

Peningkatan Kapasitas dan Kebertahanan untuk para Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Kelompok Program Binaan FIFGROUP

¹Regina Deti Mulyo Harsono, ²Triyana Iskandarsyah, ³Ignasia Tiffani, ⁴Meidila Anggita, ⁵Nina Septina,
⁶Agustinus Widyartono*, ⁷Farhan Pramudito

*Corresponding Author

¹²³⁴⁵⁶⁷Universitas Katolik Parahyangan, Bandung, Indonesia

email: ¹detty@unpar.ac.id, ²triyana@unpar.ac.id, ³ignasia20210255@unpar.ac.id, ⁴meidila.anggita@unpar.ac.id,
⁵septina@unpar.ac.id, ⁶9012301001@student.unpar.ac.id, ⁷8032301041@student.unpar.ac.id

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) have consistently demonstrated their resilience and ability to navigate economic downturns, as evidenced by their pivotal role during the COVID-19 pandemic and the 1998 economic crisis. However, the SMERU Research Institute's 2023 report highlights several obstacles hindering MSMEs' capacity development. These include a reluctance to step out of their comfort zones and challenges in accessing appropriate capital sources. Moreover, limited business management knowledge and understanding of regulatory requirements, such as tax compliance and product certification, pose significant barriers to MSME growth and competitiveness. To address these challenges, the Sustaining Competitive and Responsible Enterprise (SCORE) program, in collaboration with SCORE FLS and FIFGROUP, has implemented comprehensive training and mentoring initiatives. These programs aim to enhance the capacity building of MSMEs by focusing on both technical skills and strategic development. For MSMEs receiving revolving funds, financial literacy training is integrated to complement the overall capacity-building efforts. By equipping MSMEs with the necessary skills and resources, these initiatives seek to empower them to compete effectively in the global market and adapt to evolving economic conditions. This strategic approach is expected to contribute significantly to the overall resilience and growth of the MSME sector, fostering a more inclusive and dynamic economy.

Keywords: Capacity building, competitive, life skills, sustainability.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah membuktikan diri sebagai pilar utama perekonomian Indonesia. Ketahanan UMKM terlihat jelas saat menghadapi krisis moneter 1998 dan pandemi COVID-19. Namun, di balik ketangguhannya, UMKM juga menghadapi sejumlah tantangan yang menghambat pertumbuhan dan pengembangannya. Salah satu kendala utama adalah minimnya motivasi pelaku UMKM untuk berinovasi dan meningkatkan kapasitas usahanya. Kecenderungan untuk mempertahankan kondisi yang sudah ada dan terbatasnya akses terhadap sumber pendanaan menjadi hambatan signifikan. Selain itu, kurangnya pengetahuan manajemen bisnis, ketidakpahaman terhadap regulasi, serta kesulitan memenuhi standar kualitas produk untuk memasuki pasar ekspor juga menjadi tantangan tersendiri. Untuk mengatasi tantangan tersebut, program Sustaining Competitive and Responsible Enterprise (SCORE) hadir sebagai solusi yang komprehensif. Dilaksanakan oleh SCORE FLS dan FIFGROUP, program ini menawarkan pelatihan dan pendampingan yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM dalam berbagai aspek. Fokus utama program SCORE adalah pada pengembangan strategi bisnis yang efektif, penguatan tata kelola perusahaan, serta peningkatan keterampilan teknis para pelaku UMKM. Dengan pendekatan yang holistik, SCORE berupaya memberikan bekal yang lengkap bagi UMKM, mulai dari pengetahuan bisnis hingga keterampilan manajerial. Pelatihan yang diberikan tidak hanya mencakup aspek teknis, tetapi juga pengembangan *soft skills* seperti kepemimpinan, komunikasi, dan kemampuan beradaptasi yang sangat penting dalam

dunia bisnis yang dinamis. Program SCORE diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan bagi pertumbuhan dan pengembangan UMKM di Indonesia. Dengan meningkatkan kapasitas UMKM, diharapkan sektor ini dapat berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional, menciptakan lapangan kerja baru, dan mengurangi ketimpangan.

Kata kunci: *capacity building*, kompetitif, keterampilan hidup, keberlanjutan.

