id

**Heriyanto<sup>4</sup>**

Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas  
Email : heriyanto@ukmc.ac.id

**Agustinus Widyartono\*<sup>5</sup>**

Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas  
Email : widyartono@ukmc.ac.id

### ABSTRACT

*A good family needs to be prepared for a long time, because a good family is the main factor for personal, community and church safety/welfare, in building a Catholic family, one of the important factors that must be managed is financial matters. Management of family finances in preparation for a Catholic wedding or what is often called Kuperper is no less important, because after marriage, young couples or newly married couples must be aware of the consequences that will follow, including financial management. This service partner, namely the Family Commission of the Dean of the Archdiocese of Palembang, entrusted this material to a team of lecturers from the Faculty of Business and Accounting, Musi Charitas Catholic University, Palembang because they do not have the competence to provide financial planning training, this financial planning training is a necessity for young couples who in the near future will build a household. This training was attended by 56 participants from various parishes, but 45 participants filled out the questionnaire distributed by the team. The Financial Planning Training on the importance of family financial education has gone well, and partners also expressed their gratitude for holding this activity, and hoped that similar activities would be held again. Before and after the training the participants were asked to fill out a questionnaire to measure their understanding of financial planning. Output targets in this activity were also quite achieved, with an increase in correct answers after participants attended the training.*

**Keywords:** *investment, financial management*

### ABSTRAK

*Keluarga yang baik perlu dipersiapkan lama, sebab keluarga yang baik menjadi faktor utama keselamatan/kesejahteraan pribadi, masyarakat dan Gereja, dalam membangun keluarga Katolik, salah satu faktor penting yang harus dikelola adalah masalah keuangan. Pengelolaan keuangan keluarga dalam persiapan pernikahan Katolik atau yang sering di sebut Kuperper*

*menjadi materi yang tidak kalah penting, karena setelah menikah, pasangan muda atau pasangan yang baru menikah harus sadar akan konsekuensi yang akan mengikuti, termasuk tentang pengelolaan keuangan. Mitra pengabdian ini yakni Komisi Keluarga Dekanat 1 Keuskupan Agung Palembang mempercayakan pemberian materi ini pada Tim dosen-dosen Fakultas Bisnis dan Akuntansi Universitas Katolik Musi Charitas Palembang dikarenakan tidak memiliki kompetensi untuk memberikan pelatihan perencanaan keuangan, pelatihan perencanaan keuangan ini merupakan suatu kebutuhan bagi pasangan muda yang dalam waktu dekat akan membangun rumah tangga. Pelatihan ini diikuti 56 peserta dari berbagai paroki, namun yang mengisi kuesioner yang dibagikan tim sebanyak 45 peserta. Pelatihan Perencanaan Keuangan pentingnya edukasi keuangan keluarga telah berjalan dengan baik, dan mitra juga menyatakan rasa terima kasihnya atas terselenggaranya kegiatan ini, serta mengharapkan kegiatan serupa untuk diadakan lagi. Sebelum dan setelah dilakukan pelatihan para peserta diminta untuk mengisi kuesioner untuk mengukur pemahaman mereka tentang perencanaan keuangan. Sasaran (target luaran) dalam kegiatan ini juga cukup tercapai, dengan adanya peningkatan jawaban yang benar setelah peserta mengikuti pelatihan.*

**Kata kunci:** *investasi, pengelolaan keuangan*

## 1. PENDAHULUAN

Keluarga-keluarga Katolik diharapkan mampu mengelola keuangan keluarga dengan cerdas, cerdas dalam mengelola sumber dana dan penggunaan dana (uang) yang mereka miliki, karena keuangan adalah salah satu faktor yang dibutuhkan untuk mendukung kebersamaan seluruh hidup dan demi kesejahteraan pasutri dan anak-anak. Keuangan dalam keluarga haruslah dipahami sebagai sarana bukan sebagai tujuan. Pengelolaan keuangan keluarga dalam persiapan pernikahan Katolik atau yang sering di sebut Kuperper menjadi materi yang tidak kalah penting, karena setelah menikah, pasangan muda atau pasangan yang baru menikah harus sadar akan konsekuensi yang akan mengikuti, termasuk tentang pengelolaan keuangan. Perlu diketahui, meski ada istilah bahwa uang bukan segalanya, didalam pernikahan pengelolaan keuangan harus benar dan matang. Dalam pernikahan masalah keuangan sensitif, yang bertanggung jawab dalam masalah pengelolaan keuangan tidak bisa dibebankan pada istri saja atau suami saja. Keduanya harus saling berkomunikasi agar perlahan bisa mandiri mengatur keuangan. Idealnya dalam sebuah keluarga keuangan dikelola bersama-sama antara suami-istri (Ghozie, 2017)

Sebelum membentuk institusi perkawinan, calon-calon keluarga muda di dalam gereja Katolik diharuskan mengikuti Kursus Persiapan

Perkawinan, kursus ini memberikan harapan tercapainya keluarga yang baik, bagi Gereja dan masyarakat. KPP memberi kepada muda-mudi bekal dalam hidup keluarga katolik. Demikian juga di Keuskupan Agung Palembang. dalam satu tahun diadakan 4 kali kursus persiapan perkawinan, yakni di bulan Februari, Mei, Agustus dan Oktober. Di dalam Kuperper, ada berbagai materi yang diberikan, dan salah satu materi yang juga tidak kalah pentingnya adalah materi tentang ekonomi rumah tangga atau manajemen keuangan keluarga. Ekonomi rumah tangga bukanlah tujuan, melainkan sarana yang (harus) menunjang dan memungkinkan penghayatan iman, yang mau dicapai adalah kesejahteraan bagi semua orang serta peningkatan mutu hidup menurut kehendak Tuhan (Indonesia, 1975)

Sebagian besar peserta pelatihan ini adalah generasi milenial ( yang lahir antara tahun 1980-1999 ) yang umumnya dinilai belum bisa memilah antara kebutuhan dan keinginan. Generasi milenial cenderung memenuhi aktualisasi diri untuk mengikuti gaya hidup. Perencana keuangan (Ghozie, 2014) mengingatkan pentingnya perencanaan keuangan, dan jika tidak dilakukan sedini mungkin, maka risiko terberatnya adalah gagal pensiun dengan nyaman. Perencanaan keuangan mutlak dilakukan demi menghadapi masa depan keuangan yang lebih baik (Sitohang, 2017)

Pengelolaan keuangan keluarga dalam persiapan pernikahan Katolik atau yang sering di sebut Kuperper menjadi materi yang tidak kalah penting, karena setelah menikah, pasangan muda atau pasangan yang baru menikah harus sadar akan konsekuensi yang akan mengikuti, termasuk tentang pengelolaan keuangan.

## 2. PERMASALAHAN MITRA

Saat ini mitra tidak memiliki kompetensi untuk memberikan pelatihan perencanaan keuangan, pelatihan perencanaan keuangan ini merupakan suatu kebutuhan bagi pasangan muda yang dalam waktu dekat akan membangun rumah tangga.

## 3. METODE PELAKSANAAN

### Persiapan

Tim menghubungi Romo RD Petrus Sukino selaku wakil pihak mitra, untuk kerjasama pelaksanaan kegiatan, setelah menyetujui, maka ditandatangani surat keterangan kesediaan kerja sama tanggal 24 April 2021.

Bulan Juli 2021 Tim kembali menghubungi Romo RD.Petrus Sukino selaku Koordinator Kursus Persiapan Pernikahan Dekanat 1 Keuskupan Agung Palembang untuk membicarakan kegiatan yang akan dilaksanakan, kepastian jadwal penyelenggaraan diterima tim tanggal 4 Agustus melalui WA.

### Pemberian Materi

Pemberian materi selain berupa ceramah, juga simulasi dan pelatihan. Kegiatan dilakukan secara daring, dimulai dengan diskusi dalam tim, pembahasan dalam diskusi meliputi topik apa yang akan diberikan, bagaimana metode penyampaian, keterlibatan mahasiswa dalam kegiatan dan juga pemberian hadiah bagi peserta. setelah beberapa kali diskusi, diputuskan topik kegiatan pengabdian masyarakat membahas mengenai "Pelatihan Perencanaan Keuangan : Pentingnya Edukasi Keuangan Keluarga".

Sebelum pelaksanaan pelatihan, tim meminta peserta untuk mengisi kuesioner sebelum dan setelah pelatihan, yang bertujuan sebagai masukan bagi tim untuk mengetahui

efektifitas pemberian materi .Peserta diminta untuk mengisi kuesioner sebelum pelatihan dan setelah pelatihan peserta juga diminta kembali untuk mengisi kuesioner. Item pengukuran dalam kuesioner yang digunakan diadopsi dari "Buku Seri Literasi Keuangan Indonesia :Perencanaan Keuangan Ibu Rumah Tangga." (Keuangan, 2013).

### Waktu Pelaksanaan

Kegiatan diselenggarakan tanggal 26 Agustus 2021. Kegiatan masih dilakukan melalui daring (zoom) mengingat kondisi pandemi covid 19 yang masih berlanjut, yang tidak memungkinkan pemberian materi secara tatap muka dengan peserta.

Pelaksanaan kegiatan tanggal 26 Agustus 2021 mulai pukul 19.00 s.d 21.00 dilakukan secara daring melalui zoom meeting, dibagi menjadi dua sesi, sesi pertama pemaparan materi "Pelatihan Perencanaan Keuangan : Pentingnya Edukasi Keuangan Keluarga", yang meliputi, Pedoman Pastoral, pokok masalah ekonomi rumah tangga, komunikasi keuangan ( komunikasi keuangan sebelum menikah, komunikasi keuangan jika mau membantu keluarga dpasangan diluar keluarga inti) ,pengelolaan alokasi dana, berapa besar alokasi dana untuk sosial, untuk hutang, untuk dana darurat ,untuk asuransi ( proteksi) , untuk investasi dan dana pendidikan anak , selain itu pada bagian-bagian tertentu di berikan juga beberapa firman dalam Kitab Suci yang memberikan peneguhan dalam kaitan dengan pengelolaan keuangan. Sesi kedua merupakan pelatihan dan simulasi, serta tanya jawab, peserta yang bertanya dan beruntung akan mendapatkan doorprize berupa voucher pulsa sebesar Rp 50.000, selain itu sebanyak 2 peserta yang mengisi kuesioner dipilih secara acak juga diberikan doorprize berupa voucher pulsa sebesar Rp 50.000 per orang.

Setelah selesai pelaksanaan tanggal 26 Agustus 2021 tim melanjutkan kerja untuk penyusunan laporan, kegiatan yang dilakukan dalam rangka penyusunan laporan antara lain merekap presensi peserta, mengolah data kuesioner, menghubungi peserta yang beruntung mendapatkan doorprize, membuat laporan, menyusun luaran (publikasi), dan

mempersiapkan materi untuk seminar laporan. Kegiatan ini berlangsung dari awal bulan September sampai dengan akhir bulan November 2021. Penyerahan laporan, presentasi seminar direncanakan bulan Desember 2021. Setelah seminar, akan direvisi sesuai masukan-masukan yang diperoleh saat seminar.

#### Karakteristik Mitra

Berikut informasi lengkap mengenai karakteristik peserta pengabdian yang hadir berdasarkan beberapa data seperti gender, usia, tingkat pendidikan, status pekerjaan.

**Tabel 1 Sebaran Peserta Pengabdian Masyarakat Berdasarkan Gender**

Distribusi Frekuensi Responden (Berdasarkan Gender)	Frekuensi	Persentase
Pria	22	51,1%
Wanita	23	48,9%
<b>Jumlah</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

Sumber : data primer diolah, 2021

Berdasarkan gender, jumlah peserta yang mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat ini dan mengembalikan kuesioner adalah 22 orang pria (51,1%) dan 23 wanita (48,9%).

**Tabel 2 : Sebaran Peserta Pengabdian Masyarakat Berdasarkan Usia**

Distribusi Frekuensi Responden (Berdasarkan Usia)	Frekuensi	Persentase
Kurang dari 23 tahun	3	6,7%
23 tahun sampai 27 tahun	15	33,3%
Lebih dari 27 tahun	27	60%
<b>Jumlah</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

Sumber : data primer diolah, 2021

Berdasarkan usia, peserta yang mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah 3 orang (6,7%) berusia kurang dari 23 tahun, 15 orang (33,3%) berusia 23 tahun sampai dengan 27 tahun serta 27 orang (60%) berusia lebih dari 27 tahun.

**Tabel 3 : Sebaran Peserta Pengabdian Masyarakat Berdasarkan Jenis Pekerjaan Utama**

Distribusi Frekuensi Responden (Berdasarkan Jenis Pekerjaan Utama)	Frekuensi	Persentase
Karyawan	11	24,4%
Bisnis (Wirausaha)	34	75,6%
<b>Jumlah</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

Sumber : data primer diolah, 2021

Berdasarkan jenis pekerjaan, peserta yang mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah 11 orang (24,4%) sebagai karyawan dan 34 orang (75,6%) sebagai pebisnis (wirausahawan).

Berdasarkan masa kerja, peserta yang mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah 25 orang (55,6%) memiliki masa kerja kurang dari 5 tahun, 16 orang (35,6%) memiliki masa kerja 5 sampai dengan 10 tahun, 3 orang (6,7%) memiliki masa kerja 10 sampai dengan 15 tahun, dan 1 orang (2,2%) memiliki masa kerja lebih dari 15 tahun. Berdasarkan tingkat pendidikan akhir, peserta yang mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah 2 orang (4,4%) memiliki pendidikan akhir SMP/Sederajat, 11 orang (24,4%) memiliki pendidikan akhir SMA/Sederajat, 1 orang (2,2%) memiliki pendidikan akhir akademi, 29 orang (64,4%) memiliki pendidikan akhir Sarjana, serta 2 orang (4,4%) memiliki pendidikan akhir Pasca Sarjana.

Berdasarkan aspek kemenarikan topik kegiatan, 1 orang (2,2%) peserta menyatakan tidak setuju, 2 orang (4,4%) peserta menyatakan netral, 15 orang (33,3%) peserta setuju, dan 27 orang (60%) peserta sangat setuju bahwa topik kegiatan menarik. Berdasarkan kemenarikan bahan/materi, 1 orang (2,2%) peserta menyatakan tidak setuju, 2 orang (4,4%) peserta menyatakan netral, 15 orang (33%) peserta setuju dan 27 orang (60%) peserta sangat setuju bahwa bahan/materi kegiatan menarik. Berdasarkan kejelasan penyajian bahan/materi, 1 orang (2,2%) peserta menyatakan tidak setuju, 1 orang (2,2%) peserta menyatakan netral, 13 orang (28,9%) peserta setuju dan 30 orang

(66,7%) peserta sangat setuju bahwa penyajian bahan/materijelas. Berdasarkan kemenarikan bentuk kegiatan secara umum, 1 orang (2,2%) peserta menyatakan netral, 15 orang (33,3%) peserta menjawab setuju dan 29 orang (64,4%) peserta menjawab sangat setuju bahwa bentuk kegiatan secara umum menarik. Berdasarkan kebermanfaatan kegiatan, 9 orang (20%) peserta menjawab setuju dan 36 orang (80%) peserta menjawab sangat setuju bahwa kegiatan ini sangat bermanfaat.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum dan sesudah kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan, peserta diminta untuk mengisi kuesioner yang berisikan pernyataan dengan pilihan ganda seputar pengetahuan tentang perencanaan keuangan keluarga. Kuesioner sebelum dan sesudah kegiatan bertujuan untuk mengetahui keefektifan pemberian materi. Berikut ini adalah hasil perbandingan pemahaman peserta sebelum dan setelah diberikan pelatihan.

Pertanyaan pertama merupakan pertanyaan dasar sebelum peserta membentuk keluarga, dari jawaban sebelum dilakukan pelatihan sebanyak 6,7% peserta memilih sumber dana untuk mengadakan pesta pernikahan berasal dari hutang keluarga, dan 4,4 % berasal dari sumbangan dari para undangan, 88,9% berasal dari uang sendiri sesuai kemampuan. Pada saat pelatihan, peserta dijelaskan bahwa sedapat mungkin sumber dana untuk pesta pernikahan tidak berasal dari hutang, sangat baik jika pesta pernikahan berasal dari uang sendiri dan mengadakan pesta sesuai dengan kemampuan. Jawaban peserta setelah pelatihan ada peningkatan jawaban yang benar (sebesar 4,4 %) yakni dari 88,9% menjadi 93,3%.

Pertanyaan kedua bertujuan untuk mengetahui pandangan peserta mengenai tanggung jawab didalam menanggung perekonomian keluarga yang merupakan tanggung jawab suami dan istri, jawaban peserta sebelum pelatihan sebanyak 77,8 % telah memiliki pandangan yang sesuai, namun 22,2% peserta menganggap suami lah yang bertanggung jawab atas perekonomian keluarga. Dalam pelatihan dijelaskan bahwa

tanggung jawab atas perekonomian merupakan tanggung jawab bersama suami dan istri, setelah pelatihan ada kenaikan jumlah jawaban yang benar dari 77,8% menjadi 84,4% atau sekitar 10,6 % .

Pertanyaan ketiga mengarah pada keterbukaan antar suami dan istri dalam mengatur ekonomi keluarga, untuk pertanyaan ini semua peserta menjawab dengan tepat baik sebelum pelatihan. Saat pelatihan di jelaskan pentingnya saling keterbukaan didalam mengatur ekonomi keluarga, dalam mengatur ekonomi keluarga yang paling penting adalah komunikasi secara terbuka antara suami dan istri. Setelah pelatihan ada kenaikan jawaban yang benar dari 97,8 % menjadi 100%.

Pertanyaan no 4, merupakan pengetahuan tentang penghasilan yang diperoleh baik penghasilan aktif maupun penghasilan pasif. Pada saat pelatihan dijelaskan mengenai penghasilan aktif dan pasif, materi ini bertujuan untuk memotivasi peserta untuk melakukan investasi sehingga diharapkan memperoleh penghasilan pasif. Sebelum pelatihan yang menjawab benar sebesar 68,9%, dan mengalami peningkatan sebesar **13,3 %** setelah mengikuti pelatihan menjadi 82,2%.

