

PELATIHAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KABUPATEN BENGKAYANG DALAM MENGUNAKAN MODUL ILO SCORE PADA ERA REVOLUSI 4.0

Yasinta¹, Jones Parlindungan Nadapdap², Dedy³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen, Institut Shanti Bhuana Bengkayang.
Jalan Bukit Karmel No. 1 Bengkayang 7921 Kalimantan Barat
¹e-mail: yasintabengkayang7@gmail.com

Abstrak

Pengabdian kepada masyarakat yang diadakan oleh Institut Shanti Bhuana bertujuan dapat memotivasi para pelaku UMKM sehingga dapat bersaing di era globalisasi yang semakin berkembang. Pengabdian yang dilakukan oleh akademisi Institut Shanti Bhuana dilakukan dalam tiga tahap yaitu metode observasi dan persiapan, pelaksanaan atau pengimplementasian modul ILO SCORE, dan evaluasi. Metode pelaksanaan dalam pengabdian ini yaitu pelatihan, praktik. Pengabdian ini dilakukan pada salah satu UMKM yang ada di Kabupaten Bengkayang yaitu warung kopi atau warkop Icha. Pengabdian melibatkan langsung pemilik warkop Icha. Berdasarkan hasil pengabdian tampak bahwa warkop Icha menjadi lebih tertata rapi dan bersih sehingga membuat konsumen nyaman, dan meningkatkan jumlah konsumen yang datang ke warkop. Pengabdian yang dilakukan oleh pihak Akademisi Institut Shanti Bhuana dapat dikatakan berhasil dan dapat meningkatkan nilai tambah bagi UMKM.

Kata Kunci: teknologi, kewirausahaan, pelatihan, akademisi, penghasilan

Abstract

The community service held by the Shanti Bhuana Institute aims to motivate UMKM actors so that they can compete in an increasingly developing globalization era. The service carried out by the academics of the Shanti Bhuana Institute is carried out in three stages, namely observation and preparation methods, implementation or implementation of the ILO SCORE module, and evaluation. The method of implementation in this service is training, practice. This service is carried out at one of the MSMEs in Bengkayang Regency, namely the Icha coffee shop or warkop. The service directly involves the owner of the Icha warkop. Based on the results of the service it appears that Icha's warkop has become more organized and cleaner so that it makes consumers comfortable, and increases the number of consumers who come to the warkop. The service carried out by the Academics of the Shanti Bhuana Institute can be said to be successful and can increase added value for UMKM.

Keywords: technology, entrepreneurship, training, academics, income

PENDAHULUAN

Pada era revolusi industri 4.0 yang berkembang semakin pesat mengakibatkan perkembangan teknologi tidak dapat terlepas dari kehidupan. Semua aktivitas dilakukan melalui digital dan merubah pola bisnis masyarakat

yang awalnya dari konvensional menjadi online atau modern (Diansyah et al., 2017). Perkembangan teknologi yang begitu pesat mengharuskan para pelaku UMKM mampu beradaptasi dengan zaman dan keinginan konsumen. Namun perkembangan ini menjadikan para pelaku UMKM yang ada di Bengkayang, menjadi kesulitan. Sebagai data di bawah pelaku UMKM di Bengkayang sebagian besar merupakan lulusan Sekolah Dasar. Hal ini tentunya menjadi kendala bagi para pelaku UMKM karena minimnya pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi.

Secara keseluruhan, luas wilayah Kabupaten Bengkayang adalah sebesar 5.396,30 km² atau sekitar 3,68 persen dari total luas wilayah Provinsi Kalimantan Barat. Hal ini menjadikan Kabupaten Bengkayang sebagai Kabupaten dengan cakupan wilayah terkecil di Kalimantan Barat. Melihat letak Bengkayang yang tepat berbatasan dengan Negara asing tersebut maka penyeimbangan perkembangan di Bengkayang dalam menyesuaikan diri dengan Malaysia harus dilakukan terutama dibidang perkembangan ekonomi. UMKM merupakan usaha yang dapat membantu pertumbuhan perekonomian di Kabupaten Bengkayang karena dilihat dari segi Biaya UMKM merupakan usaha yang tidak terlalu mengeluarkan biaya yang besar sehingga bisa dilakukan oleh siapa pun dan di mana pun.