1. Pendahuluan

Di tengah dinamika perekonomian global yang terus berubah, sektor usaha kecil dan menengah memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang menumbuhkan kewirausahaan, berfungsi sebagai kekuatan ekonomi yang signifikan bagi suatu bangsa (Avianti & Pitaloka, 2024). Melihat pertumbuhan ekonomi di negara Indonesia pada kuartal kedua tahun 2023 terus melampaui apa yang diharapkan oleh pasar dengan tingkat pertumbuhan sebesar 5.17% per tahun. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) terus memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional, seperti yang ditunjukkan oleh fakta bahwa pertumbuhan ekonomi negara ini sebagian besar didorong oleh UMKM. Lebih dari 64 juta usaha kecil dan menengah (UMKM) berkontribusi sebesar lebih dari Rp 8.500 triliun terhadap PDB, menurut data yang dikumpulkan pada tahun 2022 oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Anastasya, 2023). Selain itu, 97% tenaga kerja dan 60,4% investasi saat ini berasal dari UMKM. Situasi ini menunjukkan peran usaha mikro dalam ekonomi Indonesia. Akibatnya, agar usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia dapat terus meningkatkan perekonomian negara, penting bagi berbagai pihak untuk membantu meningkatkan kualitas mereka. Namun, pengusaha UMKM menghadapi beberapa kesulitan dalam meningkatkan status mereka. Ini termasuk kurangnya motivasi, kesulitan mendapatkan modal, dan kurangnya pengetahuan tentang peraturan (Anastasya, 2023).

Bisnis mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia masih menghadapi banyak tantangan untuk berkembang, meskipun mereka memberikan kontribusi yang signifikan. Pertama dan terpenting, mereka tidak memiliki banyak sumber permodalan, terutama dari lembaga keuangan formal. Akibatnya, mereka tidak dapat berkembang. Kedua, kurangnya pengetahuan tentang manajemen bisnis dan keuangan menyebabkan strategi usaha dan pengelolaan keuangan menjadi kurang efektif. Ketiga, masalah regulasi seperti kesulitan memenuhi persyaratan pajak dan sertifikasi produk menambah beban kerja. Selain itu, keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan efisiensi bisnis mengurangi daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif (SMERU, 2023). Tujuan dari Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah untuk meningkatkan peran yang dimainkan oleh UMKM dalam perekonomian nasional. Aturan ini memberikan landasan hukum bagi pemerintah untuk mendorong pertumbuhan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) melalui berbagai program dan kebijakan yang berfokus pada peningkatan kapasitas, akses permodalan, dan peningkatan daya saing. Hal penting dari peraturan ini adalah menyediakan fasilitas pembiayaan bagi UMKM melalui berbagai skema, seperti kredit bersubsidi dan pendanaan dari lembaga keuangan mikro. Peraturan ini juga menekankan betapa pentingnya bagi pelaku UMKM untuk mendapatkan pelatihan dan bimbingan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam manajemen, inovasi dan akses pasar.

Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 2013 juga melindungi usaha dengan membuat proses perizinan dan sertifikasi produk lebih mudah bagi usaha kecil dan menengah (UMKM). Selain itu, untuk memperluas akses pasar, pemerintah harus bekerja sama dengan perusahaan besar dan sektor publik. Diharapkan UMKM akan memiliki kemampuan yang lebih besar untuk mengatasi tantangan ekonomi, meningkatkan kontribusinya terhadap PDB dan menciptakan lebih banyak lapangan kerja dengan peraturan ini.

Kapasitas pembangunan, menurut (Grindle, 1997) adalah serangkaian metode yang dirancang untuk meningkatkan kinerja pemerintah secara efektif, efisien, dan responsif. Ini dilakukan untuk meningkatkan kinerja pemerintah; ini berlaku pula untuk kinerja usaha kecil dan menengah (UMKM).

Pembangunan usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia sangat penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Berdasarkan (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun, 2008) pembangunan ekosistem UMKM yang berkelanjutan membutuhkan komitmen dari seluruh pemangku kepentingan. Pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat harus bersinergi dalam menciptakan lingkungan bisnis yang inklusif dan mendukung pertumbuhan UMKM. Di balik setiap produk UMKM yang kita nikmati, tersimpan kisah perjuangan yang tak mudah. Para perajin batik, pengrajin anyaman, dan petani organik adalah contoh nyata dari semangat kewirausahaan Indonesia. Namun, mereka seringkali terkendala oleh terbatasnya akses terhadap pasar, teknologi, dan sumber daya keuangan. (OJK, 2018).