Didalam pengelolaan keuangan, salah satu alokasi dana adalah alokasi dana untuk pendidikan anak. Materi ini diberikan dengan tujuan agar peserta juga sudah mengantisipasi pendidikan untuk anak-anak yang akan menjadi bagian keluarga inti. Alokasi dana untuk pendidikan anak idealnya 20% dari penghasilan, sebelum pelatihan 53,3% yang menjawab benar, dan setelah pelatihan mengalami kenaikan menjadi 64,4%, atau kenaikan sebesar **10%**.

Hal lain yang dijelaskan dalam pelatihan adalah pentingnya mempersiapkan dana darurat. Adapun besarnya dana darurat (minimal) yang harus dipersiapkan adalah sebesar 3 kali biaya bulanan. Sebelum pelatihan sebesar 51,1% yang menjawab dengan tepat, namun setelah pelatihan yang menjawab dengan tepat sebanyak 73,3%. Ada kenaikan sebesar 22,2%.

Berdasarkan dengan penjelasan yang diberikan pada peserta mengenai hutang, adapun yang ditekankan dalam pelatihan bahwa

penggunaan hutang harus bijak, jika keluarga memiliki hutang sebaiknya dalam jumlah yang tidak melebihi 30 % dari penghasilan, peserta yang menjawab benar sebelum pelatihan sebesar 62,2% dan setelah pelatihan mengalami penurunan menjadi 86,7%. Ada kenaikan jawaban yang benar sebesar **24,5%**.

Berdasarkan dengan penjelasan yang diberikan pada peserta mengenai hutang, jika berhutang untuk hal yang produktif, sebelum pelatihan semua peserta ada yang menjawab berutang untuk membeli perabot sebesar 6,7% dan berutang untuk membuka usaha sebesar 93,3%. Namun setelah pelatihan mengalami jawaban yang menjawab dengan benar 100%.

Berdasarkan dengan penjelasan tentang asuransi untuk tujuan, ditekankan bahwa tujuan membeli asuransi adalah untuk proteksi dan bukan untuk investasi. Sebelum pelatihan 17,8% peserta masih menjawab tujuan asuransi adalah untuk investasi, dan setelah pelatihan yang menjawab tujuan asuransi untuk investasi berkurang menjadi 13,3%. Sebelum pelatihan peserta yang menjawab membeli asuransi untuk proteksi sebesar 82,2% namun setelah pelatihan mengalami kenaikan jawaban benar sebesar 4,5% menjadi 86,7%.

Berdasarkan dengan pertanyaan diatas, peserta diingatkan jangan sampai mengorbankan kebutuhan keluarga inti untuk membantu keluarga yang bukan inti. Sebelum pelatihan peserta yang menjawab meminjamkan uang pendidikan kepada keluarga sebesar 6,7% dan yang mengutamakan dana pendidikan untuk keluarga inti sebesar 93,3%. Namun, setelah pelatihan mengalami peningkatan jawaban benar sebesar 4,5% menjadi 97,8%.

**Tabel 4 : Tingkat Pengetahuan Peserta Terkait dengan Perencanaan Keuangan Keluarga Sebelum dan Sesudah Mengikuti Kegiatan**

No.	Pertanyaan seputar Pengetahuan Tentang Perencanaan Keuangan Keluarga	Persentase Jawaban Benar	
		Sebelum	Sesudah
1	Dari mana dana untuk mengadakan pesta pernikahan?	88,9%	93,3%

2	Siapa yang bertanggung jawab atas perekonomian keluarga?	77,8%	84,4%
3	Bagaimana cara mengatur ekonomi keluarga?	97,8%	100%
4	Penghasilan yang berupa bunga atau hasil (return) dari investasi yaitu ..	68,9%	82,2%
5	Alokasi dana untuk pendidikan anak idealnya..	53,3%	64,4%
6	Berapakah besar dana darurat (minimal) yang harus disiapkan?	51,1%	73,3%
7	Dalam mengelola penghasilan, manakah besarnya alokasi dana yang paling benar berikut ini?	62,2%	86,7%
8	Manakah dibawah ini yang termasuk utang produktif?	93,3%	100%
9	Kita membeli asuransi untuk tujuan ..	82,2%	86,7%
10	Apabila ada salah satu dari keluarga besar yang ingin meminjam uang untuk tambahan membuka usaha mereka, keluarga Anda tidak memiliki dana berlebih selain dana yang akan dipergunakan untuk uang pendidikan anak Anda, apa yang Anda lakukan?	93,3%	97,8%

Sumber : data primer diolah, 2021

Secara umum, dari 10 pertanyaan kuisisioner untuk mengukur pengetahuan mengenai perencanaan keuangan keluarga, rata-rata jawaban benar dari peserta saat sebelum mengikuti kegiatan adalah sebesar 76,88% sedangkan rata-rata jawaban benar dari peserta sesudah mengikuti kegiatan adalah sebesar 86,88%. Adapun pertanyaan yang mengalami kenaikan jawaban yang benar cukup signifikan yaitu terkait hutang ( peningkatan jawaban benar 24,5%) dan pertanyaan berkaitan dengan dana darurat (peningkatan jawaban benar

sebesar 22,2%). Hal ini menunjukkan sesudah mengikuti kegiatan pengabdian ini, pengetahuan peserta mengenai perencanaan keuangan keluarga meningkat.

## 5. SIMPULAN

Secara umum, kegiatan pengabdian masyarakat: “Pelatihan Perencanaan Keuangan : Pentingnya Edukasi Keuangan Keluarga” telah berjalan dengan baik, dan mitra juga menyatakan rasa terima kasihnya atas terselenggaranya kegiatan ini, serta mengharapkan kegiatan serupa untuk diadakan lagi pada periode berikutnya.

Secara umum, dari 10 pertanyaan kuesioner untuk mengukur pengetahuan mengenai ada peningkatan sebelum dan sesudah pelatihan. Presentase peningkatan jawaban yang cukup tinggi adalah pertanyaan tentang Pengeluaran untuk utang dan minimal dana darurat yang dimiliki.

Sasaran (target luaran) dalam kegiatan ini juga cukup tercapai, dengan adanya peningkatan jawaban yang benar setelah peserta mengikuti pelatihan.

Peserta juga cukup aktif mengikuti kegiatan di mana terlihat dari sesi tanya jawab dengan tim pengabdian yang berjalan cukup baik.

Selain itu, indikator keberhasilan pelaksanaan kegiatan ini juga terlihat dari hasil penilaian kuesioner dan masukan secara terbuka yang diberikan oleh peserta pelatihan.

## 6. UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini, kami segenap tim pengabdian masyarakat ingin mengucapkan terima kasih pada berbagai pihak yang telah memberikan sumbangsih (baik berupa pemikiran, dana, maupun waktu) bagi terwujudnya kegiatan pengabdian masyarakat

ini sampai dengan penyusunan laporan kegiatan, diantaranya: Rektor Universitas Katolik Musi Charitas Palembang atas izin yang diberikan untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dekan Fakultas Bisnis dan Akuntansi Universitas Katolik Musi Charitas Palembang atas izin yang diberikan untuk melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kepala LPPM Universitas Katolik Musi Charitas Palembang atas pengarahannya yang diberikan terkait dengan administratif pengajuan sampai dengan pelaporan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Romo RD Petrus Sukino selaku Koordinator Kursus Persiapan Pernikahan Dekanat 1 Keuskupan Agung Palembang. Rekan-rekan dosen di Fakultas Bisnis dan Akuntansi atas masukan dan saran terkait dengan kegiatan pengabdian perencanaan keuangan keluarga ini.

Dan pihak-pihak lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu namun turut memberikan bantuan yang bermanfaat bagi kelancaran proses pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini

## 7. REFERENSI

- Ghozie, P. H. (2014). *Make It Happen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozie, P. H. (2017). Problema Keuangan. *Tabloid Kontan*, 11–XXII.
- Indonesia, K. W. G. (1975). *Pedoman Pastoral KWI*.
- Keuangan, O. J. (2013). *Buku Seri Literasi Keuangan Indonesia :Perencanaan Keuangan Ibu Rumah Tangga*.
- Sitohang, S. E. H. (2017). Tiga Hal Penting Tentang Investasi Untuk Pasangan Muda, yang Harus Anda Praktikkan! *Finansialku*.  
<https://www.finansialku.com/investasi-untuk-pasangan-muda/>

## RESILIENSI KELUARGA MELALUI PEMBERDAYAAN EKONOMI PERAN IBU DI MASA PANDEMI

**Ignasius Heri Satria Wangsa<sup>1)</sup>**

Prodi Manajemen, Fakultas Bisnis & Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas,  
email: [ig\\_heri@ukmc.ac.id](mailto:ig_heri@ukmc.ac.id)

**Agustinus Riyanto<sup>2)</sup>**

Prodi Psikologi, Fakultas Humaniora & Ilmu Pendidikan, Universitas Katolik Musi Charitas,  
email: [a\\_riyanto@ukmc.ac.id](mailto:a_riyanto@ukmc.ac.id)

**Maria Josephine Tyra<sup>3)</sup>**

Prodi Manajemen, Fakultas Bisnis & Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas,  
email: [tyra@ukmc.ac.id](mailto:tyra@ukmc.ac.id)

**Lina<sup>4)</sup>**

Prodi Manajemen, Fakultas Bisnis & Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas,  
email: [lina@ukmc.ac.id](mailto:lina@ukmc.ac.id)

**Johan Gunady Ony<sup>5)</sup>**

Prodi Manajemen, Fakultas Bisnis & Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas,  
email: [johangunadyony@ukmc.ac.id](mailto:johangunadyony@ukmc.ac.id)

**Maria Ignasia Galuh Parwati<sup>6)</sup>**

Prodi Psikologi, Fakultas Humaniora & Ilmu Pendidikan, Universitas Katolik Musi Charitas,  
email: [galuhprwti17@gmail.com](mailto:galuhprwti17@gmail.com)

### ABSTRACT

*The present pandemic has changed the global economic life. In the family level it results the decreasing family income. This situation weakens the resilience. Therefore, it is urgent to create new opportunities within the context of family. Family has played major role where the mother's involvement is significant to respond the change and to creatively look for entrepreneurship opportunity. This community service aims at improving the family resilience through economic empowerment of mother's role. The activity is divided into two sessions, namely: (1) Practical skills of child independence development; and (2) Practical entrepreneurship skills "how to make peach gum herbal drink". Survey was conducted at the end of the activity. One-Sample Test was employed to measure means value of perceived-benefit, involvement and loyalty which is accounted for 4 (= Agree) (Sig. > 0.05). Procedures for Bivariate Correlation to measure the participation level was applied. The result shows significant correlation between Session Attractiveness (KTM) and Perceived-benefit (PMM) (0.548/Sig. 0.01), and between Future Intention (KKG) and Recommendation (KR) (0.447/Sig. 0.05).*

**Keywords:** family resilience, entrepreneurship, mother's role

### ABSTRAK

*Dampak pandemi yang sedang berlangsung saat ini telah merubah tatanan global kehidupan ekonomi. Di tingkat keluarga berdampak pada penurunan tingkat pendapatan keluarga. Situasi ini melemahkan daya resiliensi. Disini perlu diciptakan peluang-peluang baru. Dalam konteks ini keluarga menjadi sentral dimana peran ibu diberdayakan untuk tanggap terhadap perubahan sekaligus kreatif dalam mencari peluang kewirausahaan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan untuk meningkatkan resiliensi keluarga melalui pemberdayaan ekonomi peran ibu. Bentuk kegiatan berupa pelatihan yang dibagi menjadi dua sesi, masing-masing: (1) Pelatihan ketrampilan pendidikan kemandirian anak; (2) Pelatihan ketrampilan wirausaha pembuatan minuman herbal "peach gum". Di akhir kegiatan dilakukan survei tingkat partisipasi peserta. Dengan menggunakan prosedur One-Sample Test diketahui skor rata-rata persepsi terhadap manfaat, keterlibatan dan keinginan untuk merekomendasi kegiatan sebesar 4 (= Setuju) (Sig. > 0.05). Demikian juga dengan Korelasi Bivariate diketahui Nilai Pearson Correlation sebesar 0.548 (Sig. 0.01) menunjukkan hubungan antara Ketertarikan terhadap Materi (KTM) dan Persepsi Materi memiliki Manfaat (PMM), serta Nilai Pearson Correlation sebesar 0.447 (Sig. 0.05) menunjukkan hubungan antara Keinginan mengikuti Kegiatan serupa di masa mendatang (KKG) dan Keinginan Merekomendasi kegiatan kepada orang lain (KR).*

**Kata Kunci:** *resiliensi keluarga, kewirausahaan, peran ibu*

#### 1. PENDAHULUAN

Dampak pandemi yang sedang berlangsung saat ini telah merubah tatanan global kehidupan ekonomi. Di Indonesia kelesuan perekonomian ditunjukkan oleh kelambatan laju pertumbuhan ekonomi sebesar 2.35% yang terutama disebabkan oleh kenaikan angka pengangguran. Data dari Kementerian Tenaga Kerja Republik Indonesia menunjukkan total jumlah pekerja dirumahkan mencapai 1,943,916 orang dari 114,340 perusahaan (Kemnaker, 2020). Situasi ini berdampak secara langsung pada penurunan tingkat pendapatan keluarga. Prime et al (2020) juga menegaskan pandemi memberi dampak sosial ekonomi berkepanjangan bagi keluarga dan anak-anak, dan oleh karenanya perlu dicarikan sebuah solusi terutama untuk meningkatkan resiliensi keluarga.

Menurut Masten (2018) dalam Kimhi et al (2020) resiliensi adalah potensi kapasitas sebuah sistem dinamis yang dapat diwujudkan untuk beradaptasi dengan baik terhadap segala gangguan yang mengancam fungsi, daya tahan, maupun perkembangan sistem tersebut. Resiliensi berkaitan dengan sebuah fungsi alami individu memonitor kemampuan seseorang

untuk bertahan ketika menghadapi tekanan dan keberagaman.

Dalam ruang lingkup keluarga resiliensi dibentuk melalui kualitas sikap ketangguhan, kegigihan dan kreatifitas menciptakan peluang-peluang baru yang memiliki nilai tambah ekonomis. Pandangan hakikat wanita yang memiliki modal sosial jejaring (Puspitasari, 2012) menyebutkan hakikat (*nature*) dan kemampuan wanita untuk berelasi sekaligus membentuk jejaring sosial dapat menjadi sebuah peluang bernilai ekonomis. Ini mengindikasi bahwa ketika wanita memasuki ranah keluarga, menjadi seorang ibu dalam konsepsi *partnership* (bersama suaminya) untuk mengelola ekonomi keluarga (Puspitasari, 2012), maka diperlukan pemahaman bahwa segala peluang bernilai ekonomis tersebut sebagai kesempatan untuk menambah pendapatan sekaligus meningkatkan kesejahteraan keluarga. Dengan demikian resiliensi keluarga diarahkan kepada pembentukan ketahanan secara ekonomis menghadapi nilai-nilai baru melalui penciptaan peluang kemandirian usaha. Keluarga menjadi satu tim solid untuk saling bekerjasama dalam kesamaan persepsi mengelola sumber daya bernilai ekonomis dengan memaksimalkan

peran masing-masing. Dalam konteks ini keluarga yang mempraktekkan kemandirian usaha sebagai proses maksimalisasi pemberdayaan potensi ekonomi secara kolektif.

Menurut Long (1983:54) kemandirian usaha adalah kemampuan mengeksplorasi sebuah peluang sekaligus mengambil keuntungan di dalamnya. Sebuah peluang tidak begitu saja dapat dikenali keberadaannya, dan oleh karenanya tidak dapat dengan mudah diketahui keuntungan yang dapat diambil daripadanya, tanpa adanya sebuah fungsi kesadaran kemandirian usaha.

Beberapa atribut kualitas kemandirian usaha meliputi (Long, 1983:55): kemampuan mempekerjakan diri sendiri (*self-employed*) dengan mengikuti tren permintaan pasar, keberanian menghadapi berbagai halangan dan ketidakpastian, kemampuan menjalankan fungsi manajerial dasar untuk mengarahkan serta mengendalikan, kemampuan mengidentifikasi dan memberdayakan gagasan yang memiliki peluang bagi perluasan sebuah sumber daya ekonomis.

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya resiliensi keluarga melalui pemberdayaan ekonomi peran ibu dengan melakukan pembekalan ketrampilan praktis mempersiapkan kemandirian anak dan pengelolaan sumber daya ekonomis. Bentuk kegiatan berupa pelatihan yang dibagi menjadi dua sesi, masing-masing: (1) Ketrampilan praktis pendidikan kemandirian anak; dan (2) Ketrampilan wirausaha pembuatan minuman herbal "*peach gum*".

## 2. METODE PELAKSANAAN

Peserta pelatihan program resiliensi keluarga melalui pemberdayaan ekonomi peran ibu ini berjumlah 30 (tiga puluh) orang. Mereka adalah para ibu rumah tangga dengan rentang usia antara 48 s/d 55 tahun, tergabung dalam keanggotaan Wanita Katolik Republik Indonesia (WKRI) serta berdomisili di Wilayah Paroki Gereja Santo Petrus – Kenten – Palembang. Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada hari Minggu (21/3/2020) mulai Pk. 15.00 – 17.30. Dipilihnya hari Minggu adalah pertimbangan fleksibilitas waktu bagi peserta

agar dapat mengikuti program resiliensi keluarga ini secara lengkap.

Kegiatan dibagi menjadi dua sesi utama. Sesi pertama berupa penyuluhan tentang ketrampilan praktis pendidikan kemandirian anak. Dilanjutkan dengan sesi kedua berupa ketrampilan wirausaha pembuatan minuman herbal "*peach gum*".

Pada kegiatan sesi pertama (Gambar-1 dan Gambar-2) dijelaskan poin-poin penting dalam pendidikan kemandirian anak berikut contoh kasus dan penyelesaiannya. Kemudian peserta diberi waktu untuk bertanya dan memberikan pendapat. Isi materi ditekankan pada pembentukan sikap kemandirian sebagai potensi dasar bagi anak untuk semakin menyadari bahwa dalam dirinya terdapat sumber daya bernilai ekonomis yang dapat dipertukarkan dan dikontribusikan bagi peningkatan ekonomi keluarga.



**Gambar 1: Kegiatan Sesi-1 (Pengantar)**



**Gambar-2: Kegiatan Sesi-1 (Pemaparan materi)**

Berikutnya, pada sesi kedua diperagakan cara pembuatan minuman herbal “*peach gum*” (Gambar-3). Pada sesi ini pemaparan dilakukan dengan menggunakan teknik peragaan. Kedua sesi tersebut kemudian dilanjutkan dengan pembahasan kesimpulan dan pembentukan jejaring sosial sebagai tindak lanjut dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini (Gambar-4).