Berdasarkan UU Nomor 20 Tahun 2008 mengatur bahwa usaha perdagangan yang dikelola oleh perorangan yang merujuk pada usaha ekonomi produktif dengan kriteria yang sudah ditetapkan dalam Undang-Undang. UMKM dapat menjadi penunjang kehidupan masyarakat apabila berkembang dengan baik. Namun, dewasa ini UMKM sering mengalami berbagai permasalahan seperti penurunan penjualan, permodalan, distribusi terhambat, kesulitan bahan baku, produksi menurun dan PHK buruh, hal ini menjadi ancaman bagi perekonomian nasional. UMKM sebagai penggerak ekonomi domestik dan penyerap tenaga kerja tengah menghadapi penurunan produktivitas yang berakibat pada penurunan profit secara signifikan (Ariawan, 2022). Berbagai faktor penyebabnya, di antaranya seperti rendahnya tingkat penguasaan teknologi dan kemampuan wirausaha di kalangan UMKM menjadi isu yang mengemuka saat ini.

Permasalahan pelaku UMKM di Kabupaten Bengkayang sampai saat ini yaitu selain memiliki dana yang kurang, pengetahuan tentang bagaimana mengelola usaha dan keuangan usaha juga masih sangat kurang. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil wawancara terhadap salah satu pelaku UMKM yaitu Ibu Yakoba Nengsih selaku pemilik dari warkop Icha. Berdasarkan permasalahan tersebut maka pihak akademisi Institut Shanti Bhuana melakukan pendampingan terhadap beberapa para pelaku UMKM hal tersebut diharapkan dapat memberi para pelaku UMKM di Kabupaten Bengkayang bekal pengetahuan dan motivasi dalam menghadapi persaingan di masa yang akan datang. Di samping itu, memberi para pelaku UMKM di Kabupaten Bengkayang juga diharapkan memiliki pengetahuan berwirausaha yang mempunyai etika bisnis, dalam menangani keluhan pelanggan dan cara mengelola keuangan yang baik.

Menyikapi peran UMKM yang begitu penting maka pihak akademisi Institut Shanti Bhuana mengadakan pendampingan terhadap pelaku UMKM dengan mengimplementasikan ilmu-ilmu yang telah para pelaku UMKM di Kabupaten Bengkayang dapatkan di bangku kuliah. Para pelaku UMKM di Kabupaten Bengkayang dibekali dengan modul pelatihan mengenai teknik peningkatan kerja sama pada tempat kerja, produktivitas, mutu produk dan efisiensi menggunakan biaya seminim mungkin menggunakan acuan *International Labour Organization (ILO SCORE)*. Agar para pelaku UMKM tersebut dapat mengimplementasikan modul-modul dari *ILO SCORE* tersebut maka mitra didampingi baik dalam bentuk pelatihan atau sosialisasi maupun praktik langsung.

Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat ini agar memberikan pengetahuan juga memotivasi bagi para pelaku UMKM dalam berwirausaha sehingga dapat bersaing di era globalisasi yang semakin berkembang. Pengabdian ini dapat membantu para pelaku UMKM di Kabupaten Bengkayang untuk bertahan dan bersaing secara sehat demi kelangsungan hidup orang banyak yang membutuhkan pekerjaan sesuai strategi-strategi pengembangan UMKM berdasarkan modul *ILO SCORE*. Pelaksanaan strategi diharapkan dapat memberikan kemudahan bagi pelaku UMKM di Kabupaten Bengkayang dalam

menghadapi kendala atau menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi ketika proses menjalankan usaha. Selain itu, tujuan dari pendampingan yaitu untuk membantu para pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi terutama di bidang promosi pada media sosial.

METODE

Pengabdian ini menggunakan metode dari acuan dari ILO SCORE yaitu metode 5S dan Tata Letak, Kerja sama dan Berbagi Informasi, Promosi, dan Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) & *Hygiene*. Penerapan modul-modul tersebut dilakukan berdasarkan hasil observasi langsung dan wawancara terhadap salah satu pelaku UMKM yaitu Ibu Yakoba Nengsih sebagai pemilik warkop Icha. Metode ini juga meliputi tiga tahap yaitu (1) observasi/pengamatan, (2) penyuluhan/ sosialisasi, dan (3) evaluasi.