Bisnis kecil dan menengah memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia karena mereka menyediakan lapangan kerja dan menyumbang bagian besar PDB. Sebaliknya, UMKM berkontribusi besar, tetapi banyak dari mereka menghadapi masalah besar dalam mendapatkan dana, yang berdampak langsung pada kehidupan dan pertumbuhan bisnis mereka. Karena mereka tidak memiliki akses ke sumber pendanaan, salah satu faktor utama yang menghalangi pertumbuhan UMKM adalah kesulitan untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Salah satu hambatan utama bagi UMKM dalam mendapatkan pendanaan adalah persyaratan ketat dari lembaga keuangan formal. Bank dan lembaga keuangan lainnya sering menetapkan persyaratan yang sulit bagi UMKM, seperti jaminan atau agunan, dokumen keuangan yang lengkap dan kredit yang baik. Banyak UMKM, terutama usaha mikro, kesulitan memenuhi persyaratan ini karena mereka tidak memiliki aset yang dapat dijadikan jaminan atau sistem keuangan yang terorganisir. Akibatnya, mereka harus mencari pinjaman dari sumber yang tidak resmi, seperti teman, keluarga atau lembaga keuangan informal yang sering menawarkan bunga yang tinggi dan tidak teratur. Sumber pendanaan yang terbatas sangat mempengaruhi kelangsungan hidup bisnis kecil dan menengah (UMKM). Pertama, UMKM tidak memiliki modal yang cukup untuk melakukan ekspansi bisnis mereka, seperti meningkatkan kapasitas produksi, membuka cabang baru atau memperluas jaringan pemasaran. Tanpa modal, mereka tidak dapat menghadapi persaingan yang semakin ketat atau memanfaatkan peluang pasar yang lebih besar. Kedua, karena keterbatasan modal, banyak UMKM di era digital saat ini tidak dapat mengadopsi teknologi baru atau berinvestasi dalam peningkatan kualitas produk mereka. Ini menghambat inovasi UMKM. Mereka terus bersaing dengan perusahaan yang lebih besar karena memiliki akses pendanaan yang lebih besar.

Rendahnya tingkat inklusi keuangan di kalangan UMKM merupakan kendala utama yang menghambat pertumbuhan ekonomi Indonesia. Berdasarkan data Bank Indonesia, banyak UMKM yang belum memiliki akses yang memadai terhadap layanan perbankan formal, terutama karena kurangnya agunan yang dapat diterima oleh lembaga keuangan. Kondisi ini menghambat kemampuan UMKM untuk memperoleh modal kerja yang diperlukan untuk mengembangkan usahanya. Selain itu, kendala besar bagi UMKM adalah kurangnya kemampuan teknis dan manajemen (Aripin, 2022). Banyak pemilik usaha kecil dan menengah (UMKM) tidak memiliki pendidikan yang sah dalam manajemen bisnis. Akibatnya, mereka tidak memahami pemasaran, manajemen SDM, dan strategi rencana. Pemberdayaan UMKM melalui program pelatihan yang terstruktur dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam mengadopsi teknologi baru dan inovasi, sehingga mampu bersaing di pasar global. (Ma'ruf et al., 2021).

Revolusi digital telah mengubah lanskap bisnis secara drastis. UMKM yang dulunya hanya bergantung pada pasar lokal, kini memiliki kesempatan untuk menjangkau konsumen di seluruh penjuru dunia. Namun, untuk memanfaatkan peluang ini, UMKM harus dengan sigap beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Kemampuan memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) bukan lagi sekadar pilihan, melainkan keharusan bagi UMKM yang ingin bertahan dan berkembang.

Sayangnya, masih banyak UMKM di Indonesia yang belum sepenuhnya memanfaatkan potensi TIK. Padahal, dengan mengadopsi teknologi digital, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jaringan pasar, dan bahkan menciptakan model bisnis baru. Platform e-commerce, misalnya, telah membuka pintu bagi UMKM untuk menjual produk mereka secara online dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu, pemasaran digital juga memungkinkan UMKM untuk mempromosikan produk atau jasa mereka dengan lebih efektif dan efisien.

Untuk membantu UMKM bertransformasi digital, diperlukan program peningkatan kapasitas yang komprehensif. Program ini harus fokus pada peningkatan literasi digital para pelaku UMKM,

mulai dari pemahaman dasar tentang teknologi informasi hingga keterampilan dalam memanfaatkan berbagai platform digital untuk bisnis. Selain itu, program ini juga perlu memberikan dukungan teknis dan pendampingan agar UMKM dapat menerapkan teknologi secara efektif. Dengan demikian, melalui program peningkatan kapasitas yang tepat, UMKM dapat memperoleh keterampilan yang dibutuhkan untuk bersaing di era digital. Mereka dapat memanfaatkan berbagai peluang yang ditawarkan oleh teknologi untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing. Pada akhirnya, transformasi digital UMKM akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional dan menciptakan lapangan kerja baru. (Bismala, 2017; Erlanitasari et al., 2020; Hadi et al., 2022; Sarjana et al., 2021).

Dalam rangka mendukung transisi menuju ekonomi hijau, UMKM perlu dilengkapi dengan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola limbah secara berkelanjutan, meningkatkan efisiensi energi, dan menerapkan prinsip-prinsip produksi bersih. Sebagaimana dinyatakan oleh Franco dan Rodrigues (2019).