**Gambar-3: Kegiatan Sesi-3 (Peragaan)**



**Gambar-4: Akhir kegiatan (pembentukan jejaring sosial)**

Pada akhir kegiatan disiapkan kuesioner dengan 10 (sepuluh) item pernyataan yang dikembangkan melalui tiga konsep, yaitu: (1) Konsep persepsi manfaat jasa (Kinard & Capella, 2006) meliputi item # 1 (*Aku mengerti materi yang disampaikan oleh para pembicara*), item # 2 (*Aku mengambil manfaat dari materi yang disampaikan oleh para pembicara*), item # 3 (*Aku mempunyai alasan kuat untuk datang ke tempat ini*), item # 4 (*Aku mempunyai alasan kuat untuk mendengarkan dengan baik materi yang disampaikan oleh para pembicara*), item # 5 (*Aku mempunyai alasan kuat untuk tertarik terhadap materi yang*

*disampaikan oleh para pembicara*); (2) Konsep keterlibatan konsumen (Beatty et al, 1988) meliputi item # 6 (*Aku mengatur waktu dengan baik untuk datang ke tempat ini*), item # 7 (*Aku terlibat aktif untuk bertanya ataupun menanggapi terhadap materi yang disampaikan oleh para pembicara*), item # 8 (*Aku mencoba menghubungkan materi yang disampaikan oleh para pembicara dengan kehidupanku sehari-hari*); (3) Konsep loyalitas konsumen (McMullan & Gilmore, 2008) meliputi item # 9 (*Aku akan mengikuti kegiatan serupa di masa mendatang*), item # 10 (*Aku akan memberitahu orang lain akan pentingnya kegiatan seperti ini*). Kuesioner tersebut kemudian dipakai untuk melakukan survey tingkat partisipasi peserta. Selanjutnya data dalam isian kuesioner diolah dengan menggunakan Analisis Deskriptif prosentase skor rata-rata tanggapan, One-Sample Test dan Analisis Korelasi Bivariate.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Anak merupakan aset keluarga. Penanaman nilai-nilai kemandirian anak sejak dini akan membantu perkembangan anak ketika berusia dewasa. Keluarga memiliki otoritas untuk terlibat dalam penanaman nilai-nilai kemandirian tersebut dengan menciptakan lingkungan dimana anak dapat mengenal tanggungjawab terhadap diri dan masa depannya. Kelak ketika anak mulai beranjak dewasa, maka otoritas keluarga tersebut dikurangi. Anak-anak kemudian mulai dibebaskan untuk mengalami kehidupan sebagai individu yang punya tanggungjawab mengelola sumber daya bernilai ekonomis bagi masa depannya.

Pada sesi pertama kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat disampaikan hal-hal praktis berkaitan dengan pendidikan nilai kemandirian anak. Sesi diawali dengan cerita pengalaman para peserta dalam mengasuh dan membimbing anak. Pengalaman ini kemudian dihubungkan dengan teori mengenai kemandirian anak yang disampaikan oleh pemateri. Melalui pendekatan praktis-teoritis orientasi wawasan peserta diarahkan kepada pola pikir kritis (*critical thinking*) sekaligus bernilai ekonomis; bahwa

kemandirian anak mempunyai nilai strategis dan investasi bagi masa depan keluarga.

Sesi kedua diisi dengan peragaan pembuatan minuman herbal "*peach gum*". Sesi ini diawali dengan pendalaman pengertian kemandirian usaha (*entrepreneurship*) melalui penjelasan empat atribut sebagaimana dikemukakan oleh Long (1983:55), masing-masing adalah: (1) Kejelian (mengikuti tren permintaan pasar); (2) Kesanggupan (menghadapi turbulensi halangan dan ketidakpastian); (3) Kecakapan (pengelolaan aset-aset strategis); (4) Kecermatan (mengidentifikasi sekaligus memberdayakan gagasan yang memiliki peluang). Pada sesi ini peserta dibagi menjadi beberapa kelompok untuk mendiskusikan keempat atribut kemandirian usaha. Diskusi diarahkan untuk memperdalam pengertian atribut kemandirian usaha, serta cara praktis meningkatkan kualitas kemandirian usaha (*entrepreneurship quality*).

Pemateri menjelaskan bahwa dipilihnya pelatihan pembuatan minuman "*peach gum*" berdasarkan penerapan kualitas kemandirian usaha melalui rasionalisasi: (1) Kejelian mengikuti selera pasar yang membutuhkan sebuah solusi dalam situasi pandemi. Minuman herbal "*peach gum*" menawarkan sebuah solusi karena pertimbangan: manfaat bagi kesehatan ie. pembentukan imun tubuh, dibuat dari bahan yang mudah didapatkan, relatif mudah pembuatannya, serta dapat diproduksi dalam jumlah yang cukup bagi peningkatan pendapatan keluarga; (2) Kesanggupan menghadapi berbagai permasalahan maupun kesulitan dalam proses pembuatan dan pemasarannya. Dijelaskan bahwa dalam bisnis selalu muncul ketidakpastian (*uncertainty*) yang justru dihadapi dengan menciptakan sebuah peluang; (3) Kecakapan merupakan ketrampilan yang bersifat integratif teori-terapan. Dalam rasionalisasi ini kerangka konseptual digali dan dipahami kemudian dihubungkan dengan temuan-temuan praktis; (4) Kecermatan memunculkan sebuah gagasan melalui kajian perilaku pasar (*market behavior*), kemudian mengoperasionalkan dalam tingkatan praktis. Berikutnya, dilakukan sosialisasi pembentukan jaringan sosial-ekonomi (*socio-economic networking*) dimana peserta

dimotivasi untuk saling bekerjasama dan berkolaborasi melakukan "pertukaran strategis" sumber daya bernilai ekonomis. Ini merupakan manifestasi kelanjutan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini diakhiri dengan pengumpulan data tanggapan peserta. Melalui Analisis Deskriptif (Lampiran-2) prosentase tanggapan peserta (Skor 5 = Sangat Setuju; Skor 4 = Setuju) dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) Materi dapat dimengerti (Skor 5) (50%); (2) Materi memiliki manfaat (Skor 5) (56.7%); (3) Kegiatan ini perlu diikuti (Skor 4) (66.7%); (4) Paparan pemateri perlu disimak (Skor 5) (50%); (5) Materi menarik (Skor 4) (53.3%); (6) Mempersiapkan diri untuk mengikuti kegiatan (Skor 5) (53.3%); (7) Terlibat aktif selama kegiatan (Skor 4) (76.7%); (8) Berusaha memahami materi (Skor 4) (66.7%); (9) Keinginan mengikuti kegiatan serupa di masa mendatang (Skor 4) (63.3%); (10) Keinginan merekomendasi kegiatan ini kepada orang lain (Skor 4) (63.3%). Selanjutnya dilakukan Analisis One-Sample Test (Lampiran-3) untuk melihat apakah nilai rata-rata dari setiap item kuesioner, atau tanggapan peserta, skor rata-ratanya dapat dikatakan sama dengan 4 (= Setuju). Hasil penghitungan menunjukkan nilai rata-rata dari setiap item kuesioner terbukti tidak berbeda dengan 4 ( $H_0$  tidak dapat ditolak dengan tingkat signifikansi dibawah 0.05). Dengan demikian kegiatan dapat dikatakan direspon dengan baik oleh peserta.

Analisis Korelasi Bivariate (Lampiran-4) dilakukan untuk melihat korelasi antara Persepsi Materi memiliki Manfaat (PMM) (item # 2) dan Ketertarikan Terhadap Materi (KTM) (item # 5). Hasil penghitungan menunjukkan Nilai Pearson Correlation 0.548 (Sig. < 0.01). Ini membuktikan bahwa ketertarikan peserta terhadap materi yang disampaikan dalam kegiatan tersebut disebabkan oleh persepsi bahwa materi memiliki manfaat. Peserta telah menyadari dengan baik adanya manfaat dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Analisis Korelasi Bivariate juga digunakan untuk mengetahui loyalitas peserta terhadap kegiatan ini. Hasil penghitungan menunjukkan terdapat korelasi antara Keinginan mengikuti

Kegiatan serupa di masa mendatang (KKG) dan Keinginan Merekomendasi kegiatan kepada orang lain (KR) dengan Nilai Pearson Correlation sebesar 0.447 (Sig. < 0.05). Peserta memiliki loyalitas terhadap kegiatan, sekaligus berharap untuk dapat diselenggarakan kembali kegiatan serupa di masa mendatang.

#### 4. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki nilai strategis memperluas wawasan peserta tentang pemberdayaan ekonomi keluarga melalui peran ibu dalam memberi perhatian terhadap kemandirian anak; sekaligus kemampuan menciptakan peluang kemandirian usaha (*entrepreneurship*). Peran ibu menjadi sentral dalam konsep *partnership* dimana tanggung jawab pemberdayaan ekonomi keluarga dibagikan kepada anggota keluarga yang lain. Kegiatan ini dapat dilanjutkan dengan topik dan peserta yang beragam seputar pemberdayaan ekonomi keluarga. Pendekatan interaktif-praktis perlu dikembangkan supaya materi dapat dipahami dan diterima dengan keterlibatan yang aktif dari peserta. Kegiatan juga perlu diawali dan diakhiri dengan penjelasan tentang manfaat kegiatan.

#### 5. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kepada seluruh pihak yang membantu kelancaran pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini:

- (1) Kepala LPPM Universitas Katolik Musi Charitas - Palembang;
- (2) Romo Paroki Gereja Katolik Santo Petrus Kenten – Palembang;
- (3) Ketua Wanita Katolik Republik Indonesia (WKRI) Paroki Gereja Katolik Santo Petrus Kenten – Palembang;
- (4) Semua pihak terkait.

#### 6. REFERENSI

- [1] Beatty, S.E., Homer, P. & Kahle, Lynn, R. (1988) The involvement – commitment model: Theory and implications. *Journal of Business Research*, Vol. 16, No. 2, pp. 149-167
- [2] Kementerian Ketenagakerjaa Republik Indonesia (Kemnaker), 2020
- [3] Kimhi, S., Marciano, H., Eshel, Y & Ardini, B. (2020) Recovery from the

Covid-19 pandemic: distress and resilience. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 50 (2020) pp. 1-7

- [4] Kinard, B.R. & Capella, M.L. (2006) Relationship marketing: the influence of consumer involvement on perceived service benefits. *Journal of Service Marketing*, Vol 20, No. 6 pp. 359-368
- [5] Long, W. (1983) The meaning of entrepreneurship. *American Journal of Small Business*, Vol. VIII, No. 2, Oct-Des. 1983, pp. 47-59
- [6] McMullan, R. & Gilmore, A. (2008) Customer loyalty: an empirical study. *European Journal of Marketing*, Vol. 42, No. 9/10, pp. 1084-1094
- [7] Masten, A.S. (2018) Resilience theory and research on children and families: Past, present, and promise. *Journal of Family Theory & Review / Vol. 10, Issue 1 / pp. 12-31*
- [8] Prime, H., Browne, D.T. & Wade, M. (2020) Risk and resilience in family well-being during the Covid-19 pandemic. *American Psychologist*, Vol. 75, No. 5, pp. 631-643
- [9] Puspitasari, D.C. (2012) Modal sosial perempuan dalam peran penguatan ekonomi keluarga. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, Vol. 1 No. 2 November 2012 pp. 69-80

## PELATIHAN PENJUALAN MENGGUNAKAN *E-COMMERCE* DALAM SITUASI PANDEMI COVID-19 DI UMKM KELURAHAN SUKAJAYA

**Andini Utari Putri<sup>1</sup>**

Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri  
email: andini@uigm.ac.id

**Vhika Meiriasari<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi, Universitas Indo Global Mandiri  
email: vhikams@uigm.ac.id

**Faradillah Hakim<sup>3</sup>**

Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Indo Global Mandiri  
email: faradillah.hakim@uigm.ac.id

### ABSTRACT

*The existence of e-commerce is very helpful in terms of sales and also facilitates purchase transactions against sellers considering this impossible situation. People must also be smart in using information technology in order to survive or rise from the difficulties they face. Sales also increased with the e-commerce of several available applications. This community service activity aims to provide training on sales using e-commerce in order to increase sales during the current COVID-19 pandemic. This activity is aimed at MSMEs in the Sukajaya Village area, a maximum of 15 participants. However, those who are willing to join are only 12 participants for a period of more than 1 month to provide training and then evaluate the progress in the training which has been given for 2 visits (31 August-28 September 2021). The visit was in the form of providing training materials which were given 2 times. The main obstacle is the limited knowledge of participants for some participants regarding the usefulness of e-commerce and its application. The results of this activity after being given training they are interested in using e-commerce as a tool for them to promote sales and also help them increase sales by using e-commerce where in the Covid-19 Pandemic Situation in MSMEs in the Sukajaya Village Area, where participants who took part in the activities have been able to make their sales even better by increasing their offline and online selling performance. That the 12 participants who have MSMEs in the food sector have registered their MSMEs with Grab and Gojek to be able to help make their sales easy to reach. And it turns out that their sales have increased slightly with the help of Grabfood and Gofood.*

**Keywords :** Sales, E-Commerce, Covid-19 Pandemic

### ABSTRAK

*Dengan adanya e-commerce sangat membantu dalam hal penjualan dan juga mempermudah transaksi pembelian terhadap penjual mengingat situasi yang tidak memungkinkan ini. Masyarakat juga harus cerdas dalam menggunakan teknologi informasi agar dapat bertahan atau bangkit dari kesulitan yang dihadapinya. Penjualan juga meningkat dengan adanya e-commerce dari beberapa aplikasi yang tersedia. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan mengenai penjualan dengan menggunakan e-commerce guna dapat meningkatkan penjualan pada masa pandemi covid-19 seperti saat ini. Kegiatan ini ditujukan kepada para UMKM yang berada di wilayah Kelurahan Sukajaya maksimal 15*

*peserta. Akan tetapi yang bersedia untuk bergabung hanyalah 12 orang peserta selama kurun waktu 1 bulan lebih untuk diberikannya pelatihan lalu di evaluasi perkembangan dalam pelatihan yang telah diberikan sebanyak 2 kali kunjungan (31 Agustus-28 September 2021). Kunjungan berupa pemberian materi pelatihan yang berikan sebanyak 2 kali. Kendala utama yaitu keterbatasan pengetahuan peserta untuk beberapa peserta mengenai kegunaan e-commerce dan pengaplikasiannya. Hasil dari kegiatan ini setelah diberikan pelatihan mereka tertarik menggunakan e-commerce sebagai alat bantu mereka mempromosikan penjualan dan juga membantu mereka meningkatkan penjualan dengan cara menggunakan e-commerce dimana dalam Situasi Pandemi Covid-19 Di UMKM Wilayah Kelurahan Sukajaya, dimana peserta – peserta yang mengikuti kegiatan telah mampu melakukan penjualan mereka lebih baik lagi dengan menambah peforma berjualan offline dan online. Bahwa peserta sebanyak 12 orang tersebut yang memiliki UMKM di bidang makanan sudah mendaftarkan UMKM mereka ke Grab dan Gojek untuk dapat membantu penjualan mereka untuk mudah dijangkau. Dan ternyata penjualan meereka pun sedikit meningkat dengan menggunakan bantuan Grabfood dan Gofood.*

**Kata Kunci :** *Penjualan, E-commerce, Covid-19*

## 1. PENDAHULUAN

Pada saat ini Indonesia sedang mengalami krisis dalam menghadapi pandemi Covid-19 dimana menjadi suatu permasalahan yang sangatlah serius dalam menghadapi wabah seperti ini. Bukan hanya di Indonesia. Akan tetapi permasalahan virus Covid-19 sudah menjadi wabah yang menyebar keseluruh penjuru dunia. Dalam munculnya pandemic Covid-19 di Indonesia, sangatlah mengganggu Kesehatan bagi warga negara Indonesia. Bahkan juga sangat mengganggu pertumbuhan ekonomi yang ada di Indonesia. Dimana pertumbuhan ekonomi mengalami penurunan dalam aktivitas ekonomi di tengah masyarakat dalam pandemic tersebut. Terganggunya pertumbuhan ekonomi, banyak sekali yang berdampak yaitu seperti sector pariwisata, industri dan juga perdagangan maupun terhadap sektor pelaku usaha.

Banyak sekali permasalahan yang muncul di dalam suatu perusahaan, dengan adanya pandemic Covid-19 di Indonesia, para karyawan dalam perusahaan swasta begitu banyak yang terkena pemutusan hubungan kerja yang diakibatkan oleh menurunnya daya beli dari pihak konsumen. Oleh karena hal tersebut banyak perusahaan yang mengalami kerugian bahkan sampai likuidasi yang dialami oleh perusahaan. Dan juga banyak konsumen yang mengalami depresi ketakutan dengan adanya

pandemic Covid-19 karena begitu cepat penyebaran virus tersebut. Sehingga meminimalisir terjadinya kontak langsung dengan orang lain dan juga mengurangi mobilitas diluar rumah. Kebanyakan orang hanya bepergian keluar rumah jika memang sangat diperlukan ataupun memiliki kebutuhan mendesak.