Program pengabdian yang di laksanakan oleh Akademisi ISB diawali dengan observasi dan wawancara awal. Setelah observasi dan wawancara maka dapat diketahui masalah-masalah yang terjadi di UMKM setelahnya akan dilaksanakan penentuan modul yang akan digunakan dalam mengatasi masalah dalam UMKM. Berdasarkan hasil keputusan bersama baik antara tim Akademisi ISB dengan pemilik UMKM maka modul yang tepat untuk mengatasi masalah di dalam UMKM tersebut yaitu modul 5S dan Tata Letak, kerja sama dan Berbagi Informasi, Promosi, Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) & *Hygiene* dapat diterapkan dan dapat dijalankan dalam proses pengabdian pada UMKM warkop Icha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM adalah kegiatan usaha berbasis masyarakat yang berbentuk badan usaha perseorangan maupun unit usaha. Dalam perekonomian Indonesia, UMKM merupakan kelompok usaha yang paling banyak jumlahnya, yang menunjukkan daya tahan mereka terhadap berbagai jenis guncangan dari krisis ekonomi (Sarfiyah et al., 2019). Berdasarkan pemahaman tersebut, pihak akademisi melihat bahwa UMKM dapat menjadi pilar perekonomian baik di Indonesia maupun secara

global. Sebelum melakukan pendampingan pada UMKM pihak akademisi melakukan observasi dan wawancara dengan pemilik UMKM terlebih dahulu, Dari observasi dan wawancara pihak akademisi menemukan hal-hal apa saja yang dapat diperbaiki dalam pengembangan warkop. Adapun simpulan hasil observasi dan wawancara yaitu: (1) Belum ada nama atau merek perusahaan. Nama perusahaan sangat penting bagi perusahaan karena merupakan pengenalan perusahaan yang dikenal secara umum. (2) Belum ada daftar menu. Daftar menu warkop belum ada sehingga konsumen yang berkunjung tidak dapat dengan mudah memilih minuman dan camilan. (3) Penataan barang yang tidak tertata dengan baik, sehingga menyebabkan kesulitan untuk mengeluarkan dan menggunakan barang tersebut. (4) Penempatan produk tidak berdasarkan label. Penempatan produk tidak berdasarkan jenis yang sama sehingga dapat menyulitkan konsumen untuk memilih minuman yang diinginkan. (5) Belum ada promosi pada media sosial. Promosi pada media sosial adalah peluang untuk membangun bisnis di mana siapa pun dapat menjangkau, dari mana saja melalui media sosial sehingga usaha dapat diketahui oleh konsumen.

Tim melakukan pendampingan kepada mitra berdasarkan permasalahan yang ditemukan. Berikut beberapa hal yang dilakukan tim selama masa pendampingan. Saat menjalankan bisnisnya, pemilik warkop tidak memberikan atau menemukan nama yang tepat untuk tokonya. Maka, tim membantu mengusulkan nama mitra yaitu bernama Warkop ICHA. Nama "Warkop Icha", di ambil dari nama putri bungsu pemilik warkop yaitu Icha. Tim juga mendampingi mitra dalam mendesain daftar menu, menata dan menempatkan produk dan melakukan promosi usaha melalui media sosial. Berikut disajikan dokumentasi perubahan warung kopi mitra sebelum dan sesudah didampingi.



Gambar 1 Penerapan Modul Tata Letak Penataan Produk Sesuai dengan label, (a) sebelum diterapkan, (b) setelah diterapkan pendampingan

Berdasarkan Gambar 1 tampak bahwa adanya perubahan penataan produk yang ada di warkop mitra. Sebelum diberikan pendampingan, penataan produk masih belum ditata berdasarkan label produk yang sama. Setelah dilakukan pendampingan, produk ditata berdasarkan label produk yang sama. Hal ini memudahkan mitra dalam menemukan dan mencari barang dagangannya.