Selain itu, ada banyak inisiatif yang dibuat oleh pemerintah dan lembaga internasional yang mendukung pentingnya meningkatkan kapasitas bagi usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. Program Kredit Usaha Rakyat (KUR) adalah salah satu dari banyak program pemerintah Indonesia yang bertujuan untuk mendorong pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UMKM). Beberapa organisasi internasional pun seperti World Bank dan Asian Development Bank (ADB) telah menawarkan dukungan keuangan serta teknis kepada usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia untuk berkembang. Peningkatan kemampuan usaha kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia akan membawa keuntungan besar dalam jangka panjang. Penguatan UMKM tidak hanya sekadar meningkatkan jumlah pelaku usaha, namun juga menjadi motor penggerak perekonomian nasional. UMKM yang inovatif dan berdaya saing akan mampu menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan ekspor, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Program *Sustaining Competitive and Responsible Enterprise* (SCORE) meningkatkan strategi bisnis dan manajemen serta kemampuan teknis perusahaan. Program ini juga membantu meningkatkan kapasitas. FIFGROUP berkomitmen pada tahun 2023 untuk memberikan dana bergulir kepada 734 UMKM senilai sekitar 3 miliar rupiah. Dana saja tidak cukup jika tidak ada pendampingan dan pelatihan yang cukup. Untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan, perlu adanya upaya bersama dalam mendukung pengembangan UMKM. Program seperti SCORE yang menggabungkan pelatihan keterampilan hidup dengan literasi keuangan merupakan contoh nyata dari upaya tersebut. (Anni, 2004; KPPN, 2022).

Peningkatan kapasitas UMKM ibarat memberikan kunci kepada para pengusaha untuk membuka pintu menuju kesuksesan. Dengan bekal pengetahuan dan keterampilan yang memadai, UMKM tidak hanya mampu bertahan dalam persaingan bisnis yang semakin ketat, tetapi juga mampu menciptakan inovasi yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional.

2. Metode

Program ini merupakan kolaborasi antara USAID dan ILO yang bertujuan untuk memberdayakan UMKM melalui peningkatan literasi keuangan dan pengembangan keterampilan bisnis. Dengan demikian, UMKM tidak hanya mampu mengelola keuangan pribadi dengan lebih baik, tetapi juga dapat meningkatkan daya saing dan produktivitas usahanya. Tujuan program ini adalah sebagai berikut:

- a. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UMKM dalam pengelolaan keuangan serta cara mereka berperilaku agar mereka dapat membuat keputusan keuangan yang lebih cerdas untuk meningkatkan kualitas kehidupan mereka.
- b. Mengembangkan pengetahuan, keterampilan dan perilaku pelaku UMKM binaan untuk menjadi lebih jeli dalam mengelola dan membuat keputusan strategi bisnis.
- c. Memperluas jejaring untuk meningkatkan kehidupan para pelaku bisnis mikro, kecil dan menengah (UMKM).

Program kerja sama ini terdiri dari berbagai langkah, seperti:

- a. Menggabungkan program pendampingan dan pelatihan untuk menarik peserta. Tujuan komunitas ini adalah agar peserta memahami program secara keseluruhan dengan lebih baik dan ingin terus mengikuti perkembangan program. Komunitas ini tidak dipublikasikan.

- b. Tahap pertama dari kunjungan para-Coach adalah penilaian dasar. Tujuan dari penilaian ini adalah guna memahami keadaan awal perusahaan dan kondisi keuangan para peserta.
- c. Untuk peserta, dilakukan penyampaian materi melalui workshop dengan dua puluh modul. Lokakarya berlangsung di luar ruangan dan berlangsung selama lima atau lima hari. Formulir evaluasi peserta serta bentuk pre dan posttest melengkapi kegiatan ini dengan sistem evaluasi dan pengawasan.
- d. Setiap seminar diikuti dengan kegiatan pendampingan atau coaching untuk memastikan bahwa pengetahuan yang diberikan dapat diterapkan dengan benar dalam kehidupan sehari-hari pengelolaan keuangan dan bisnis. Tahap pelatihan ini dilakukan secara langsung dan secara online. Kegiatan *mentoring* ini dilengkapi dengan evaluasi dan pengawasan pelaporan.
- e. Bagian kegiatan di mana peserta menyampaikan hasil pelatihan dan pendampingan yang telah mereka ikuti.
- f. Kegiatan akhir dari program ini adalah pameran bisnis, di mana para peserta akan menjual dan mempromosikan barang mereka di kampus Universitas Katolik Parahyangan.



Gambar 1. Rangkaian Aktifitas PKM

3. Hasil dan Pembahasan

Program SCORE FLS adalah sebuah perjalanan transformasi bagi para peserta. Melalui program ini, peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan tentang manajemen bisnis tetapi juga mengalami perubahan dalam pola pikir dan perilaku. Mereka belajar untuk bekerja sama secara efektif, meningkatkan produktivitas dan mengambil keputusan yang bertanggung jawab. Dengan bekal ini,

mereka siap untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin kompleks dan menjadi pengusaha yang sukses.