Oleh karena itu, perusahaan ataupun usaha-usaha kecil harus memikirkan bagaimana caranya untuk mendapatkan konsumen Kembali, menjaga kestabilan keuangan dan perekonomian perusahaan ataupun usaha – usaha yang kecil agar terhindar dari kerugian. Dan bagaimanakah caranya mengembalikan rasa kepercayaan kepada konsumen agar mereka tetap berbelanja walaupun tidak berkontak langsung antara penjual dan pembeli dan juga meminimalkan mereka untuk bepergian keluar rumah. Berdasarkan data survei terbaru BPS sebanyak 82,5% pelaku usaha mengalamii penurunan pendapatan yang diakibatkan dari pandemi Covid-19 (Alfin, 2021)

Dalam kondisi Covid-19 penjual sangat wajib mempertahankan usahanya dengan berbagai cara dalam menghadapi perekonomian yang tidak stabil seperti saat ini dikarenakan banyaknya peraturan yang dibuat oleh pemerintah agar berkurangnya penyebaran Covid-19. Diberlakukannya Pembatasan Sosial

Berskala Besar (PSBB) oleh pemerintah diberlakukan sebagai upaya menahan laju pergerakan virus yang mematikan tersebut yang belum ada vaksinya hingga saat ini. Masyarakat diam di rumah tanpa terkecuali hingga batas waktu yang belum dapat dipastikan oleh pemerintah. Terlepas dari hal tersebut, maka pola konsumsi masyarakat yang tadinya sangat konsumtif tiba-tiba berkurang drastis karena adanya pembatasan tersebut sehingga para produsen mengalami keterbatasan yang sangat tidak normal, guna mendukung upaya pencegahan penularan virus tersebut. Hal tersebut juga ternyata telah menjadi hal yang umum bagi seluruh masyarakat untuk dapat beradaptasi secara dengan sendirinya dalam lingkungan yang serba terbatas. (Hutauruk, 2020). Seperti perhotelan, restoran, wisata, tempat hiburan, transportasi, penjual kebutuhan dari masyarakat. Dimana pelaku pebisnis ataupun usaha harus memikirkan strategi – strategi yang sesuai dengan usaha yang mereka jalani agar tetapi bertahan dan meminimalkan pengurangan karyawan dan juga menstabilkan kondisi keuangan usaha tersebut.

Sejak pandemi para perusahaan sempat mengalami keterpurukan karena covid 19, namun dengan adanya platform digital e-commerce seperti shopee, tokopedia, bukalapak perusahaan dapat bangkit dari keterpurukan. Barang-barang kebutuhan pokok dan juga kebutuhan tambahan sudah banyak dijual di e-commerce. Dengan adanya e-commerce sangat membantu para perusahaan maupun para penjual online shop yang baru merintis usaha (Cornella & Rahadi, 2020).

Oleh karena itu, perlunya pengembangan usaha dengan memanfaatkan teknologi informasi yang ada salah satunya yaitu e-commerce. Salah satu media yang dapat digunakan untuk menerapkan strategi pemasaran adalah internet atau e-commerce. Saat ini, di Indonesia penggunaan internet semakin meningkat pesat tanpa adanya batasan usia. Peningkatan ini mengindikasikan bahwa potensi terjadinya e-commerce di Indonesia cukup besar (Triandra et al., 2019). Dimana kita dapat melakukan promosi atau pemasaran dan juga melakukan penjualan secara online untuk

memudahkan kita dalam melayani konsumen dan juga memudahkan kita dalam menjangkau konsumen. *E-commerce* mencakupi segala proses pengembangan, pemasaran, penjualan, pengiriman, pelayanan, dan pembayaran para pelanggan, dengan dukungan dari jaringan mitra bisnis yang lebih luas (Permana et al., 2021).

Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim untuk memberikan pelatihan kepada para pelaku UMKM untuk dapat meningkatkan penjualan dengan menggunakan e-commerce yang berada di Kelurahan Sukajaya yang terdiri dari 15 peserta pelatihan dimana penjual makanan yang berada di wilayah Kelurahan Sukajaya yang terdiri dari Kebab, Siomay Lebong, Pempek Didi, Pempek Cek Eka, Pempek 15, Burger, Pizza Rakyat, Buah Shena, Warung 769, Jeruk Peras, Tahu Walik, Sosis Dina, Bakso dan Tahu Bakar Kang Pin, Mie Tek, Nasgor dan Mie Akang. Dimana UMKM tersebut belum sepenuhnya menjalankan penjualan mereka menggunakan e-commerce dan juga belum menyediakan sarana pembayaran secara online dikarenakan mereka belum terdaftar ke aplikasi gojek dan grab. Padahal jika mereka terhubung menurut tim sangatlah besar untuk dapat meningkatkan penjualan apalagi bisa memudahkan pembeli membayar dengan menggunakan aplikasi gopay dan ovo yang terhubung dengan hal tersebut.

Berdasarkan kondisi permasalahan yang ada, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dengan tujuan agar UMKM mampu melakukan penjualan dengan e-commerce agar dapat meningkatkan penjualan mereka dalam situasi pandemi Covid-19.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul Pelatihan Penjualan Menggunakan *E-Commerce* Dalam Situasi Pandemi Covid -19 Di UMKM Kelurahan Sukajaya yang dilaksanakan di wilayah Kelurahan Sukajaya. Peserta kegiatan adalah para UMKM yang berada di wilayah Kelurahan Sukajaya dimana dalam kegiatan ini hanya dibatasi sebanyak 15 peserta. Dalam pelatihan ini di adakan dengan menggunakan Zoom dikarenakan mengingat

situasi saat ini pandemi Covid-19 yang dibagikan menggunakan Whatsapp, dimana sebelum join digrup Whatsapp penulis melakukan evaluasi terlebih dahulu kepada peserta yang memang dirasa perlu pelatihan mengenai penjualan menggunakan *e-commerce* dan yang berpartisipasi hanyalah 12 orang peserta.

Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini menggunakan metode pelatihan. Adapun tahapan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini terdiri dari tiga tahapan, yaitu :

#### **Tahap Persiapan**

Pada tahapan ini, tim pelaksana kegiatan pengabdian masyarakat melakukan persiapan dan berdiskusi dengan para peserta UMKM mengenai jadwal pelaksanaan kegiatan pelatihan serta melakukan persiapan materi yang akan disampaikan pada saat pelaksanaan.

#### **Tahap Pelaksanaan**

Pada tahapan ini, merupakan pelaksanaan kegiatan. Kegiatan ini dilakukan dengan menggunakan metode penyampaian dengan menyampaikan bahwa pentingnya *e-commerce*.

#### **Tahap Evaluasi**

Pada tahapan ini, dilakukannya kegiatan selama satu bulan setelah kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dimana tujuannya adalah untuk melihat kondisi bagaimana keberdayaan masyarakat atau peserta UMKM dalam menjalankan penjualan mereka yang berada pada kondisi pandemi Covid-19 setelah nantinya mendapatkan pelatihan dan pentingnya *e-commerce* pada masa seperti saat ini.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan pada aktivitas kegiatan pengabdian kepada masyarakat, diberikan terlebih dahulu mengenai materi yang berkaitan dengan tema pelatihan yang akan disampaikan sebelum pelatihan dimulai. Materi yang disampaikan ialah mengenai tentang

pemahaman penjualan yang secara online dan kebutuhan penjualan dengan menggunakan *e-commerce* itu sendiri.

Penjualan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan sebagian manusia dalam menjual barang dagangan yang dimiliki baik itu barang ataupun jasa kepada pasar agar mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Penjualan adalah suatu transaksi yang bertujuan untuk mendapatkan suatu keuntungan, dan merupakan suatu jantung dari suatu perusahaan (Himayati, 2008:123, (Prasetyo & Susanti, 2016)).

Adanya Covid - 19 yang sampai saat ini belum ditemukan vaksin / obatnya menjadikan masyarakat Indonesia mengalami perubahan pola hidup. Salah satunya dari segi pemenuhan kebutuhan ekonomi. Yang sebelumnya lebih suka berbelanja ke mall, datang langsung ke pusat perbelanjaan sekarang cenderung mengalami perubahan dengan lebih banyak menggunakan *system online*. Adanya perkembangan teknologi internet yang begitu pesat mengakibatkan siapapun akan mudah mengakses dan mendapatkan informasi kapanpun dan dimanapun. Diperkirakan aktivitas belanja *online* mengalami lonjakan di masa pandemi ini. Masyarakat dapat memesan apapun dari mulai kebutuhan pokok seperti makanan, pakaian, aksesoris, kebutuhan rumah tangga dan lain sebagainya dengan mudah dipesan melalui online. Dari pihak pemilik usaha harus merubah model pemasaran produknya dari yang semula secara langsung / tatap muka berubah ke digital / *online*. Mudahnya akses yang dapat dilakukan untuk mempromosikan produk juga menjadi pertimbangan pemilik usaha. Promosi dapat dilakukan melalui media sosial, *web*, grup *whatsapp*, facebook, instagram atau media *online* lainnya yang mudah dijangkau oleh masyarakat (Safitri & Dewa, 2020).

Pada kondisi seperti saat ini yang melanda Indonesia seperti pandemi Covid-19 begitu banyaknya perubahan-perubahan yang terjadi pada setiap golongan masyarakat yang ada, baik dari segi perilaku konsumen ataupun dari segi pelaku usaha itu sendiri. Dimana konsumen

ataupun para pelaku usaha harus memikirkan bagaimanakah untuk tetap *survive* terhadap kondisi yang sangat tidak memungkinkan untuk tetap dengan pola seperti biasa ketika melakukan penjualan. Karena selaku konsumen tentunya akan meminimalisir untuk melakukan aktivitas diluar rumah agar terhindar dari paparan virus Covid-19. Dikarenakan adanya peraturan yang berlaku pada pemerintah seperti Perpanjangan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di Jawa – Bali diperpanjang Kembali mulai dari 24 Agustus 2021 hingga tanggal 30 Agustus 2021 berdasarkan instruksi Mendagri (Inmendagri) Nomor 38 Tahun 2021 tentang PPKM tersebut yang beragam statusnya mulai dari level 4, level 3 hingga ke level 2. Sementara di Kota Palembang pun ternyata melakukan hal yang sama, dimana memberlakukan PPKM Mikro. Sesuai dengan surat edaran pemerintah Kota Palembang. Pemerintah Kota Palembang telah mengeluarkan kebijakan terbaru sebagai salah satu upaya dalam pengendalian dan pemutusan rantai penularan Covid-19 di Kota Palembang. Kebijakan berupa surat edaran walikota Nomor 25/SE/Dinkes/2021 tentang perpanjangan PPKM berbasis mikro dan mengoptimalkan posko penanganan dan pengendalian penyebaran Covid-19 di tingkat kelurahan di Kota Palembang.

Oleh karena hal tersebut, banyak di kota – kota yang terkena dampak PPKM seperti restoran, mall, hotel, tempat hiburan dan tempat wisata, dan juga dalam pelayanan jasa seperti jasa transportasi dimana hal - hal tersebut mengalami penurunan yang cukup drastic. Terutama UMKM seperti restaurant atau pedagang makanan. Dan ada juga seperti tempat hiburan dan wisata serta juga transportasi.

UMKM makanan banyak sekali yang mengalami penurunan dalam penjualan mereka, karena sejak adanya PPKM yang diterapkan di beberapa kota yang terdampak Level 4 PPKM. Termasuk didalamnya wilayah Kelurahan Sukajaya. Mereka tidak diperbolehkan untuk makan ditempat melainkan hanya diperbolehkan menjual makanan yang khusus *take away* atau bawa pulang yang tidak menyediakan untuk makan di

tempat atau *dine in*. Jelas hal tersebut sangatlah berdampak. Perilaku konsumen sangatlah beragam, ada konsumen yang tidak memperlmasalahkan untuk tidak makan ditempat, ada juga perilaku konsumen yang tidak nyaman ketika mereka harus membawa makanan tersebut pulang kerumah dengan alas an citarasa yang diberikan akan berbeda ketika makan ditempat restaurant dan ketika dibawa pulang. Hal seperti inilah yang akan mengganggu tingkat penjualan bagi restaurant ataupun UMKM.

Dari fenomena – fenomena seperti inilah yang dapat kita ketahui, bahwa turunnya suatu pendapatan yang harus mereka pikirkan bagaimana caranya mereka harus bertahan dengan kondisi sulit seperti ini. Terutama yang berada pada bidang yang sangat berdampak seperti restaurant ataupun mall. Banyak restaurant harus memikirkan bagaimana caranya mereka bertahan. Salah satunya adalah dengan menggunakan *e-commerce*. *E-commerce* begitu sangat membantu dalam penjualan – penjualan yang sangat berdampak pada pandemic Covid-19 tersebut.

Seperti halnya UMKM makanan yang berada di wilayah kelurahan Sukajaya, jika mereka bertahan hanya tetap dengan menggunakan yang selama ini mereka gunakan, memungkinkan usaha yang mereka lakukan akan terjadinya kerugian. Mereka pun memanfaatkan *e-commerce* seperti menggunakan aplikasi pendukung seperti gojek dan grab. Dimana mereka yang sudah terbiasa menggunakan grab dan gojek sebagai aplikasi pendukung untuk memudahkan penjualan, akan sudah terbiasa menggunakan. Akan tetapi banyak UMKM yang menjadi peserta di pengabdian masyarakat ini terutama belum menggunakan *e-commerce* tersebut. Sudah seharusnya mereka menggunakannya, karena konsumen tidak perlu bepergian keluar rumah untuk datang ke tempat mereka berjualan agar bisa menyantap makanan yang diinginkan mereka. Dan konsumen juga biasanya lebih akan tertarik dikarenakan di grab ataupun gojek lebih sering memberika diskon potongan jika pembelian mencapai target dari diskon tersebut dengan membayar menggunakan ovo ataupun

gopay sebagai alat pembayaran grab ataupun gojek.

Terlebih lagi, selaku pelaku usaha dalam segi apapun juga bisa memanfaatkan salah satu yang termasuk ke dalam ekosistem *e-commerce* yaitu Instagram dan juga Facebook selain dari Gojek atau Grab ataupun Shoppe Food dan lain-lain. Disini Instagram dan Facebook pun memberikan kemudahan bagi penjual atau ataupun konsumen untuk menciptakan adanya penjualan dan juga pembelian didalamnya. Seiring dengan adanya pertumbuhan *e-commerce*, media sosial seperti Instagram dan Facebook dilirik sebagai wadah komunikasi antara pelaku usaha dan juga konsumen dimana perkembangan teknologi informasi yang sudah membuka jalur bisnis melalui *e-commerce*.

Dalam pelatihan ini, selaku pemateri memberikan contoh – contoh dalam menggunakan *e-commerce* seperti grabfood dan gofood.



**Gambar 1. Pelatihan Penjualan Menggunakan E-commerce**

Berikut *rundown* dalam pelaksanaan kegiatan:

**Tabel 1. Rundown Kegiatan Pelaksanaan Tanggal 31 Agustus 2021**

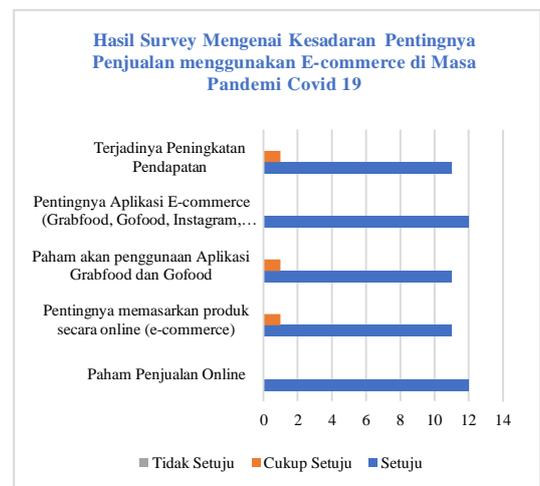
Waktu	Kegiatan	Pembicara
10.00	Pembukaan	Vhika Meiriasari
10.20	Penyampaian Materi “Penjualan Menggunakan <i>e-commerce</i> ”	Andini Utari Putri
11.00	Penyampaian Materi “Manfaat Menggunakan <i>e-commerce</i> ”	Vhika Meiriasari & Leriza Desitama Anggraini
12.00	<i>Breaktime</i>	
13.30	Diskusi & Tanya	Andini Utari Putri

	Jawab	Vhika Meiriasari Leriza Desitama Anggraini
14.00	Pelatihan “Penjualan Menggunakan <i>E-commerce</i> ”	Andini Utari Putri
16.00	Penutup	Vhika Meiriasari

### Tahap Evaluasi

Setelah melakukan kegiatan pelatihan, para peserta akan melakukan praktek dengan mengubah penjualan yang sebelumnya hanya dilakukan secara offline. Dan mendaftarkan penjualan yang mereka miliki ke Grab ataupun Gojek. Dimana pada bulan berikutnya 28 September 2021. Pemateri memberikan pengumuman kembali ke grup Whatsapp bahwa diadakan kembali kegiatan dimana pembahasan mengenai evaluasi atas pelatihan yang sudah diberikan di bulan lalu dengan menerapkan penjualan dengan menggunakan *e-commerce*.

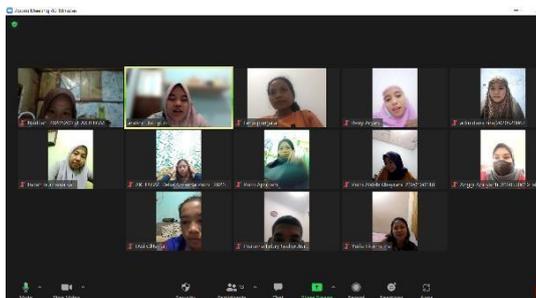
Hasilnya bahwa dapat dikatakan bahwa peserta sebanyak 12 orang tersebut yang memiliki UMKM di bidang makanan sudah mendaftarkan UMKM mereka ke Grab dan Gojek untuk dapat membantu penjualan mereka yang tidak bisa dijangkau oleh konsumen, menjad terjangkau. Dan ternyata penjualan mereka pun sedikit meningkat dengan menggunakan bantuan Grabfood dan Gofood.



**Gambar 2. Hasil Survey Peserta**

Sebanyak hampir seluruh peserta mengatakan bahwa dengan melakukan penjualan menggunakan bantuan *e-commerce*, pendapatan mereka meningkat walaupun hanya ada 1 yang menjawab cukup setuju dengan mengatakan pendapatan mereka meningkat ketika menjual *offline* dan *online*. Sebanyak 12 orang peserta juga mengatakan bahwa mereka telah menyadari bahwa pentingnya penggunaan aplikasi – aplikasi dari *e-commerce* seperti Grab dan Gojek. Juga pentingnya memasarkan produk mereka baik dari Instagram dan juga Facebook.

Setelah mendapatkan pelatihan di bulan lalu pun sebanyak 12 orang mengatakan bahwa mereka sudah memahami mengenai penjualan secara online.