Gambar 2 Tampilan Luar Warung Mitra, (a) sebelum diterapkan, (b) setelah diterapkan program PKM

Pada Gambar 2, terlihat bahwa adanya perubahan tampilan luar toko mitra. Sebelum pendampingan, toko mitra belum tampak sebagai warung kopi namun setelah pendampingan dan adanya spanduk yang dipasang di depan warung, menjadikan warkop mitra lebih mudah dikenali oleh pelanggan atau konsumen. Adapun tampilan *banner* disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3 Tampilan *Banner* Warung Kopi



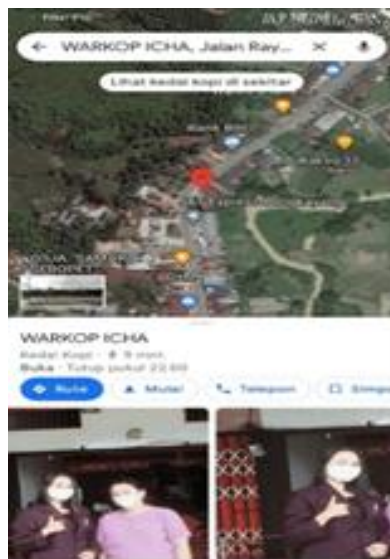
Gambar 4 Penerapan modul 5s susun (merapikan penyimpanan barang) dan modul *Hygiene*, (a) sebelum diterapkan, (b) setelah diterapkan program PKM

Selain penataan dan tampilan luar warkop, tim juga mendampingi mitra dalam menyimpan barang yang digunakan untuk berdagang. Gambar 4 menunjukkan bahwa adanya perubahan penyimpanan barang dagangan sehingga tampak lebih rapi dan bersih. Hal ini tentu akan membuat nyaman konsumen ketika mengunjungi warung mitra. Hal ini mendukung pernyataan Rahmadani (2021) bahwa mengutamakan kepuasan konsumen merupakan tujuan dari sebuah usaha.

Selanjutnya tim memberikan pendampingan dalam mendesain daftar menu. Daftar menu sebelumnya tidak ada sehingga saat konsumen ingin membeli mengalami kesulitan dalam menentukan pilihan menu. Setelah dilakukan pendampingan, mitra berhasil membuat desain daftar menu didampingi oleh tim yang disajikan pada Gambar 5.



Gambar 5 Tampilan Desain Datar Menu



Gambar 6 Tampilan Google Maps sebagai Salah Satu Cara Promosi di Media Sosial

Pendampingan juga dilakukan dalam mempromosikan warung mitra. Sebelum dilakukan pendampingan, belum adanya promosi yang dilakukan menggunakan media sosial. Setelah dilakukan pendampingan, mitra berhasil membuat titik lokasi warung menggunakan *Google Maps*. Letak warung yang dibuat di *Google Maps* diharapkan akan memudahkan konsumen dalam menemukan warkop Icha. Adapun tampilan warkop Icha di *Google Maps* disajikan pada Gambar 6.

Pengembangan UMKM dapat menjadi keunggulan yang sangat komparatif terhadap usaha-usaha besar yang di mana keunggulan tersebut antara lain dapat dilihat dari sisi permodalan dari UMKM. UMKM dapat dikembangkan dengan modal usaha yang relatif lebih kecil dibandingkan dengan usaha besar selain itu juga teknologi-teknologi yang digunakan untuk pengembangan UMKM tidak perlu menggunakan teknologi-teknologi yang tinggi. Membuka UMKM dapat dikatakan mudah dibandingkan dengan membuka usaha besar dengan modal yang sangat besar yang umumnya dapat menghasilkan produk massa atau produk standar perusahaan kecil atau UMKM produknya bervariasi sehingga usaha tersebut akan mudah menyesuaikan terhadap keinginan konsumen.

Perguruan tinggi termasuk para dosen serta para mahasiswa sangat berperan penting dalam meningkatkan atau membantu meningkatkan perekonomian masyarakat dengan memberikan pelatihan atau workshop (Dewi, et al., 2019), dengan membantu mendampingi para pelaku UMKM di Kabupaten Bengkayang, Institut Shanti Bhuana sudah memiliki peran yang sangat aktif dalam membantu meningkatkan perekonomian masyarakat.