Gambar 2. Simulasi pengelolaan keuangan pribadi dan teknik komunikasi

Memahami daya dan kemampuan yang dimiliki setiap peserta. Pelaku usaha diajak untuk menyadari bahwa meningkatkan kepercayaan diri dapat dicapai dengan mengetahui apa keunggulan yang kita miliki. Semua peserta diminta untuk melakukan analisis SWOT mereka sendiri untuk mengetahui potensi mereka. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan metode permainan angka guna membantu para pelaku usaha untuk memahami faktor-faktor yang langsung atau tidak langsung mempengaruhi mereka dalam pengembangan potensi diri.



Gambar 3. Pelaku Usaha melakukan analisis SWOT pribadi

Ketika membuat keputusan, diperlukan kemampuan untuk berpikir kritis. Peserta dibuka pemahamannya mengenai konsep biaya peluang serta betapa pentingnya memiliki pilihan dan kriteria untuk memilih peluang terbaik. Metode PACED digunakan untuk memformulasi keputusan yang akan digunakan. Metode PACED merupakan sebuah pendekatan yang komprehensif untuk membantu proses pengambilan keputusan. Metode ini banyak digunakan terutama yang berkaitan dengan bisnis. *Problem, Alternatives, Criteria, Evaluate* dan *Decision* (PACED) merujuk pada tahapan yang harus dilalui untuk membuat keputusan yang terstruktur dan logis. Metode ini dimaksudkan untuk membantu pengambil keputusan menjadi lebih objektif dan tidak terburu-buru saat memilih opsi yang paling sesuai dengan tujuan perusahaan mereka.

Mengidentifikasi masalah yang dihadapi adalah langkah pertama dari pendekatan PACED. Ini berarti memahami situasi atau masalah yang memerlukan keputusan dalam konteks bisnis. Karena keputusan harus berfokus pada penyelesaian masalah utama, identifikasi masalah yang tepat sangat

penting. Misalnya, masalah dapat berasal dari penurunan penjualan, efisiensi operasional atau kebutuhan untuk produk yang lebih inovatif. Setelah masalah ditemukan, langkah berikutnya adalah membuat sejumlah solusi alternatif. Di sini, pengambil keputusan harus menghasilkan beberapa pilihan untuk menyelesaikan masalah tersebut. Semakin banyak opsi yang dipertimbangkan, semakin besar kemungkinan bahwa pilihan terbaik akan ditemukan. Misalnya, jika masalahnya adalah penurunan penjualan, alternatifnya bisa berupa pemasaran yang lebih baik, perbaikan produk atau penurunan harga.

Menentukan standar yang akan digunakan untuk menilai pilihan-pilihan. Faktor-faktor yang dapat dipertimbangkan termasuk waktu, biaya, efek jangka panjang, risiko atau nilai strategis. Menentukan standar yang sesuai dengan tujuan perusahaan adalah penting dalam konteks bisnis. Pada tahap evaluasi, setiap alternatif dibandingkan dengan standar yang ditetapkan. Setiap pilihan dianalisis untuk mengetahui seberapa baik mereka memenuhi kriteria tersebut. Evaluasi menyeluruh membantu orang membuat keputusan karena membantu mereka melihat kelebihan dan kekurangan setiap opsi. Keputusan merupakan hasil evaluasi guna membentuk keputusan di langkah terakhir. Solusi yang paling efektif atau memenuhi semua persyaratan dipilih. Pendekatan PACED meningkatkan peluang keberhasilan dan mengurangi risiko dengan membuat keputusan bisnis yang lebih logis berdasarkan analisis yang menyeluruh.

Metode PACED menempatkan fokus pada hasil yang diinginkan, mengurangi faktor subjektivitas dan membantu para pelaku bisnis membuat keputusan yang lebih terstruktur. Peserta dikelompokkan berdasarkan peran yang akan mereka mainkan yaitu sebagai pendengar dan pengamat. Maksud dilakukannya aktivitas ini adalah untuk memperoleh pengalaman/pemahaman tentang alur komunikasi melalui proses diskusi. Para coach mengajak peserta untuk membahas jenis komunikasi mana yang positif dan negatif. Permainan *elevator pitch* adalah latihan komunikasi yang bagus. *Elevator pitch* adalah teknik komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan secara singkat, jelas dan persuasif dalam waktu yang terbatas, biasanya hanya tiga puluh hingga dua menit. Istilah ini berasal dari gambaran yang menyampaikan konsep kepada seseorang, seperti investor atau manajer, saat naik elevator (*lift*) bersama. Untuk menangkap perhatian audiens secara cepat, *elevator pitch* digunakan untuk menyampaikan esensi dari proyek atau ide dengan cara yang menarik. Banyak hal dilakukan dengan teknik ini, seperti presentasi bisnis, *pitching* ide *startup* dan memasarkan produk. Kemampuan untuk menggabungkan ide menjadi beberapa kalimat yang kuat dan meyakinkan adalah kunci dari komunikasi yang efektif melalui *elevator pitch*. Hal ini membantu penyaji menyampaikan tujuan, keuntungan dan relevansi ide secara langsung tanpa memasukkan detail yang berlebihan.