Gambar 3. Peserta Kegiatan

Tabel 2. Rundown Kegiatan Evaluasi Hasil tanggal 28 September 2021

Waktu	Kegiatan	Pembicara
09.00	Pembukaan	Andini Utari Putri
09.20	Pemaparan Peserta mengenai penjualan menggunakan <i>e-commerce</i>	Andini Utari Putri Vhika Meiriasari
11.30	Diskusi dan Tanya jawab	Andini Utari Putri Vhika Meiriasari Leriza Desitama Anggraini
12.00	Penutup	Andini Utari Putri

#### 4. SIMPULAN

Adapun kesimpulan dari hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat mengenai

Pelatihan Penjualan Menggunakan *E-commerce* Dalam Situasi Pandemi Covid-19 Di UMKM Wilayah Kelurahan Sukajaya, dimana peserta – peserta yang mengikuti kegiatan telah mampu melakukan penjualan mereka lebih baik lagi yaitu dengan menambah performa mereka berjualan secara offline dan juga secara online.

Seperti menggunakan aplikasi pendukung seperti gojek dan grab. Dapat dikatakan bahwa peserta sebanyak 12 orang tersebut yang memiliki UMKM di bidang makanan sudah mendaftarkan UMKM mereka ke Grab dan Gojek untuk dapat membantu penjualan mereka yang tidak bisa dijangkau oleh konsumen, menjad terjangkau. Dan ternyata penjualan mereka pun sedikit meningkat dengan menggunakan bantuan Grabfood dan Gofood.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan demikian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah terlaksana ucapan terima kasih diberikan kepada Universitas Indo Global Mandiri selaku penyemang dan pendukung dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan kepada tim peserta UMKM yang sudah sangat antusias dan menyempatkan waktu untuk bergabung dalam pelatihan. Semoga dengan pelatihan kegiatan ini dapat memberikan *feedback* yang bermanfaat bagi semua yang terlibat dalam kegiatan ini khususnya bagi peserta UMKM.

#### 6. REFERENSI

- [1] Alfin, A. (2021). Analisis Strategi UMKM Dalam Menghadapi Krisis Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8), 1543–1552.
- [2] Cornella, L., & Rahadi, R. D. (2020). Emosi Konsumen Dalam Mendukung Kepuasan Pembelian Secara Online Di Masa Pandemi Covid-19. *JPRO*, 1(1), 1–10.
- [3] Hutaeruk, M. R. (2020). Barang Kebutuhan Pokok Di Samarinda ( the Effect of Pandemic Covid-19 on Factors Which Determine Consumer Behavior To Buy Staple Goods in Samarinda ). *Jurnal Riset Inossa*, 2(June), 1–15.

- [4] Permana, A. E., Reyhan, A. M., Rafli, H., & Aini, N. (2021). Analisa Transaksi Belanja Online Pada Masa Pandemi. *Jurnal TEKNOINFO*, 15(1), 32–37.
- [5] Prasetyo, A., & Susanti, R. (2016). Sistem Informasi Penjualan Berbasis Web Pada PT. Cahaya Sejahtera Sentosa Blitar. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 10(2), 1–16.
- [6] Safitri, A., & Dewa, B. C. (2020). Analisa Pengaruh Masa New Normal Pada Penjualan Online Melalui E-Commerce Shopee. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dayasaing*, 22(2), 117–125. <http://journals.ums.ac.id/index.php/dayasaing/article/view/12494>
- [7] Triandra, N., Hambali, D., Nurasia, & Rosalina, N. (2019). Analisis Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Kinerja Umkm (Studi Kasus Pada Umkm Di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 4(1), 6–10. <https://doi.org/10.37673/jebi.v4i1.259>

## **PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN PEMBUKUAN KEKINIAN DENGAN MENGUNAKAN APLIKASI BUKU KAS**

**Candra Astra Terenggana<sup>1</sup>**

Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas  
candra\_astra@ukmc.ac.id

**Kusmawati<sup>2</sup>**

Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas  
kusmawati@ukmc.ac.id

**Micheline Rinamurti<sup>3</sup>**

Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas  
rinamurti@ukmc.ac.id

**Weny Putri<sup>3</sup>**

Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas  
weny\_putri@ukmc.ac.id

**Khairunnisa<sup>3</sup>**

Fakultas Bisnis dan Akuntansi, Universitas Katolik Musi Charitas  
khairunnisa@ukmc.ac.id

### **ABSTRACT**

*The aim of this community service activity is to provide assistance to partners, namely SMA Sjahkyakirti and other high school / vocational students in the city of Palembang as well as students with entrepreneurial Student Activity Units (UKM). The development of MSMEs in Indonesia provides opportunities for young people to be independent and develop their own businesses. However, this is not easy due to several factors such as the lack of knowledge about entrepreneurship and the difficulty of obtaining business capital. The assistance provided is in the form of training and providing insight into entrepreneurial motivation and knowledge related to making financial reports using the Cash Book application. Effective business records can create adequate financial reports and in the end are expected to gain the trust of debtors. The techniques used in this activity are virtual seminars, questions and answers, and discussions.*

**Keywords:** *entrepreneurship, financial reports, application*

### **ABSTRAK**

*Diselenggarakannya kegiatan pengabdian pada masyarakat ini adalah untuk memberikan pendampingan bagi mitra yaitu SMA Sjahkyakirti dan siswa SMA/SMK lainnya di kota Palembang serta Mahasiswa dengan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) kewirausahaan yang menjalankan proses bisnis di lingkungan Universitas. Berkembangnya UMKM di Indonesia memberikan kesempatan bagi kaum muda untuk bisa mandiri dan mengembangkan usaha sendiri. Namun, hal tersebut tidaklah mudah*

*karena beberapa faktor seperti minimnya pengetahuan tentang kewirausahaan dan sulitnya mendapatkan modal usaha. Pendampingan yang diberikan berupa pelatihan dan pemberian wawasan mengenai motivasi kewirausahaan dan pengetahuan terkait pembuatan laporan keuangan menggunakan aplikasi Buku Kas. Pencatatan usaha yang efektif dapat menciptakan laporan keuangan yang memadai dan pada akhirnya diharapkan mendapatkan kepercayaan dari debitur. Teknik yang digunakan dalam kegiatan ini berupa seminar virtual, tanya jawab, dan diskusi.*

**Kata kunci:** wirausaha, laporan keuangan, aplikasi

## 1. PENDAHULUAN

Pelaku wirausaha di Indonesia kian hari kian bertumbuh pesat. Gelombang Revolusi industri 4.0 telah membawa perubahan fundamental pada berbagai tatanan kehidupan global. Hal ini ditandai dengan semakin berkembangnya kreativitas dan inovasi dengan memanfaatkan teknologi informasi yang pada akhirnya mendisrupsi berbagai sendi kehidupan global, termasuk persaingan dalam bidang ekonomi.

Minat berwirausaha sangat dibutuhkan untuk mendongkrak jumlah Wirausahawan di Indonesia sehingga mengurangi tingkat pengangguran. Meskipun jika dilihat perekonomian Negara Indonesia yang sedang mengalami Krisis Ekonomi yang berdampak dengan semakin sedikitnya lapangan pekerjaan dan masalah pengangguran serta sulitnya mencari modal dalam membuka usaha (Syzoria, 2011).

Setelah memulai menjadi wirausahawan, tantangan selanjutnya adalah sulitnya mencari modal usaha bagi para pemula wirausaha untuk mengembangkan bisnisnya. Hal ini dikarenakan beragamnya persyaratan untuk memperoleh kredit seperti yang dikenal dengan 5C (Character, Capacity, Capital, Condition of Economic, dan Collateral). Kondisi ekonomi dari bisnis menjadi syarat utama dari pemberian kredit, dimana debitur perlu memastikan kondisi dan keberlangsungan keuangan dari suatu bisnis. Laporan Keuangan perusahaan/bisnis menjadi sumber informasi utama yang dijadikan bahan pertimbangan dalam pemberian kredit.

Di zaman serba digital ini, tidak sedikit para pelaku UMKM yang baru merintis usaha

terkadang mengabaikan pembukuan yang mencatat detail aliran keluar-masuk uang. Alhasil, pelaku UMKM tidak mengetahui secara rinci jumlah laba maupun rugi yang didapatkan oleh kegiatan usaha. Padahal pembukuan menjadi hal yang sangat penting untuk dilakukan jika ingin usaha UMKM cepat berkembang. Tidak sedikit usaha kecil maupun pedagang kaki lima yang masih menggunakan pencatatan manual bahkan mengabaikan pencatatan detail transaksi keuangan. Ketika para pelaku UMKM masih menerapkan pencatatan akuntansi secara manual, akan sedikit mengalami kesulitan jika pelaku UMKM tersebut tidak pernah belajar akuntansi sebelumnya. Namun dengan seiring berkembangnya teknologi, banyak bermunculan aplikasi tidak berbayar di bidang Akuntansi yang berakibat memudahkan para pelaku UMKM untuk mengelola keuangan usaha mulai dari pencatatan pemasukan, pencatatan pengeluaran, hingga pembuatan laporan keuangan. Para pelaku UMKM pun bebas dari kesulitan menghitung manual, waktu untuk mengelola usaha lebih efisien, dan data aman tersimpan. Aplikasi yang dimaksud adalah BukuKas, salah satunya.

BukuKas adalah aplikasi keuangan berbasis mobile, yang dapat membantu para pelaku UMKM dalam mencatat hasil penjualan atau pemasukan, serta pengeluaran dan hutang/piutang secara digital. Dari hasil pencatatan tersebut, pengguna aplikasi dapat melihat laporan transaksi beserta keuntungan dan kerugiannya, yang dapat diunduh dalam format PDF. Bagi UMKM, BukuKas menyediakan aplikasi laporan keuangan gratis yang membantu UMKM untuk mencatat semua transaksi secara detail,

memantau arus kas, memonitor performa bisnis, dan merencanakan keuangan usaha agar bisnis dapat berkembang pesat. Untuk para reseller, dropshipper, dan online shop yang seringkali menjual produknya di beberapa kanal e-commerce, pemilik usaha bisa memisahkan penjualan dan biaya operasional yang dikeluarkan untuk setiap kanal e-commerce di pembukuan terpisah. Dengan BukuKas, pelaku UMKM kini bisa melakukan pembukuan keuangan usaha mereka secara praktis dan gratis. Aplikasi ini akan memudahkan para pelaku usaha untuk memonitor transaksi keuangan, menyusun laporan keuangan secara otomatis, dan mengetahui keuntungan usaha mereka setiap saat, sehingga bisa membantu usaha mereka agar lebih berkembang dan memiliki daya saing yang tinggi. BukuKas merupakan aplikasi pembukuan keuangan usaha gratis yang telah dipercaya dan digunakan oleh lebih dari 900.000 pelaku usaha mikro kecil di seluruh Indonesia (<https://www.bukukas.co.id/>). Aplikasi ini dapat diunduh di aplikasi google play store.

Sehubungan dengan hal tersebut, tim pengabdian Universitas Katolik Musi Charitas akan menyelenggarakan suatu kegiatan webinar terkait kewirausahaan. Webinar ini diadakan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman pentingnya membuat catatan atau laporan keuangan usaha dan memberikan bekal keterampilan untuk membuat laporan keuangan dengan bantuan aplikasi Buku Kas.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan terhadap mitra mengenai pemahaman terhadap pembuatan laporan keuangan yang selama ini dipelajari, maka dapat disimpulkan :

1. Kurangnya wawasan/pengetahuan mengenai pentingnya membuat laporan keuangan saat berwirausaha.
2. Kurangnya ketrampilan dalam membuat laporan keuangan karena memiliki persepsi bahwa pembuatan laporan keuangan itu sulit.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Mitra dalam kegiatan PKM adalah ;

- a. Mahasiswa dan Mahasiswi Pengelola Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Kewirausahaan.
- b. Siswa dan Siswi SMA Sjahyakirti dan SMA-SMA lain di Kota Palembang.

Permasalahan dari para mitra dalam kegiatan PKM ini dapat dirangkum sebagai berikut:

- a. Tidak mempunyai pengalaman
- b. Tidak mempunyai modal
- c. Tidak Mempunyai Keberanian Untuk Memulai
- d. Tidak ada yang Memberikan pelatihan
- e. Takut Keluar dari zona nyaman

Dari permasalahan yang telah dikemukakan, siswa-siswa SMA Sjahyakirti dan siswa-siswa SMA/SMK mendapatkan pendampingan dengan cara:

1. Penyampaian wawasan mengenai pentingnya pembuatan laporan keuangan bagi setiap pemilik usaha/bisnis.
2. Penyampaian wawasan dan cara menggunakan aplikasi BukuKas

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, maka solusi yang ditawarkan adalah memberikan pelatihan tentang motivasi kewirausahaan untuk menumbuhkan minat mahasiswa dan pelajar untuk memiliki usaha, mengelola, dan mengembangkan usaha. Terlebih lagi, peserta yang terlibat dalam kegiatan PKM ini merupakan pengelola unit kewirausahaan di Kampus Unika Musi Charitas.

Acara diawali dengan seluruh peserta dan tim pengabdian yang sudah login dan masuk ke dalam googlemeet yang sudah dijadwalkan sebelumnya. Kata sambutan diberikan oleh Ibu Kusmawati sekaligus narasumber dalam kegiatan PKM.

Pembekalan materi diberikan untuk memberikan pemahaman dan wawasan mengenai:

- 1) Berkembang pesatnya jumlah wirausaha dan UMKM
- 2) Potensi dan motivasi menjadi seorang wirausaha
- 3) Pentingnya membuat laporan keuangan bagi usaha-usaha UMKM
- 4) Dasar-dasar akuntansi
- 5) Pelaporan keuangan dengan memanfaatkan teknologi untuk efisiensi dan efektifitas operasional perusahaan yang terdiri dari pembuatan profil dan database usaha di aplikasi, transaksi penjualan, transaksi pengeluaran, ringkasan transaksi, hutang, dan laporan.
- 6) Pemberian contoh dengan aplikasi langsung kepada para peserta

Para peserta mengunduh aplikasi buku kas dan praktek secara langsung dengan aplikasi di ponsel masing-masing. Setelah pemberian pelatihan penggunaan aplikasi dilaksanakan, dilanjutkan dengan tanya jawab dari para peserta.

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Sabtu, 9 Oktober 2021 di SMA Sjakhyakiri Palembang. Bentuk kegiatan berupa ceramah/sarasehan, tanya jawab, dan diskusi kelompok secara online. Tema dari kegiatan ini: "Pelatihan Pembukuan Kekinian dengan Menggunakan Aplikasi Buku Kas".

Dalam rangka mengevaluasi kegiatan pengabdian ini, tim pengabdian melakukan penyebaran kuesioner kepada para peserta pelatihan sesaat setelah dilakukannya kegiatan PKM. Pertanyaan yang diberikan terdiri dari 6 (enam) indikator yaitu

- 1) Topik kegiatan
- 2) Materi kegiatan
- 3) Kejelasan narasumber dalam menyampaikan materi,
- 4) Ketertarikan peserta dalam kegiatan,
- 5) Manfaat kegiatan
- 6) Keinginan untuk mengikuti pelatihan berikutnya.

Nilai rata-rata yang dihasilkan dari kuesioner tersebut dari seluruh responden adalah 4.307692 yang menunjukkan bahwarata-rata mitra menjawab setuju untuk setiap item pertanyaan. Hal ini mengindikasikan bahwa responden dalam kegiatan pelatihan ini berpendapat bahwa topik kegiatan yang dilaksanakan sangat menarik, relevan, dan aktual dengan kondisi terkini. Materi kegiatan yang dijelaskan narasumber dapat menambah wawasan peserta dan sangat mudah dipahami serta dipraktikkan langsung. Kejelasan narasumber dalam menyampaikan materi sangat baik. Responden yang merupakan peserta kegiatan mempelajari dengan antusias. Kegiatan pelatihan kewirausahaan dan pengaplikasian keuangan untuk UMKM sangat bermanfaat bagi peserta yang merupakan Mahasiswa dan Siswa SMA. Responden pun mendapatkan pengetahuan baru terkait motivasi kewirausahaan yang dapat memotivasi mahasiswa pengelola UKM Kewirausahaan serta pengelolaan keuangan. Responden juga berkeinginan untuk mengikuti pelatihan berikutnya yang serupa dengan topik lain dan manfaat lain.

Diharapkan peserta memiliki motivasi untuk berwirausaha dan dengan adanya pencatatan transaksi dan faktur melalui aplikasi hingga akhirnya dapat meringkasnya menjadi laporan keuangan sederhana, diharapkan dapat mengatasi permasalahan mitra untuk dapat mengurangi risiko rusaknya faktur dan catatan usaha, memisahkan pencatatan pribadi dan usaha, merancang rencana usaha, serta mengetahui keuntungan yang diperoleh setiap saat dibutuhkan. Selain itu, pencatatan akuntansi yang baik dapat memenuhi persyaratan peminjaman uang atau kredit dari Bank guna perluasan usaha.

Selama pelatihan berlangsung, mitra sebagai peserta aktif mengikuti secara langsung dengan langsung melakukan instalasi aplikasi yang dapat di download melalui *playstore* atau *appstore* pada *handphone* masing-masing dan mengikuti arahan narasumber.



Gambar 1



Gambar 2



Gambar 3



Gambar 4

#### 4. SIMPULAN

Dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan judul “Pelatihan Pembukuan Kekinian dengan Menggunakan Aplikasi Buku Kas” dapat kami simpulkan bahwa:

- Pelatihan motivasi kewirausahaan, pembuatan laporan keuangan, pengelolaan kas dan utang piutang dengan aplikasi berbasis android yang dapat diakses melalui smartphone yaitu Aplikasi Buku Warung telah terlaksana dengan baik.
- Indikator hasil evaluasi keberhasilan tujuan kegiatan PKM melalui penyebaran kuesioner menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan sangat bermanfaat bagi para peserta, dengan topik menarik dan pemberian materi yang jelas dan baik dari narasumber.
- Target luaran dalam kegiatan ini diharapkan tercapai dalam bentuk implementasi nyata dalam pembuatan laporan keuangan sederhana, Pengelolaan Kas, dan Pengelolaan Utang dan Piutang. Selain itu hasil dari kegiatan PKM ini diterbitkan dalam publikasi jurnal ilmiah yaitu Jurnal Abdimas Musi Charitas (JAMC) Edisi Desember 2021.
- Para peserta yang merupakan mahasiswa dan pelajar Sekolah Menengah Atas (SMA) di Kota Palembang mendapatkan motivasi untuk memulai usaha serta memperoleh pengetahuan dan wawasan baru mengenai pengelolaan keuangan dengan menggunakan sistem Akuntansi yang mudah digunakan dan bisa diakses melalui ponsel berupa aplikasi Buku Kas.