Penerapan penggunaan teknologi pada pelaku UMKM merupakan tujuan utama dari akademisi Institut Shanti Bhuana yang di mana mengingat perkembangan teknologi yang semakin pesat (Raharja & Natari, 2021). Teknologi dapat menjadi sarana promosi yang sangat membantu bagi para pelaku UMKM dalam mempromosikan barang-barang pada media sosial, misalnya mempromosikan barang-barang melalui *Google Maps*. Untuk menghadapi pandemi global dan situasi new normal saat ini, para pelaku bisnis harus mencari cara untuk tetap terhubung dengan para pelanggan, tetap optimis di tengah masa sulit (Hertina et al., 2021). *Google Maps* dapat menjadi sarana promosi bagi para pelaku UMKM di mana melalui *Google maps* para konsumen dapat mengetahui lokasi dari suatu usaha dengan hanya mengetik nama usaha tersebut maka konsumen dapat menemukan letak dan melihat gambar apa saja yang dijual oleh usaha tersebut atau UMKM tersebut disertai dengan gambar pula maka para konsumen akan tertarik untuk mengunjungi UMKM tersebut.

Penerapan modul Keselamatan & Kenyamanan Kerja (K3) & Hygiene juga merupakan modul Akademisi ISB gunakan dalam masa pendampingan mengingat masa new normal setelah pandemi *Covid-19* (Alfrian & Pitaloka, 2020). Kesehatan dan keselamatan kerja wajib dilaksanakan di setiap tempat kerja yang mana telah dijabarkan pada UU Keselamatan Kerja Nomor 1 Tahun 1970, UU Kesehatan Kerja Nomor 23 Tahun 1992 dan UU Nomor 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan. Semua kegiatan yang pihak akademisi lakukan selama pendampingan baik 5S dan Tata Letak, kerja sama dan Berbagi Informasi, Promosi, dan Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3) & *Hygiene* semua terlaksana dengan baik dan saran berupa sosialisasi dan praktik yang ditawarkan dapat diterima dan diteruskan oleh pemilik UMKM.

SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa pendampingan UMKM kepada pelaku UMKM di kabupaten Bengkayang sangat memberikan manfaat yang begitu signifikan bagi para pelaku UMKM di kabupaten Bengkayang di mana dengan adanya pendampingan tersebut dapat membantu para pelaku UMKM dalam menghadapi permasalahan-permasalahan yang terjadi terutama dalam menghadapi persaingan di era globalisasi yang berkembang dengan begitu pesat. Berdasarkan hasil pengabdian yang dilakukan memberikan manfaat yang positif bagi pelaku MKM ataupun usahanya di mana dengan adanya bantuan dari pihak akademisi maka barang-barang di UMKM ditata secara rapi sehingga menambahkan nilai plus yang dapat dilihat oleh konsumen. Selain itu, pengabdian yang dilakukan juga membantu untuk mempromosikan usaha dari pelaku UMKM di media sosial yang menandakan bahwa UMKM Warkop Icha sudah mengikuti perkembangan zaman dengan memanfaatkan teknologi untuk melakukan promosi.

DAFTAR PUSTAKA

Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). Strategi usaha mikro, kecil, dan menengah (umkm) bertahan pada kondisi pandemik covid 19 di indonesia. *Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOVE)*, 6(2), 139–146.

- Ariawan, J. (2022). Peranan manajemen sdm sebagai kebangkitan umkm ditengah pandemi pada komunitas umkm pasar lama kota tanggerang. *Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(8.5.2017), 2003–2005.
- Dewi, S. R., Andari, A., & Masitoh, M. R. (2019). Peran pelatihan dan workshop bagi peningkatan motivasi, inovasi dan kreativitas pada umkm kerajinan tangan dari manik-manik. *Kaibon Abhinaya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 59-65.
- Diansyah, R., Syahril, S., Aryanto, A., Arribe, E., & Winarso, D. (2017). Penguatan umkm melalui pelatihan blog. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 1(2), 1–7. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v1i2.223>.
- Hertina, D., Hendiarto, S., & Wijaya, J. H. (2021). Dampak Covid-19 bagi umkm di Indonesia pada era new normal. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(2), 110-116.
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan usaha umkm di masa pandemi melalui optimalisasi penggunaan dan pengelolaan media digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>.
- Rahmadani, S. (2021). Analisis Strategi Pengembangan UMKM dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Padang Brahrang Kec.Selesai Kab.Langkat (Studi Kasus Pada Home Industri Krupuk & Keripik). *Maslahah: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 115–129. <https://doi.org/10.56114/maslahah.v2i3.160>.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>.