Untuk menarik perhatian audiens, bahasa tubuh, intonasi suara dan cara penyampaian diperhatikan saat presentasi elevator. Teknik ini memungkinkan komunikasi yang efektif dalam waktu singkat, memastikan bahwa konsep yang disampaikan terdengar jelas dan profesional, memungkinkan percakapan lebih lanjut muncul. Untuk mencari pendanaan atau membangun jaringan profesional, *elevator pitch* sering digunakan.



Gambar 4. Pelatihan Komunikasi yang Efektif

Dalam usaha mikro, kolaborasi menjadi kunci sukses. Dengan melibatkan seluruh tim, mulai dari manajemen hingga karyawan, permasalahan dapat diselesaikan secara efektif. Komunikasi yang terbuka dan efektif adalah fondasi dari kerja sama yang solid. Dengan saling berbagi informasi, ide, dan masukan, setiap individu dapat merasa dihargai dan terlibat dalam proses pengambilan keputusan. Penerapan 5S membawa angin segar dalam lingkungan kerja. Melalui langkah-langkah *Seiri* (merapikan), *Seiton* (merata), *Seiso* (membersihkan), *Seiketsu* (merawat) dan *Shitsuke* (memelihara), kita dapat menciptakan tempat kerja yang lebih teratur, bersih dan efisien. Hasilnya, produktivitas meningkat dan kualitas kerja menjadi lebih baik.

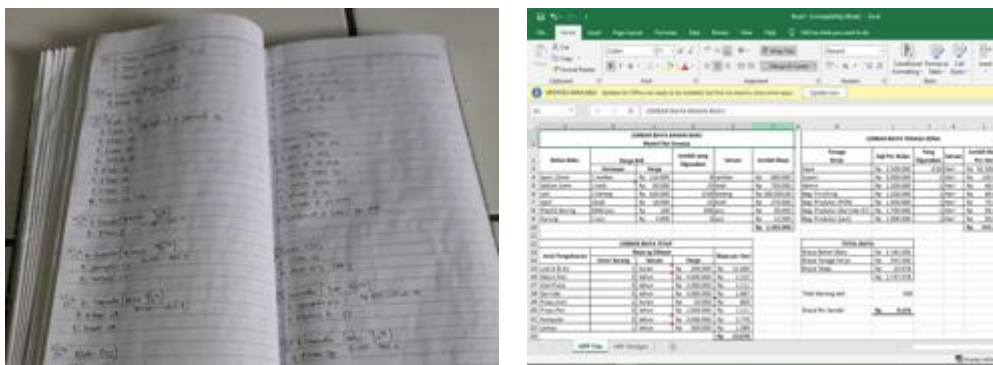
Tata letak yang baik dapat meningkatkan produktivitas secara signifikan. Melalui *walk-through* atau *waste walk*, kita bisa dengan mudah mengidentifikasi berbagai jenis pemborosan yang seringkali luput dari perhatian, seperti gerakan yang tidak perlu, penumpukan barang, atau potensi bahaya keselamatan. Penerapan metode 5S (*Seiri, Seiton, Seiso, Seiketsu, Shitsuke*) yang konsisten membantu UMKM dalam menciptakan kondisi lingkungan kerja yang lebih efisien, aman dan produktif. Dengan memilah, merapikan, membersihkan, merawat dan membudayakan kebiasaan baik, kita tidak hanya meningkatkan produktivitas, tetapi juga mengurangi terjadinya kecelakaan kerja dan penyakit yang diakibatkan dari lingkungan kerja yang tidak sehat.



Gambar 5. Pengaturan Tata Letak

Dengan menerapkan prinsip-prinsip Lean seperti 5S, standar kerja dan pemeliharaan produktif total, kita dapat secara efektif mengurangi pemborosan dan meningkatkan efisiensi. Alat-alat seperti kontrol visual dan ukuran-benar membantu kita mengidentifikasi dan menghilangkan pemborosan aktivitas yang tidak memberikan tambahan nilai. Hasilnya, kita tidak hanya menghemat biaya, tetapi juga meningkatkan kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Budaya kualitas yang kuat menekankan pada pengurangan limbah dan peningkatan efisiensi. Dengan fokus pada pencegahan, pemakaian ulang, dan penggunaan energi yang berkelanjutan, kita dapat menciptakan kondisi lingkungan kerja yang lebih higienis dan sehat. Selain itu, budaya kualitas juga mendorong inovasi dan perbaikan terus-menerus.