#### Saran

Para Mitra memberikan saran dengan harapan adanya perbaikan bagi kegiatan pengabdian kepada masyarakat, antara lain:

- Pengharapan bahwa akan diadakan pelatihan lanjutan atau pelatihan keterampilan-keterampilan lain yang bermanfaat.
- Pengharapan pelatihan-pelatihan yang berbasis teknologi serupa untuk

memudahkan dalam pengelolaan keuangan dan pembuatan laporan keuangan.

- c. Pengharapan bahwa kegiatan PKM selanjutnya dapat merangkul lebih banyak mitra atau pengusaha UMK.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Tuhan YME yang telah memberikan kesempatan kepada Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Dosen Jurusan Akuntansi dan Manajemen Fakultas Bisnis dan Akuntansi Universitas Katolik Musi Charitas untuk melaksanakan pengabdian sebagai salah satu pelaksanaan dari Tridharma Perguruan Tinggi. PKM yang dilaksanakan berjudul “Pelatihan Pembukuan Kekinian dengan Menggunakan Aplikasi Buku Kas”. Kegiatan PKM tersebut dapat terlaksana dengan baik berkat dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami menyampaikan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Katolik Musi Charitas
2. Dekan Fakultas Bisnis dan Akuntansi Universitas Katolik Musi Charitas
3. Pimpinan Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (LPPM) Universitas Katolik Musi Charitas (UKMC)
4. Ketua Jurusan Program Studi Akuntansi dan Manajemen FBA UKMC

5. Mitra Pengabdian kami yaitu Usaha UMKM “SMA Sjahyakirti Palembang”
6. Berbagai pihak yang tidak dapat kami sebutkan satu persatu yang telah membantu terlaksananya kegiatan PKM ini.

#### 6. REFERENSI

- Bukuwarung.com (2020). *Pertanyaan dan Jawaban Aplikasi BukuWarung*. Diakses pada 20 Juni 2021, dari [bukuwarung.com/faq/](http://bukuwarung.com/faq/)
- Pardede, dkk. 2018. “Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Laporan Keuangan Petani Jamur di Kecamatan Sitalasari Pematangsiantar”. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol.1, Nomor 1. Agustus 2018.
- Sahade dan Ngampo, 2016. Pengetahuan Wirausaha dan Minat Berwirausaha Pada Siswa SMK. *Jurnal Penelitian Pendidikan INSANI*, Vol 19.No.1, Juni 2016. Hlm 57-62
- Syzoria Adicha, 2011. Minat Berwirausaha yang Telah Menempuh Praktik Industri di Jurusan Busana SMKN 6 Yogyakarta.

## **PELATIHAN PEMBUATAN MEDIA PEMBELAJARAN DI SEKOLAH YAYASAN PEMBINAAN ANAK CACAT (YPAC) PALEMBANG**

**Stefanus Setyo Wibagso**

Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Katolik Musi Charitas  
email: setyo.wibagso@ukmc.ac.id

**Ria Triayomi**

Fakultas Humaniora dan Ilmu Pendidikan, Universitas Katolik Musi Charitas  
email: riatriayomi@ukmc.ac.id

**Ignasius Putera Setiahati**

Fakultas Humaniora dan Ilmu Pendidikan, Universitas Katolik Musi Charitas  
email: ig\_putra@ukmc.ac.id

**Sukarman**

Fakultas Humaniora dan Ilmu Pendidikan, Universitas Katolik Musi Charitas  
email: sukarman@ukmc.ac.id

**Masayu Jamilah**

Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Katolik Musi Charitas  
email: masayu@ukmc.ac.id

### **ABSTRACT**

*Media pembelajaran menjadi bagian penting dari sarana dan prasarana pembelajaran di sekolah untuk membantu siswa belajar baik secara abstrak maupun secara konkret/nyata. Menurut Faizal (2010), media pembelajaran membantu proses pembelajaran menjadi lebih menarik dan membangkitkan minat siswa dalam mendalami suatu materi. Namun, pada kenyataannya seringkali didapati di lapangan ketersediaan media pembelajaran sangatlah terbatas dan tidak banyak guru yang tertarik dan kreatif dalam membuat media pembelajaran. Hal ini dikarenakan banyak hal seperti keterbatasan dana, waktu, pengetahuan, serta keengganan guru dalam membuat media pembelajaran. Oleh karena itu dirasa perlu untuk membekali para guru dalam membuat media pembelajaran yang mudah dan murah berbasis ICT. Pembekalan ini diberikan untuk para guru di sekolah YPAC di Palembang yang sangat membutuhkan. Target dan luaran dalam kegiatan ini adalah menghasilkan media pembelajaran anak berkebutuhan khusus yang sederhana dan melatih kreativitas guru dalam membuat dan menggunakan media pembelajaran tersebut. Pelatihan dasar yang diberikan oleh tim dosen Program Studi SI dan PGSD Universitas Katolik Musi Charitas ini sebagai tahap awal untuk merangsang ketertarikan dan kerjasama antara guru agar lebih kreatif dalam membuat media pembelajaran sederhana berbasis ICT sekaligus memperluas pengetahuan guru. Pelatihan diberikan dalam bentuk pelatihan dasar dalam membuat media pembelajaran secara sederhana bagi anak berkebutuhan khusus serta penggunaannya dalam pembelajaran. Metode yang dipakai adalah ceramah, tanya jawab, demonstrasi, dan eksperimen. Harapannya, seluruh peserta memiliki bekal yang cukup untuk membuat media pembelajaran sesuai karakteristik siswa.*

**Kata Kunci:** *Kreatif, Media Pembelajaran, Menarik, Pelatihan.*

### ABSTRAK

*Learning media is an important part of learning facilities and infrastructure in schools to help students to learn abstractly and concretely. According to Faizal (2010), learning media helps the learning process become more interesting and arises students' interest in exploring a material. However, in reality it is often found in schools that learning media is very limited and not many teachers are interested and creative in making learning media. They are many reasons such as limited funds, time, knowledge, and the reluctance of teachers to make learning media. Therefore it is necessary to equip teachers in making easy and cheap ICT-based learning media. This training was given to teachers at the YPAC school in Palembang who were in great need. The targets and outputs of this activity are to produce simple learning media for children with special needs and to train teachers' creativity in making and using these learning media. The basic training by a team of lecturers at the SI and PGSD Study Program at Musi Charitas Catholic University is the first step to stimulate interest and collaboration between teachers to be more creative in making simple ICT-based learning media as well as expanding teacher knowledge. The training is provided in the form of basic training in making simple learning media for children with special needs and how to use them in learning. The methods used are lectures, questions and answers, demonstrations, and experiments. Hopefully, all participants have sufficient skills to create learning media according to student characteristics.*

**Keywords:** *Creative, Learning Media, Interesting, Training.*

## 1. PENDAHULUAN

Metode dan media pembelajaran yang tepat sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan pembelajaran secara maksimal yang dapat meningkatkan kualitas pendidikan. Melalui penggunaan media pembelajaran yang tepat guru dapat memberikan pengenalan materi yang disesuaikan dengan taraf berpikir muridnya. Hal ini semakin dipermudah dengan adanya media pembelajaran berbasis teknologi yang semakin mempermudah aktivitas belajar-mengajar karena mampu meningkatkan kreatifitas dan kemudahan dalam berkomunikasi (Cholik, 2017).

Menurut Sudjana (2009), media adalah suatu alat yang dapat diserap oleh mata dan telinga dengan tujuan membantu guru agar proses belajar-mengajar siswa lebih efektif dan efisien. Namun, pada kenyataannya tidak banyak sekolah yang menyediakan media pembelajaran di kelas-kelas termasuk di sekolah mitra. Ada banyak faktor penyebab, antara lain mengajar menggunakan media dianggap lebih merepotkan, kebiasaan mengajar dengan metode ceramah, keterbatasan pengetahuan guru tentang alat peraga

pembelajaran, serta kurangnya ketersediaan dana dan waktu untuk membuat. Padahal, media pembelajaran dapat meningkatkan ketertarikan siswa pada suatu materi tertentu (Nurita, 2018).

Sekolah yang menjadi mitra dalam pelatihan ini adalah Sekolah YPAC di Palembang. YPAC adalah sekolah swasta yang peduli dengan anak-anak berkebutuhan khusus. YPAC menjadi karya sosial yang tidak bonafit dan secara finansial dan SDM cukup terbatas. Dari wawancara langsung dengan Kepala Sekolah diperoleh informasi bahwa ketersediaan media pembelajaran dan kemampuan SDM khususnya guru sangat terbatas. Sehingga pada saat pembelajaran berlangsung, guru cenderung tidak menggunakan media. Padahal, penggunaan media pembelajaran sangat membantu untuk melayani anak berkebutuhan khusus dalam pembelajaran (Undang- Undang no. 8 Tahun 2016). Dari uraian ini kita tahu bahwa Sekolah YPAC Palembang membutuhkan bekal berupa pengetahuan pembuatan media pembelajaran. Sesuai dengan perkembangan zaman dan lebih-lebih dalam situasi pandemi ini, bentuk

pembekalan yang dibutuhkan adalah membuat media pembelajaran sederhana dalam bentuk video pembelajaran dengan menggunakan laptop dan *smartphone*. Dan media pembelajaran dalam bentuk video sangat cocok untuk anak milenial atau generasi Z (Alfiani, 2016). Oleh karena itu, tim dosen UKMC ingin berbagi pengetahuan dalam bentuk pelatihan pembuatan media pembelajaran sederhana berbasis ICT bagi guru Sekolah YPAC Palembang.

Media pembelajaran memiliki fungsi yaitu: 1) memberikan pedoman/arah untuk mencapai tujuan; 2) meningkatkan kualitas pelajaran; 3) memudahkan kendali pengajar terhadap materi pelajaran; 4) meningkatkan motivasi pembelajar; 5) pembelajar dapat memahami materi pelajaran dengan sistematis dan variatif; 6) membangkitkan rasa percaya diri seorang pengajar.

Tujuan kegiatan ini memberikan bekal berupa pengetahuan tentang pembuatan media pembelajaran dalam bentuk video pembelajaran sederhana berbasis ICT dengan menggunakan laptop dan *smartphone* bagi guru di Sekolah YPAC Palembang. Setelah pelatihan diharapkan para guru mampu membuat beberapa jenis media pembelajaran yang dapat digunakan pada saat pembelajaran.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan di Sekolah YPAC Palembang yang beralamat di Jalan Mr. R. Sudarman Ganda Subrata No.2727, Sukamaju, Kec. Sako, Palembang. Adapun tahapan yang dibuat tim dosen dalam pengabdian ini, adalah:

### a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan yang dilakukan meliputi observasi awal dan pemantapan serta penentuan lokasi dan sasaran. Kemudian dilanjutkan penyusunan bahan pendampingan yang meliputi materi berupa *slide power point* tentang pentingnya media pembelajaran anak berkebutuhan khusus. Di samping itu tim dosen juga berlatih dan belajar bersama membuat media pembelajaran selama beberapa hari

sebelum kegiatan dilaksanakan. Tahap persiapan ini dilakukan kurang lebih tiga bulan.

### b. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pelaksanaan pendampingan dilakukan selama sehari dengan durasi lebih kurang tiga jam dari jam 09.00 sampai 12.00 kemudian dilanjutkan pendampingan secara *online*. Hal ini dilakukan mengingat situasi pandemi untuk membatasi perjumpaan. Pertama-tama, tim dosen memberikan materi tentang pentingnya media pembelajaran, kemudian dilanjutkan dengan pengenalan berbagai jenis media pembelajaran anak berkebutuhan khusus, setelah itu membahas tentang cara pembuatan dan petunjuk pemakaian. Setelah selesai semua introduksi, guru langsung praktik. Pertama-tama guru diajak *download* aplikasi yang dibutuhkan. Setelah itu guru diminta untuk merekam video kegiatan sederhana mereka yaitu penerapan 5M (Memakai masker, Mencuci tangan, Menjaga jarak, Menghindari kerumunan, dan Mengurangi mobilitas). Kemudian video-video tersebut diedit menggunakan laptop atau langsung di *smartphone*. Setelah pelatihan, tim dosen tetap memberikan pendampingan kepada para guru secara *online* karena waktu tiga jam pendampingan dianggap sangat terbatas. Para guru diharapkan melanjutkan pembuatan media di rumah masing-masing dan jika ingin membuat media pembelajaran lain tim dosen siap membantu.

Ada beberapa metode yang dipakai dalam pelatihan ini:

### a. Metode ceramah/ presentasi

Metode ceramah dipilih untuk memberikan penjelasan tentang pentingnya media pembelajaran, berbagai jenis media pembelajaran anak berkebutuhan khusus, cara pembuatan dan petunjuk pemakaian media pembelajaran dalam bentuk video pembelajaran sederhana dengan menggunakan ICT.

### b. Metode diskusi

Guru dan tim dosen mendiskusikan hal-hal terkait dengan pembuatan media pembelajaran dalam bentuk video pembelajaran sederhana

dengan menggunakan ICT di Sekolah YPAC Palembang.

c. Metode demonstrasi

Tim dosen juga mendemonstrasikan cara *download* aplikasi, pembuatan media pembelajaran yang kemudian diikuti dan dicontoh oleh para guru.

d. Metode eksperimen/ praktik,

Guru melakukan praktik langsung pembuatan media pembelajaran dalam bentuk video pembelajaran sederhana berbasis ICT setelah materi selesai dipaparkan. Tim dosen dan mahasiswa mendampingi dan membantu para guru.

Selama kegiatan pelatihan ini berlangsung, pihak mitra menyediakan tempat dan mempersiapkan para peserta/guru yang mengikuti pelatihan.

**Tabel 1. Jadwal Pendampingan**

Waktu (WIB)	Kegiatan	Narasumber
09.00 – 09.10	Pembukaan, Doa, Sambutan dari Sekolah YPAC	YPAC
09.10 – 09.30	Materi membuat bahan ajar berupa video tutorial sebagai media pembelajaran	Tim Dosen
09.30 – 11.00	Praktek	Tim Dosen
11.00 – 12.00	Kuisisioner, Penugasan, Doa, Foto bersama	Tim Dosen

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim pengabdian ini terdiri dari lima orang dosen dan dua mahasiswa. Kegiatan pendampingan dilakukan sehari dengan tatap muka kemudian dilanjutkan dengan pendampingan secara online. Tatap muka dilaksanakan pada tanggal 5 April 2021. Sesuai dengan rencana, kegiatan ini membekali para guru Sekolah YPAC untuk membuat media pembelajaran berbasis ICT berupa video menggunakan laptop dan *smartphone*. Peserta berjumlah 20 guru terdiri dari kelompok guru kelas C berjumlah 3, kelompok guru kelas C1 berjumlah 4, kelompok guru kelas B berjumlah 5 dan kelompok guru kelas D berjumlah 6 serta kepala sekolah dan wakil yang mendampingi.

Program pengabdian pada masyarakat berupa pendampingan bagi guru di Sekolah YPAC Palembang ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan keterampilan para guru serta meningkatkan rasa percaya diri dalam menjalankan profesinya. Guru akan lebih semangat dan termotivasi untuk mengembangkan diri. Hasil pendampingan ini tentu bermanfaat juga bagi sekolah karena meningkatkan kualitas guru dan pembelajaran. Proses belajar mengajarnya akan lebih menarik dengan aplikasi yang mendukung yang lebih bervariasi, murah, dan mudah. Di samping itu dengan adanya pendampingan ini akan menambah keterampilan guru dalam menyiapkan bahan ajar sehingga akan mendukung kemampuan guru dalam menyiapkan program sertifikasi yang mau tidak mau harus dilakukan (Syahroni, 2020).

Dalam pelatihan ini, *software* yang dipakai adalah *Movie Maker*. *Movie maker* adalah salah satu aplikasi atau *software* yang dapat dimanfaatkan untuk tetap produktif meski dilakukan dari rumah. *Windows Movie Maker* atau disingkat WMM adalah sebuah program editing video yang sederhana, didesain untuk pemilik *PC* dengan sedikit pengalaman untuk membuat video rumahan. Sebenarnya *Microsoft* sudah memperkenalkan fasilitas WMM ini di *Windows Millennium Edition (Me)* beberapa waktu lalu. Namun waktu itu masih sebagai tambahan atau *Accessories*. *Movie maker* adalah perangkat lunak yang merupakan bagian dari *windows live essential*. Fungsi utama *software movie maker* ini adalah untuk melakukan olah digital terhadap cuplikan-cuplikan gambar bergerak (video). Banyak Fitur-fitur yang tersedia dalam *software movie maker* misalnya penambahan animasi atau *effect visual*, menambahkan caption tulisan dalam video serta penambahan musik atau lagu (Rival, 2016).

Keistimewaan *Windows Movie Maker* ini mampu bekerja dengan baik pada sistem operasi berbasis windows, baik itu versi 7, 8 maupun 10. Walaupun hanya dengan menggunakan versi gratis sekalipun hasil video yang dihasilkan sudah sangat baik. Pada versi *pro*, *Windows Movie Maker* menawarkan fitur yang lebih baik terutama dalam hasil output

video seperti fitur *slow and fast motion*, *bitrate settings*, dan *4K and 60 fps video output*. Selain itu pengguna dapat membuka semua fitur yang dikunci pada versi *free*-nya (Microsoft, 2021).

Dalam praktik pembuatan video peserta dibagi dalam kelompok. Setiap kelompok diminta untuk membuat video mengenai informasi 5M. Setiap kelompok bertugas untuk mevideokan setiap anggota mengenai cara mencuci tangan dengan benar, memakai masker dengan benar, dan menjaga jarak dengan benar, menjauhi kerumunan serta mengurangi mobilitas. Video dibuat dengan smatphone kemudian di edit dengan aplikasi movie maker.

Peserta antusias melihat aplikasi movie maker yang bisa membuat media pembelajaran. Tim dosen memberikan materi tentang pengetahuan dasar mengenai fitur animations dan visual effects. Kemampuan peserta dilihat dari penguasaan materi masih kurang dikarenakan guru-guru termasuk guru senior dengan kemampuan yang berbeda-beda. Dari pertanyaan-pertanyaan juga tampak bahwa guru memang belum menguasai media pembelajaran berbasis ICT. Berbagai pertanyaan diajukan secara antusias oleh para peserta dalam sesi tanya jawab. Secara garis besar inti dari pertanyaan para peserta adalah aplikasi yang cocok untuk anak berkebutuhan khusus yang baik. Dari kuesioner awal, juga kelihatan bahwa tidak ada guru yang menggunakan video sebagai media pembelajaran dan hanya 3 guru yang bisa menggunakan aplikasi membuat video tetapi tidak pernah digunakan untuk pembelajaran.