Pembukuan keuangan yang dilakukan secara konsisten memberikan gambaran yang jelas tentang kesehatan finansial suatu bisnis. Dengan data yang akurat, pengusaha dapat membuat keputusan bisnis yang lebih baik, mengelola arus kas secara efektif dan meningkatkan kepercayaan para pemangku kepentingan. Selain itu, pembukuan juga berfungsi sebagai alat untuk mencegah terjadinya penyalahgunaan dana atau kerugian aset.



Sebelum

Setelah

Gambar 6. Pembukuan dan HPP

Faktor investasi adalah penting dalam pertumbuhan sebuah bisnis. Peserta akan diajak untuk memahami konsep-konsep dasar investasi, seperti penganggaran modal dan evaluasi proyek. Peserta mampu melakukan analisa untuk keputusan investasi yang lebih bijaksana guna menghindari risiko kerugian akibat skema investasi yang tidak jelas. Dengan mengikuti pelatihan ini, peserta akan mampu menetapkan harga jual produk yang kompetitif namun tetap menguntungkan. Selain itu, peserta juga akan memperoleh pemahaman yang mendalam tentang berbagai instrumen investasi dan cara mengelola risiko. Dengan demikian, peserta dapat membuat keputusan bisnis yang lebih cerdas dan meningkatkan peluang keberhasilan usahanya.

Faktor penting dalam proses pengembangan produk adalah dimilikinya pengetahuan tentang pelabelan produk yang aman dan higienis, karena produk yang dikemas secara baik membuat produk akan semakin diminati masyarakat untuk dibeli.



Gambar 7. Inovasi di dalam pengemasan produk

Di dalam menetapkan apa yang menjadi target serta jenis media apa yang harus digunakan, pelaku UMKM harus melakukan analisis pasar selain menampilkan produk dan kemasan berkualitas tinggi. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) menganggap pengembangan dan inovasi produk sangat penting. Semua hasil dari kemajuan teknologi dapat digunakan untuk peningkatan efisiensi operasional, optimalisasi pemasaran serta kemampuan adaptasi dengan tren baru. Sebagai upaya untuk pertumbuhan dan keberhasilan jangka panjang, peserta diajak untuk menerapkan inovasi teknologi terbaru. Sangat bermanfaat untuk memperluas pasar dengan mengembangkan produk sendiri.



Gambar 8. Pelatihan penentuan segmen pasar / target market

Di era digital yang semakin pesat, peluang bisnis bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terbuka semakin luas. Salah satu cara efektif untuk memasarkan produk secara online adalah dengan memanfaatkan kekuatan visual melalui foto produk yang menarik. Dalam pelatihan ini, peserta akan diajak untuk menggali potensi media digital dalam mendorong penjualan produk. Para pelaku UMKM akan diberikan pemahaman mendalam tentang pentingnya visualisasi produk dalam menarik minat konsumen di dunia maya. Peserta akan diajarkan teknik-teknik fotografi produk yang sederhana namun efektif, mulai dari pemilihan sudut pengambilan gambar, pencahayaan yang tepat, hingga penggunaan perangkat editing foto. Dengan demikian, peserta dapat menghasilkan foto produk yang berkualitas tinggi, unik, dan mampu bersaing dengan produk sejenis di pasaran.

Selain itu, pelatihan ini juga akan membahas strategi pemasaran visual yang efektif di berbagai platform media sosial. Peserta akan belajar cara menyusun komposisi foto yang menarik, memilih *hashtag* yang relevan, serta berinteraksi dengan calon pelanggan secara efektif. Dengan demikian, produk-produk yang dihasilkan UMKM dapat diterima dengan lebih luas serta meningkatkan peluang penjualan.



Gambar 9. Fotografi untuk bisnis

Peserta secara proaktif memanfaatkan platform media sosial untuk mempromosikan produk mereka. Hal ini memungkinkan UMKM dapat membina komunikasi dan hubungan yang lebih dekat dengan para konsumennya secara *real-time*. Efisiensi biaya yang ditawarkan oleh media sosial menjadikannya alat pemasaran yang sangat menarik untuk para pelaku usaha yang skala kecil dan menengah.

Banyak UMKM memiliki potensi yang besar namun mengalami kesulitan untuk berkembang karena terbatasnya akses terhadap modal. Pelatihan ini hadir sebagai solusi atas permasalahan tersebut. Peserta akan diajarkan berbagai strategi untuk mendapatkan pendanaan, mulai dari mencari investor hingga mengajukan pinjaman ke lembaga keuangan. Dengan demikian, peserta dapat mengatasi kendala finansial yang seringkali menjadi penghambat pertumbuhan usaha.