Peserta lebih antusias lagi ketika langsung praktik. Kendala yang dihadapi pada proses pendampingan yaitu ada beberapa peserta yang tidak bisa menggunakan aplikasi karena kapasitas *laptop* dan *smartphone* tidak mendukung dan jaringan internet tidak stabil. Ada beberapa peserta yang sudah mempunyai aplikasi *movie maker* tapi tidak tahu cara menggunakan. Sehingga pada prosesnya tim dosen memulai dengan mengecek *laptop* dan *smartphone* masing-masing peserta.

Di awal pelatihan, tim dosen memberikan kuesioner untuk melihat kemampuan awal para guru. Dan diakhir kembali diberikan post-test untuk melihat perkembangan dari pelatihan.

**Table 2: Pre-test**

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Apakah anda mempersiapkan media pembelajaran anda pada setiap pertemuan?	20	0
2	Apakah anda menyampaikan materi video?	0	20
3	Apakah anda mengumpulkan materi pembelajaran dalam bentuk video setiap anda mengajar?	2	18
4	Apakah anda membuat rencana materi dalam kurun waktu tertentu?	19	1
5	Apakah anda tahu membuat video ?	0	20
6	Apakah anda pernah menggunakan aplikasi di smartphone untuk membuat media pembelajaran bentuk video dalam mengajar?	0	20
7	Apakah anda bisa menggunakan media pembelajaran bentuk video?	3	17
8	Apakah anda pernah membuat video pembelajaran?	0	20

**Tabel 3: Post-test**

o	Pernyataan	Ya	Tidak
	Saya berencana mempersiapkan video pembelajaran pada setiap pertemuan	20	0
	Saya akan menyampaikan materi menggunakan video pembelajaran	17	3
	Saya akan mengumpulkan materi video pembelajaran setiap mengajar	15	5
	Saya membuat rencana materi dalam kurun waktu tertentu	19	1
	Saya tahu video pembelajaran	20	0
	Saya akan menggunakan video pembelajaran dalam mengajar	17	3
	Saya bisa menggunakan aplikasi di smartphone untuk membuat video pembelajaran?	20	0
	Saya bisa membuat video pembelajaran?	20	

Secara umum PKM memberi pelatihan kepada guru Sekolah YPAC ini dapat dikatakan berhasil. Hal ini dapat dilihat dengan terpenuhi capaian-capaian yang digariskan. Beberapa komponen yang menjadi ukuran ketercapaian yaitu target jumlah peserta pendampingan, tujuan pelatihan, target materi yang telah direncanakan, dan kemampuan peserta dalam penguasaan materi.

**Target peserta seperti direncanakan dalam situasi pandemi adalah 20 guru. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini diikuti seperti target yaitu 20 orang peserta. Angka tersebut menunjukkan bahwa kegiatan PKM ini dilihat dari jumlah peserta yang mengikuti dapat dikatakan berhasil.**

Ketercapaian tujuan pendampingan secara umum sudah baik terlihat dari peserta yang mampu mengoperasikan aplikasi untuk membuat bahan ajar yang interaktif. Selain itu guru dapat mengembangkan dan kreatif dalam pembelajaran daring dengan membuat bahan ajar yang interaktif dan dapat berjalan dengan baik dalam proses pembelajaran selama pendampingan terjadi. Jadi dapat disimpulkan bahwa tujuan pendampingan ini dapat tercapai.

Ketercapaian target materi juga cukup baik. Materi pendampingan sudah disiapkan dan disampaikan dengan baik dan secara menyeluruh. Materi-materi itu adalah materi pengetahuan umum mengenai ICT dan membuat video, materi aplikasi yang digunakan

untuk membuat bahan ajar, dan tuntunan praktik pengembangan aplikasi untuk membuat bahan ajar yaitu media pembelajaran dalam bentuk video.

Dan terakhir, dari segi kemampuan peserta dalam menguasai materi juga sangat berhasil. Hal ini dapat dilihat dari hasil *pre-test* dan *post-test* yang menunjukkan bahwa pengetahuan para peserta sangat bertambah, baik itu dalam hal pengetahuan seputar ICT maupun dalam pembuatan video untuk media pembelajaran. Pada dasarnya semua guru memakai media pembelajaran dalam mengajar di Sekolah YPAC Palembang, tetapi tidak ada yang menggunakan video sebagai media pembelajaran. Hal ini dikarenakan mereka belum bisa membuat dan memakai video. Setelah pelatihan semua guru bisa menggunakan aplikasi di *smartphone* dan *laptop* untuk membuat video pembelajaran. Hampir semua (17 orang) nantinya akan menggunakan video buatan sendiri sebagai media pembelajaran. Ini menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan video untuk media pembelajaran sungguh berhasil. Semoga para guru komitmen dan konsisten untuk menggunakan video sebagai media pembelajaran. Jadi secara prinsip peserta mampu membuat video untuk media pembelajaran ICT tetapi perlu dilatih terus menerus. Diharapkan peserta tetap melanjutkan membuat video sendiri, tentu bila ada kesulitan tim dosen selalu siap mendampingi.

Di akhir pelatihan para peserta diminta masukan dan saran. Dari masukan dan saran yang disampaikan sebagian besar mengharapkan kegiatan yang serupa agar dilakukan kembali agar memperoleh pengetahuan baru. Ini bisa juga menjadi indikasi keberhasilan yang nampak dalam antusias dan kepuasan mereka dalam pelatihan.

#### 4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat disimpulkan kegiatan PKM ini berhasil. Hal ini dibuktikan dengan tercapainya komponen yang menjadi target dan tujuan yaitu ketercapaian

target jumlah peserta, ketercapaian tujuan pelatihan, ketercapaian target materi yang telah direncanakan, dan kemampuan peserta dalam penguasaan materi.

Dari kuisioner juga kelihatan peningkatan yang signifikan yang awalnya mereka tidak pernah menggunakan video untuk bahan ajar, sekarang mereka bisa membuat video dan mampu menerapkannya. Pelatihan pembuatan media pembelajaran ini telah menambah pengetahuan para guru di sekolah Yayasan Pembinaan Anak Cacat (YPAC) Palembang mengenai pembuatan bahan ajar berupa video sebagai media pembelajaran interaktif. Ini sangat membantu guru untuk menyampaikan materi mereka kepada peserta didik. Guru sendiri menjadi lebih kreatif dalam mengajar terutama dalam pembuatan media pembelajaran.

Kegiatan PKM ini perlu dilanjutkan dan ditingkatkan lagi untuk membantu para guru untuk menjadi lebih kreatif dan punya kemampuan dalam membuat media pembelajaran. Maka perlu adanya kerjasama dalam bentuk pembimbingan khusus secara berkesinambungan yang dilakukan oleh tim dosen dengan pengawasan pada periode tertentu sehingga lebih terkontrol dengan baik.

#### 5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian ini dapat berlangsung atas dukungan dari berbagai pihak. Kami selaku tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Universitas Katolik Musi Charitas yang telah mendukung kami dengan fasilitas dan dana yang diberikan, Sekolah YPAC Palembang yang bersedia menjadi mitra, tim LPPM UKMC yang memfasilitasi PKM ini, dan tim Abdimas UKMC yang mengizinkan kami untuk mempublikasikan hasil pengabdian kami. Berkat dukungan dan kerjasama semua pihak inilah PKM kami bisa terlaksana dengan baik sampai dipublikasikan.

#### 6. REFERENSI

Alfiani, D., dkk. 2016. 'Pembelajaran Berbasis Video Untuk Anak Generasi Z'. *Prosiding Inovasi Pendidikan di Era Big*

- Data dan Aspek Psikologinya*. ISSN: 2548-5407. PascaSarjana Universitas Negeri Malang.
- Cholik, A., C., 2017. 'Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi untuk Meningkatkan Pendidikan Di Indonesia'. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*. Vol.2 No.6
- Microsoft. *Windows Movie Maker* dilihat 28 Juni 2021. <https://www.microsoft.com/en-us/p/movie-maker-10-free>.
- Nurita, T. 2018. 'Pengembangan media pembelajaran untuk meningkatkan hasil belajar siswa', *Misykat, Jurnal Ilmu-ilmu Al'Quran, Hadist, Syaria'ah dan Tarbiyah*, ISSN: 2527-8371, dilihat 30 Juni 2021 <https://pps.iiq.ac.id/jurnal/index.php/MISYKAT/article/view/52>
- Rival. (2016, 04). Definisi Movie Maker dan Menggunakan Movie Maker. Diambil kembali dari <https://rivalsynyster.blogspot.com/2016/04/definisi-moviemaker-dan-menggunakan.html>
- Syahroni, M., Dianastiti, F.E., 2020 'Pelatihan Media Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi untuk Meningkatkan Keterampilan Guru dalam Pembelajaran Jarak Jauh', *Ejournal Undiksha*, article 28847 <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJCSL/article/view/28847>
- Undang- Undang no. 8 Tahun 2016 mengenai penyandang disabilitas.

**STUDI KELAYAKAN BUMDES NGINGAS MAKMUR ABADI, WARU -  
SIDOARJO SEBAGAI *TEACHING INDUSTRY* DALAM PROGRAM  
MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA (MBKM)**

**Gogor Arif Handiwibowo<sup>1</sup>**

Departemen Manajemen Bisnis, Institut Teknologi Sepuluh Nopember - Surabaya

email: [gogor@mmt.its.ac.id](mailto:gogor@mmt.its.ac.id)

**Mokhamad Suef<sup>2</sup>**

Departemen Teknik Sistem & Industri, Institut Teknologi Sepuluh Nopember - Surabaya

email : [mokhsuef@gmail.com](mailto:mokhsuef@gmail.com)

**ABSTRACT**

*The Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) concept has been rolled out by the Minister of Education and Culture of the Republic of Indonesia in 2020. This program adopts a structured and programmed independent learning pattern outside the classroom. In science and technology-based higher education institutions, the MBKM concept is in line with the teaching industry concept where in this concept the learning process is carried out by utilizing the activities of a particular industry as a learning base. In this paper, a feasibility study of BUMDes Ngingas Makmur Abadi will be discussed to become a teaching industry from the Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) - Surabaya to support the concept of Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Through qualitative analysis of interview data with the director of BUMDes Ngingas Makmur Abadi and through a survey of business activities, it was stated that BUMDes Ngingas Makmur Abadi deserves to be one of the cluster teaching industries of the Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) - Surabaya with a manufacturing sector. Through this teaching industry, each party (BUMDes Ngingas Makmur Abadi and ITS) will get benefits that can be used to improve their respective competencies.*

*Keywords: Merdeka Belajar Kampus Merdeka, teaching industry, feasibility study*

**ABSTRAK**

*Konsep Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) telah digulirkan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI 2020. Program ini mengadopsi pola pelajaran mandiri di luar kelas yang terstruktur dan terprogram. Pada institusi pendidikan tinggi berbasis sains dan teknologi, konsep MBKM ini selaras dengan konsep teaching industry dimana pada konsep ini proses pembelajaran dilakukan dengan memanfaatkan aktifitas suatu industri tertentu sebagai basis pembelajaran. Dalam makalah ini akan dibahas studi kelayakan BUMDes Ngingas Makmur Abadi untuk menjadi teaching industry dari Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) - Surabaya untuk mendukung konsep Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Melalui analisa kualitatif data wawancara bersama direktur BUMDes Ngingas Makmur Abadi serta melalui survey kegiatan usaha, dinyatakan bahwa BUMDes Ngingas Makmur Abadi layak menjadi salah satu cluster teaching industry dari Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) - Surabaya dengan bidang manufaktur. Melalui teaching industry ini pula masing-masing pihak (BUMDes Ngingas Makmur Abadi dan ITS) akan mendapatkan manfaat yang dapat digunakan untuk meningkatkan kompetensi masing-masing.*

*Kata kunci: Merdeka Belajar Kampus Merdeka, teaching industry, studi kelayakan*

## 1. PENDAHULUAN

Pada tahun 2019, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI Kabinet Indonesia Maju mencanangkan program Merdeka Belajar. Konsep Merdeka Belajar menekankan pada esensi kemerdekaan berfikir. Dalam konteks ini, suasana pembelajaran akan dirubah cukup drastis. Pembelajaran akan berubah dari awalnya lebih bernuansa didalam kelas menjadi lebih bernuansa diluar kelas. Pembelajaran tidak hanya akan mendengarkan penjelasan dosen, tetapi lebih menempatkan dosen sebagai rekan diskusi. Selain itu akan menempatkan mahasiswa dapat membentuk karakter yang lebih berani dan mandiri untuk melakukan eksplorasi keilmuan, beradab dalam proses pergaulan serta mempunyai daya juang dalam berkompetisi. Hal ini didasari karena setiap individu memiliki bakat dan kecerdasannya masing-masing serta visi masa depan yang berbeda-beda.

Dilanjutkan pada tahun 2020, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI Kabinet Indonesia Maju kembali mencanangkan program Kampus Merdeka yang menjadi implementasi konsep Merdeka Belajar untuk level perguruan tinggi. Konsep kampus merdeka didasari atas pola perubahan yang cepat pada berbagai aspek kehidupan yang ada. Perubahan ini didasari pada perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat dewasa ini. Pola perubahan ini yang mendorong perguruan tinggi harus dapat secara cepat merespon dengan cepat dan tepat pula. Dengan demikian, pola pembelajaran (baik dari komponen dosen, mahasiswa hingga sistem yang ada) harus dapat bertransformasi untuk mampu memberikan bekal agar dapat menyiapkan lulusan untuk menjadi generasi yang unggul serta tanggap untuk menghadapi tantangan jaman tanpa meninggalkan akar budaya bangsanya. Konsep holistik pola pembelajaran merdeka belajar melalui program

kampus merdeka ini dikenal dengan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).

Selaras dengan konsep MBKM diatas, perguruan tinggi berbasis sains dan teknologi saat ini dituntut untuk dapat mengimplementasikan konsep *teaching industry*. Konsep *teaching industry* digulirkan kalangan akademisi sebagai penyambung *gap* yang dirasakan ada terkait kesiapan dan kematangan lulusan perguruan tinggi berbasis sains dan teknologi untuk berkarir di dunia kerja. *Teaching industry* adalah konsep dimana suatu industri tertentu digunakan untuk proses pembelajaran baik bagi dosen maupun mahasiswanya dengan memanfaatkan aktifitas suatu industri tertentu sebagai basis pembelajaran. *Teaching industry* mempunyai kosep yang berbeda dengan Laboratorium. Laboratorium secara fungsi adalah untuk pendidikan dasar dan penelitian dasar. Sehingga laboratorium dasar seperti ini kurang lengkap untuk proses pendidikan bagi calon *engineer*. Sebagai contoh bagaimana seorang calon *engineer* harus melatih diri dalam membuat produk atau belajar mengoperasikan sebuah instalasi berteknologi tinggi? Hal-hal rumit seperti ini tidak dapat dilakukan di laboratorium biasa. Disini konsep *teaching industry* akan optimal untuk mendidik calon *engineer*.

Dari kacamata pihak yang menjadi tempat *teaching industry*, objek akan mendapatkan berbagai keuntungan. Keuntungan ini didapatkan karena pihak perguruan tinggi dan objek *teaching industry* akan berkolaborasi bersama. Dari perguruan tinggi, para dosen dan mahasiswa akan terjun langsung ke permasalahan yang ada diindustri, sehingga objek *teaching industry* akan mendapatkan sumber daya (*resource*) yang cukup baik untuk memecahkan permasalahan-permasalahan yang ada didalamnya. Juga dimungkinkan terjadi peningkatan kapabilitas SDM pada objek *teaching industry* sebagai dampak dari proses kolaborasi. Selain itu juga dimungkinan adanya

kolaborasi lebih lanjut untuk meningkatkan kapabilitas bisnis untuk masa mendatang seperti inisiasi produk baru, pengembangan kapasitas produksi bahkan hingga pembentukan ventura baru sebagai hasil kolaborasi institusi perguruan tinggi dan industri pada level bisnis.

Adapun BUMDes Ngingas Makmur Abadi Desa Ngingas, Kec. Waru, Kab. Sidoarjo didirikan secara formal pada 5 Desember 2017. BUMDes Ngingas Makmur Abadi didirikan dalam rembug warga Desa Ngingas yang menghasilkan keputusan pembentukan Badan Usaha Milik Desa dengan nama Ngingas Makmur Abadi. Dalam rembug tersebut juga dihasilkan jabatan direktur akan dipegang oleh Ir. H. Zainuddin Arifin untuk masa bakti 2017-2020. Saat ini jabatan direktur masih dipegang oleh Ir. H. Zainuddin Arifin untuk periode kedua (2021-2024).

Proses pendirian BUMDes Ngingas Makmur Abadi kemudian disahkan melalui SK Kelapa Desa Ngingas melalui SK Kepala Desa No. 27 tahun 2017. SK ini juga mengangkat pengurus BUMDes Ngingas Makmur Abadi untuk tahun 2017-2020. Pembentukan BUMDes ini didasarkan pada Permendagri No. 39 tahun 2010. Adapun tata kelola BUMDes didasarkan pada Permendes No. 5 Tahun 2014.

Konsep *teaching industry* yang digagas oleh Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) – Surabaya cukup menarik untuk dikembangkan di BUMDes Ngingas Makmur Abadi selain karena kapabilitas yang dimilikinya. Selain karena BUMDes Ngingas Makmur Abadi telah memiliki produk inovatif berupa *incinerator* yang ramah lingkungan, juga karena selama ini BUMDes Ngingas Makmur Abadi dalam proses bisnisnya selalu ditopang oleh IKM logam yang berada di Desa Ngingas untuk memproduksi produk bisnisnya. Sehingga BUMDes Ngingas Makmur Abadi memiliki potensi untuk menjadi *teaching industry* dengan konsep manufaktur.

Pada makalah ini akan dibahas studi kelayakan BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) Ngingas Makmur Abadi, Desa Ngingas, Kec.