Gambar 10. Acara *Kickoff Session* SCORE FLS



Gambar 11. Para pemateri dan peserta

4. Simpulan

Pendampingan serta lokakarya disusun secara khusus bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing usaha. Program-program pengembangan ini dirancang untuk membekali para pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan yang relevan, sehingga mereka mampu mengoptimalkan potensi bisnisnya.

Melalui serangkaian modul pelatihan, peserta menggali potensi diri, memahami dinamika pasar, dan mengelola keuangan secara efektif. Selain itu, pelatihan juga mencakup pengembangan keterampilan komunikasi yang efektif, yang sangat penting dalam menjalin hubungan bisnis yang kuat. Peserta dibekali dengan strategi promosi yang tepat guna membangun citra merek yang positif dan meningkatkan pangsa pasar. Salah satu aspek penting yang ditekankan dalam pelatihan ini adalah pengembangan usaha dengan sumber pendapatan modal. Peserta akan diajarkan berbagai alternatif pendanaan, mulai dari pinjaman perbankan hingga pendanaan berbasis komunitas. Dengan demikian, UMKM dapat memperoleh akses terhadap sumber daya keuangan yang diperlukan untuk memperluas bisnisnya.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi dalam suksesnya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Kolaborasi yang erat antara Pusat Studi Ilmu Manajemen Universitas Katolik Parahyangan, Perkumpulan Pengusaha Karsa Mandiri dan FINATRA, sebuah anak perusahaan dari Federal International Finance yang telah memberikan dampak yang sangat positif bagi masyarakat.

6. Referensi

- Anastasya, A. (2023). *Data UMKM, Jumlah dan Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia—UKMINDONESIA.ID*. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia>
- Anni, M. (2004). *Pegangan Dasar Pengembangan Kapasitas. Diterjemahkan secara bebas*. Pondok Pustaka Jogja.
- Aripin. (2022). Developing Sustainable Business Practices in SMEs: A Community Outreach Initiative for Environmental and Economic Resilience. *Jurnal Abdimas Peradaban: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3 No. 2.
- Avianti, W., & Pitaloka, E. (2024). Menanamkan Jiwa Kewirausahaan Pada Generasi Muda: Pelatihan Keterampilan Kewirausahaan Untuk Ketahanan Bisnis. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 9(1), 1–12. <https://doi.org/10.52250/p3m.v9i1.772>
- Bismala, L. (2017). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 5(1), 19–26. <https://doi.org/10.37715/jee.v5i1.383>
- Erlanitasari, Y., Rahmanto, A., & Wijaya, M. (2020). Digital economic literacy micro, small and medium enterprises (SMES) go online. *Informasi*, 49(2), 145–156. <https://doi.org/10.21831/informasi.v49i2.27827>
- Franco, M., & Rodrigues, M. (2019). Sustainable practices in SMEs: Reducing the ecological footprint. *Journal of Business Strategy*, 42(2), 137–142. <https://doi.org/10.1108/JBS-07-2019-0136>
- Grindle, M. S. (1997). *Getting Good Government: Capacity Building in the Public Sectors of Developing Countries*. Harvard Institute for International Development, Harvard University.
- Hadi, S., Satato, Y. R., & Ainan, M. (2022). Studi Strategi Pemasaran Selama Masa Pandemi Covid 19 Pada UMKM Olahan Tempe Semarang. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15(2), Article 2. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v15i2.882>
- KPPN, R. (2022). *Penyaluran KUR Telah Mencapai Rp1.21T*. Retrieved July 3, 2024, from <https://www.djpb.kemenkeu.go.id/kppn/watampone/id/profil/struktur-organisasi/9-uncategorised/3561-penyalaran-kur-telah-mencapai-rp1-21t.html>
- Ma'ruf, M., Ikhbaluddin, I., Suropto, S., & Abdurohim, A. (2021). PENGEMBANGAN KAPASITAS (CAPACITY BUILDING) USAHA KECIL DAN MENENGAH BIDANG PERTANIAN DI KECAMATAN RANCABUNGUR KABUPATEN BOGOR. *J-3P (Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintahan)*, 16–32. <https://doi.org/10.33701/j-3p.v6i1.1512>
- OJK. (2018). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah*. Retrieved June 15, 2024, from <https://ojk.go.id/waspada-investasi/id/regulasi/Pages/Undang-Undang-Nomor-20-Tahun-2008-tentang-Usaha,-Mikro,-Kecil,-dan-Menengah.aspx>
- Sarjana, S., Susandini, A., Azmi, Z., & Ratnasari, K. (2021). *MANAJEMEN UMKM (Konsep dan Strategi di Era Digital)*.
- SMERU. (2023). *Regional Development Forum*. <https://smeru.or.id/en/event/2023-regional-development-forum>
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun. (2008). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008. 1*.