Waru, Kab. Sidoarjo sebagai salah satu dari *cluster teaching industry* yang akan digagas oleh Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) – Surabaya untuk mendukung konsep Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Makalah ini adalah satu luaran wajib dari kegiatan pengabdian masyarakat berbasis produk di ITS dengan judul pengabdian masyarakat “Permodelan Kebijakan *Teaching Industry* antara Industri, BUMDes dan Perguruan Tinggi dalam mendukung Kampus Merdeka Belajar Merdeka (KMBM)”.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Desa Ngingas, Kec. Waru, Kab. Sidoarjo saat ini dikenal sebagai salah satu sentra industri logam di Indonesia. Di Desa Ngingas telah terbentuk Badan Usaha Milik Desa yang diberi nama BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) Ngingas Makmur Abadi. Pembentukan BUMDes pada suatu desa mempunyai tujuan strategis agar desa tersebut dapat menjadi desa yang mandiri secara ekonomi (Ambarwati et al, 2019). Pada tahun 2020, BUMDes Ngingas Makmur Abadi adalah salah satu BUMDes yang mendapatkan pendampingan dari Pusat Kajian Kebijakan Publik, Bisnis dan Industri (PKKPBI) – Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya. Pendampingan yang dimaksud adalah menjadi anggota dalam proses *leverage capability* melalui serangkaian webinar yang diselenggarakan oleh PKKPBI – ITS yang berfokus pada penguatan kapasitas dalam pengelolaan BUMDes menuju BUMDes mandiri. BUMDes Ngingas patut mendapatkan pendampingan dari PKKPBI – ITS sebagai salah pemenang BUMDes Award 2020 yang diselenggarakan oleh PKKPBI – ITS. Proses pendampingan disini dititik beratkan pada proses pemberdayaan masyarakat, artinya bahwa proses penguatan yang dilakukan oleh ITS ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas dari BUMDes dengan menggunakan sumber daya yang dimiliki oleh BUMDes tersebut (Bhawika et al, 2018; Handiwibowo & Noer, 2020; Noer et al, 2020).



ekerja sama dengan ITS sebagai salah satu dari *cluster teaching industry* yang akan dibentuk oleh ITS untuk implementasi kegiatan Kampus Merdeka Belajar Merdeka (KMBM). Kegiatan penilaian ini dilakukan dengan cara wawancara kepada direktur BUMDes Ngingas Makmur Abadi dan melihat secara langsung kegiatan usaha yang dilakukan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dibantu dengan beberapa mahasiswa KKN (Kuliah Kerja Nyata) yang berasal dari Dept. Manajemen Bisnis, Studi Pembangunan dan Teknik & Sistem Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) Surabaya. Mahasiswa KKN ini membantu proses pengabdian masyarakat ini dari penggalan data (wawancara dan eksplorasi), dokumentasi proses abdimas hingga penyusunan laporan abdimas.

Dalam telaah kesiapan BUMDes Ngingas Makmur Abadi, Desa Ngingas, Kec. Waru, Kab. Sidoarjo untuk implementasi kegiatan Kampus Merdeka Belajar Merdeka (KMBM) dilakukan beberapa penilaian antara lain:

- a. Aspek Objek Pembelajaran
- b. Aspek Organisasi Mitra
- c. Aspek Prospek Pembelajaran
- d. Aspek Jenis Kegiatan MBKM

**Gambar 2. Survey kegiatan usaha BUMDes Ngingas Makmur Abadi**

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam sub bab ini akan dibahas beberapa hasil yang didapatkan dalam beberapa kali penggalan data lapangan dilaksanakan:

#### **a. Aspek Objek Pembelajaran**

Sejak tahun 2019, BUMDes Ngingas Makmur Abadi, Desa Ngingas, Kec. Waru, Kab. Sidoarjo mengembangkan produk unggulan berupa *Incinerator* (alat pembakar sampah). Secara definisi menurut Indonesia Environment & Energy Center, *incinerator* atau pembakar sampah adalah teknologi pengolah sampah dengan cara pembakaran yang melibatkan bahan organik yang ada didalam sampah. Pengembangan desain *Incinerator* hingga pembangunan *prototype* ini dilakukan

secara swadaya oleh tenaga ahli dari internal BUMDes Ngingas Makmur Abadi. Produk baru secara teoritis memang sangat berpotensi untuk kompetitif dibandingkan dengan produk sejenis yang telah ada (Handiwibowo, 2019). Akan tetapi produk baru tersebut harus didukung oleh berbagai kapabilitas dari BUMDes agar mampu bersaing di pasar yang telah ada (Handiwibowo et al, 2020).



**Gambar 3. Prototype incinerator produk BUMDes Ngingas Makmur Abadi**

*Incinerator* produk BUMDes Ngingas Makmur Abadi memiliki keunggulan yang sangat signifikan dibanding produk sejenis. Produk *incinerator* milik BUMDes Ngingas Makmur Abadi telah mendapatkan pengujian dari Envilab (uji emisi), Sucofindo (uji emisi) dan Dinas Lingkungan Hidup Jatim (air limbah kolam) dengan hasil yang sangat memuaskan. *Incinerator* produk BUMDes Ngingas Makmur Abadi juga telah mendapatkan registrasi dari Sekretaris Jenderal Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.

#### **b. Aspek Organisasi Mitra.**

BUMDes Ngingas Makmur Abadi memiliki usaha pada bidang manufaktur. Dimana produk utama dari BUMDes Ngingas Makmur Abadi adalah *incinerator* seperti diatas. BUMDes Ngingas Makmur Abadi sengaja memilih untuk mengembangkan produk *incinerator* ini didasari pada beberapa hal antara lain:

1. BUMDes Ngingas Makmur Abadi berkeinginan untuk mempunyai produk yang tidak sama dengan bidang usaha yang digeluti oleh mayoritas

usaha di Desa Ngingas yaitu produksi alat-alat yang berbasis logam seperti peralatan dapur, pagar besi, komponen/*spare part* kendaraan bermotor, industri dan lain-lain agar tidak menjadi pesaing IKM logam yang selama ini telah berdiri secara turun temurun.

2. BUMDes Ngingas Makmur Abadi berharap agar IKM logam yang ada Desa Ngingas suatu saat bisa menjadi *supplier* komponen dari produk yang dikembangkan ini.
3. BUMDes Ngingas Makmur Abadi berharap usaha yang dikembangkan dapat memberikan kesejahteraan bagi masyarakat Desa Ngingas pada umumnya.

Untuk keperluan usahanya, BUMDes Ngingas Makmur Abadi membentuk anak usaha dengan nama PT. Bumi Galuh Perkasa. Melalui PT. Bumi Galuh Perkasa ini proses pemasaran *incinerator* produk BUMDes Ngingas Makmur Abadi dilakukan.

#### **c. Aspek Prospek Pembelajaran**

BUMDes Ngingas Makmur Abadi dengan produk baru inovatifnya berupa *incinerator* dirasa cocok untuk menjadi *cluster teaching industry* bagi ITS. Beberapa hal yang membuat BUMDes Ngingas Makmur Abadi cocok sebagai *cluster teaching industry* antara lain:

1. BUMDes Ngingas Makmur Abadi memiliki produk baru inovatifnya berupa *incinerator* yang memerlukan sentuhan untuk meningkatkan *performance*-nya. Hal ini sangat cocok untuk *cluster teaching industry* untuk keilmuan *basic science* dan *engineering* yang dimiliki ITS. Keilmuan yang bisa mendukung produk *incinerator* ini antara lain pada departemen Kimia, Teknik Mesin, Teknik Fisika, Teknik Kimia, dan Teknik Lingkungan.
2. BUMDes Ngingas Makmur Abadi memiliki produk baru inovatifnya berupa *incinerator* yang pada saatnya akan masuk dalam proses produksi. Hal ini sangat cocok untuk *cluster teaching*

*industry* untuk keilmuan *basic science* dan *engineering* yang dimiliki ITS. Keilmuan yang bisa mendukung proses produksi *incinerator* ini antara lain pada departemen Teknik Mesin Industri, Teknologi Informasi dan Teknik & Sistem Industri.

3. BUMDes Ngingas Makmur Abadi dalam proses awal untuk memasarkan produk *incinerator*. Hal ini sangat cocok untuk *cluster teaching industry* untuk keilmuan *business* dan *management* yang dimiliki ITS. Keilmuan yang bisa mendukung proses pemasaran *incinerator* ini antara lain pada departemen Manajemen Bisnis & Desain Komunikasi Visual.
4. BUMDes Ngingas Makmur Abadi adalah BUMDes yang baru terbentuk, sehingga secara organisasi masih dalam proses menuju *equilibrium* agar menjadi organisasi yang *settle*. Hal ini sangat cocok untuk *cluster teaching industry* untuk keilmuan *business* dan *management* yang dimiliki ITS. Keilmuan yang bisa mendukung organisasi bisnis ini antara lain pada departemen Manajemen Bisnis.

#### **d. Aspek Jenis Kegiatan MBKM**

Dalam konteks *cluster teaching industry*, perlu disinkronkan kegiatan-kegiatan yang dapat mendukung konsep Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Kegiatan-kegiatan MBKM yang dapat dilakukan di BUMDes Ngingas Makmur Abadi antara lain:

1. KKN (Kuliah Kerja Nyata)  
Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di BUMDes Ngingas Makmur Abadi dapat dilaksanakan dengan menggunakan sistem KKN tematik. KKN tematik dilaksanakan sesuai dengan program Depdiknas dimana mahasiswa melaksanakan kegiatan KKN pada suatu daerah tertentu dengan tema tertentu pula. Kegiatan KKN secara umum biasanya dilaksanakan selama 1 bulan penuh. Tetapi KKN tematik memberikan ruang implementasi yang lebih fleksibel

dimana kegiatan KKN tematik dapat dilaksanakan dengan sistem tidak penuh serta dapat diperpanjang hingga selama 6 bulan.

BUMDes Ngingas Makmur Abadi dapat menawarkan kegiatan KKN tematik dengan menyetengahkan kegiatan usaha produksi *incinerator* sebagai objek utama KKN. Mahasiswa KKN dapat diberikan persoalan-persoalan yang dihadapi oleh BUMDes Ngingas Makmur Abadi dalam proses produksi *incinerator* untuk kemudian dipecahkan sebagai bentuk kontribusi KKN pada BUMDes Ngingas Makmur Abadi.

#### **2. Kerja Praktek/Magang**

Kerja praktek adalah matakuliah penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi di bidang keilmuan tertentu secara langsung di lapangan. Kerja praktek terkadang disebut pula dengan istilah Praktek Kerja Lapangan (PKL). Kerja praktek dilaksanakan dengan cara pemagangan berupa simulasi kerja selama periode tertentu (berkisar antara 6 bulan hingga 1 tahun) pada suatu instansi atau industri dengan tujuan memberi wawasan kepada mahasiswa tentang dunia kerja yang sebenarnya. Kerja praktek sangat penting bagi mahasiswa agar mempunyai pengalaman bekerja secara nyata. Selain membekali mahasiswa dalam implementasi keilmuannya, kerja praktek juga dapat meningkatkan *soft skill* mahasiswa agar lebih siap bekerja saat lulus kelak. BUMDes Ngingas Makmur Abadi dapat menawarkan kegiatan Kerja Praktek/Magang dengan menyetengahkan kegiatan usaha produksi *incinerator* sebagai objek utama Kerja Praktek/Magang. Kegiatan yang dimaksud dapat berupa proses produksi *incinerator* hingga proses bisnis pada BUMDes Ngingas Makmur Abadi. Kerja praktek bagi BUMDes Ngingas Makmur Abadi dapat menjadi keuntungan tersendiri misalkan menjadi wahana untuk proses *problem solving*

kegiatan bisnis, seleksi calon karyawan dan tersedianya tenaga kerja terampil dengan biaya rendah secara temporer.

3. Mengambil judul Skripsi  
Skripsi biasanya adalah tugas akhir yang digunakan calon sarjana untuk lulus. Skripsi biasanya adalah berbentuk penelitian pada suatu objek penelitian yang kemudian dilaporkan dengan ditulis menggunakan tata tulis akademis. Pengerjaan skripsi dilakukan calon sarjana selama antara 6 bulan hingga 1 tahun. Skripsi ini kemudian diujikan didepan penguji untuk menguji kualitas skripsi dan calon sarjana.

BUMDes Ngingas Makmur Abadi dapat menawarkan topik-topik skripsi dengan menengahkan kegiatan usaha produksi *incinerator* sebagai objek utama penelitian. Topik-topik skripsi yang ditawarkan dapat sangat aplikatif, sehingga hasil penelitian skripsi dapat digunakan untuk memberikan solusi atas problema yang dihadapi oleh BUMDes Ngingas Makmur Abadi. Tenaga ahli dari BUMDes Ngingas Makmur Abadi dapat pula terlibat dalam proses pembimbingan calon sarjana dalam melaksanakan proses penelitiannya.

Melalui konsep *cluster teaching industry* yang diinisiasi oleh ITS untuk BUMDes Ngingas Makmur Abadi ada beberapa manfaat yang didapat oleh BUMDes Ngingas Makmur Abadi antara lain:

1. BUMDes Ngingas Makmur Abadi bisa mendapatkan manfaat dengan datangnya beberapa dosen dari berbagai departemen di ITS dengan berbagai *background knowledge*-nya, sehingga bisa memperkaya *knowledge* dalam pengembangan produk *incinerator* BUMDes Ngingas Makmur Abadi.
2. BUMDes Ngingas Makmur Abadi bisa mendapatkan manfaat dengan datangnya beberapa mahasiswa dari berbagai departemen di ITS dengan berbagai *background knowledge*-nya, sehingga dapat membantu (sebagai tenaga semi terampil) dalam proses

produksi *incinerator* BUMDes Ngingas Makmur Abadi.

3. BUMDes Ngingas Makmur Abadi bisa mendapatkan manfaat dengan kolaborasi dengan ITS sebagai institusi pendidikan tinggi yang memiliki banyak jaringan baik bisnis maupun industri.

Dari pengelola BUMDes Ngingas Makmur Abadi, konsep *teaching industry* ini mendapat sambutan yang hangat. Hal ini dikarenakan manfaat berlipat yang dapat dihasilkan saat berkolaborasi dengan ITS. Sehingga pada tanggal 29 Mei 2021 dilaksanakan acara seremonial *launching* peresmian *teaching industry* ITS yang salah satunya adalah *cluster teaching industry* BUMDes Ngingas Makmur Abadi. *Launching* ini untuk meresmikan 3 *teaching industry* ITS yaitu BUMDes Ngingas Makmur Abadi Desa Ngingas, Kec. Waru, Kab. Sidoarjo menitik beratkan kegiatan *teaching industry* pada industri manufaktur, BUMDes Gajah Mada Desa Kebontunggul, Kec. Gondang, Kab. Mojokerto menitik beratkan kegiatan *teaching industry* pada wisata edukasi *smart farming* dan AMKE (Area Model Konservasi dan Edukasi) Desa Oro-Oro Ombo, Kec. Batu, Kota Batu menitik beratkan kegiatan *teaching industry* pada wisata edukasi agrobisnis herbal.



**Gambar 3.** Acara *launching teaching industry* ITS

#### 4. SIMPULAN

Dari hasil beberapa analisa secara kualitatif, BUMDes Ngingas Makmur Abadi dinyatakan layak menjadi *cluster teaching industry* dari ITS dengan kekhususan pada keilmuan industri manufaktur. Hal ini didukung oleh kemampuan BUMDes Ngingas Makmur

Abadi untuk mendesain dan memproduksi *incinerator* yang ramah lingkungan. Dengan menjadi *cluster teaching industry* dari ITS, BUMDes Ngingas Makmur Abadi akan mendapatkan berbagai manfaat mulai dari manfaat keilmuan hingga manfaat jejaring bisnis yang dimiliki oleh ITS. ITS dalam konsep *cluster teaching industry* di BUMDes Ngingas Makmur Abadi ini akan mendapatkan banyak manfaat yang diterima baik secara institusi (penerapan konsep Merdeka Belajar Kampus Merdeka, jejaring industri, dan lain-lain) hingga para civitas akademika.

## 5. REFERENSI

- Ambarwati, R., Mudjib, A. W., Lestariana, F. F., & Handiwibowo, G. A., 2019, The Implications of Good Governance of Village Government Office in Sidoarjo. *Binus Business Review*, 10(3), 147-158. <https://doi.org/10.21512/bbr.v10i3.5683>
- Bhawika, G.W., Handiwibowo, G.A., & Noer, L.R., 2017, Pembangunan Alat Pengolah Air Limbah dengan Konsep Pemberdayaan Masyarakat di Kel. Panjang Jiwo, J-Dinamika, Vol. 2, No. 2, 120-124, <https://doi.org/10.25047/j-dinamika.v2i2.512.g618>
- Handiwibowo, G.A., 2018, Singkronisasi Aktifitas Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Community Development (CD) Dalam Konteks Pembangunan Berkelanjutan Di Indonesia,” *IPTEK J. Proc. Ser.*, vol. 0, no. 5, p. 111.
- Handiwibowo, G. A., 2019, Do Technological Innovation Capabilities Contribute to New Product Development Performance? A Conceptual Framework, ACHITS 2019: Proceedings of the 1st Asian Conference on Humanities, Industry, and Technology for Society, ACHITS 2019, 30-31 July 2019, Surabaya, Indonesia.
- Handiwibowo, G.A., & Noer, L.R., 2020. Optimalisasi Bank Sampah Berbasis Pemberdayaan Masyarakat di Desa Randegan, Kecamatan Tanggulangin, Kabupaten Sidoarjo. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(2), 200-208. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v1i2.319>
- Handiwibowo, G., Nasution, A., Arumsari, Y & Astuti, R., 2020, Strategic fit implication of technological innovation capabilities for S M E s with new product development. *Management Science Letters*, 10(12), 2875-2882.
- Noer, L.R., Handiwibowo, G.A., & Syairudin, B., 2020, Pemanfaatan Alat Pengusir Burung untuk Meningkatkan Produktifitas Pertanian di Kecamatan Sukolilo Surabaya, *SEWAGATI*, Vol. 4, No. 1, 38-42. <http://dx.doi.org/10.12962/j26139960.v4i1.6121>

[jurnal\\_abdimas@ukmc.ac.id](mailto:jurnal_abdimas@ukmc.ac.id), Jalan Bangao No. 60 Palembang



**LEMBAGA PENGABDIAN PADA MASYARAKAT  
UNIVERSITAS KATOLIK MUSI CHARITAS**