

LAPORAN KEGIATAN

# LEARNING CENTER TEMATIK USAHA MIKRO KECIL DI KABUPATEN BOGOR



PUSAT PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA IPB  
ASOSIASI PROFESI PENDAMPING WIRAUSAHA INDONESIA

2023

# LAPORAN KEGIATAN

## ***LEARNING CENTER* TEMATIK USAHA MIKRO KECIL DI KABUPATEN BOGOR**

### **Tim Penyusun :**

1. Dr. Warcito, SP., MM
2. Dr. Wonny Ahmad Ridwan, SE., MM
3. Triyono, S.E.I, ME.Sy
4. Subhan Munafis, S.Hut., MM



**IPB University**  
— Bogor Indonesia —

**P2SDM-LPPM**  
Pusat Pengembangan Sumber Daya Manusia

**PUSAT PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA IPB  
UNIVERSITY  
ASOSIASI PROFESI PENDAMPING WIRAUSAHA INDONESIA  
2023**

## KATA PENGANTAR

Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) tidak sekedar membuka lapangan pekerjaan baru yang relevan dengan perkembangan era digital, tetapi juga dalam rangka mengoptimalkan potensi ekonomi digital di Indonesia untuk kemakmuran bangsa. Salah satu kegiatan yang dapat dilakukan dalam rangka tersebut adalah pendampingan bagi pelaku usaha mikro dan kecil yang berada di Kabupaten Bogor.

Program Learning Center Tematik Usaha Mikro dan Kecil digagas untuk memenuhi tujuan untuk akselerasi usaha mikro dan kecil naik kelas. Learning Center secara khusus bertujuan untuk memberikan layanan pendampingan kepada usaha mikro dan kecil, melakukan workshop peningkatan produksi, konsultasi keuangan dan workshop digital marketing.

Dalam kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan berpartisipasi sehingga terwujud program ini. Terima kasih secara khusus kepada PT Pegadaian, Asosiasi Profesi Pendamping Wirausaha Indonesia dan P2SDM IPB University yang telah bekerjasama secara aktif dan menghasilkan model pendampingan usaha mikro dan kecil yang dapat bermanfaat untuk Kabupaten Bogor ke depan.

Saran dan masukan yang bersifat membangun demi kemajuan usaha mikro dan kecil, dengan tangan terbuka disertai hati yang tulus ikhlas, tentu sangat diharapkan. Semoga program ini dapat di implementasikan serta bermanfaat bagi seluruh pelaku usaha mikro dan kecil serta masyarakat Kabupaten Bogor pada umumnya dan khususnya para pemangku kepentingan.

Bogor, Mei 2023  
Penyusun

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	2
BAB I PENDAHULUAN	3
A. LATAR BELAKANG	3
B. TUJUAN	7
C. RUANG LINGKUP	8
D. PROGRAM KEGIATAN	8
BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN	9
BAB III HASIL KEGIATAN	12
A. HASIL	12
B. AKTIFITAS COACHING PROGRAM LEARNING CENTER	18
C. AKTIFITAS TRAINING LEARNING CENTER TEMA LAPORAN KEUANGAN	24
D. AKTIFITAS TRAINING LEARNING CENTER TEMA MARKETING	29
E. AKTIFITAS TRAINING LEARNING CENTER TEMA PENINGKATAN KUALITAS PRODUK	31
F. AKTIFITAS WORKSHOP LEARNING CENTER TEMA LITERASI INVESTASI EMAS UNTUK UMK	32
G. REKOMENDASI	34
H. UCAPAN TERIMA KASIH	35

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

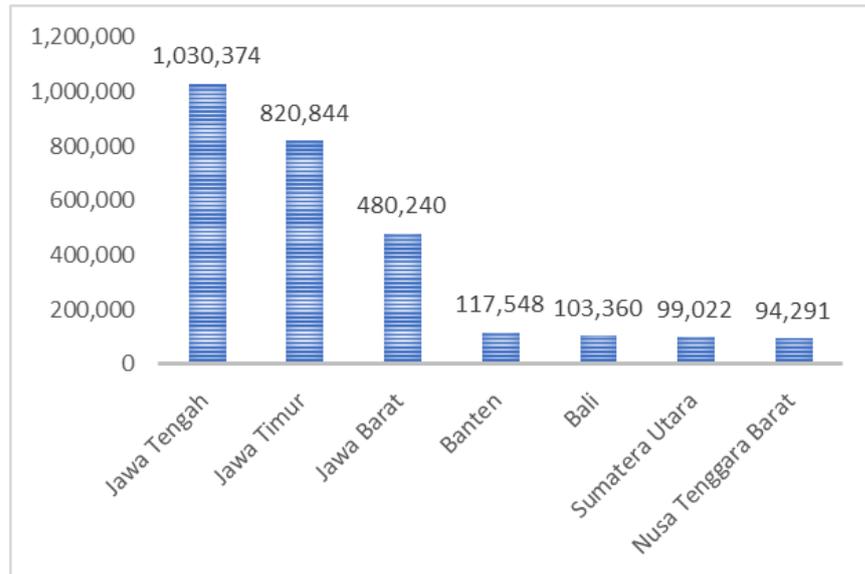
### **A. LATAR BELAKANG**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang strategis dan berkontributor pada PDB Indonesia. Data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) tahun 2018, pelaku UMKM berjumlah sebesar 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Jumlah tenaga kerja yang bekerja pada bidang UMKM sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari penyerapan tenaga kerja dunia usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB adalah sebesar 61,1%, dan sisanya sebesar 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha.

UMKM sangat berperan, diantaranya adalah sebagai penyangga ekonomi suatu daerah dalam menciptakan pertumbuhan dan lapangan pekerjaan. Namun, pentingnya sektor ini belum diimbangi oleh kontribusi terhadap nilai PDB dan nilai ekspor yang relatif masih rendah bila dibandingkan dengan populasi pelaku UMKM yaitu sebesar 99,9% (Bank Indonesia, 2016).

Pengembangan UMKM merupakan bagian penting dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal itu dikarenakan UMKM mampu bertahan terhadap guncangan dalam kondisi krisis. Selain itu, dengan adanya UMKM mampu mengurangi masalah kesenjangan antar golongan pendapatan dan antar pelaku usaha maupun dalam pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Kemampuan penyerapan tenaga kerja yang besar ini akan dapat mengurangi jumlah pengangguran di Indonesia. Lebih dari itu, dalam pengembangannya UMKM mampu memperluas basis ekonomi dan memberikan kontribusi dalam peningkatan perekonomian daerah dan ketahanan nasional.

Berdasarkan data dari BPS tahun 2015, jumlah UMKM di Indonesia terbesar yaitu di wilayah Jawa Tengah, Jawa Timur dan Jawa Barat. Ketiga provinsi tersebut memiliki pekerjaan rumah untuk dapat mendorong dan menggerakkan UMKM agar dapat naik kelas, maka program-program yang ada harus bersinergi dengan pemerintah pusat dalam hal ini adalah Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.



**Gambar 1.** Provinsi dengan Jumlah UMKM terbesar di Indonesia  
(BPS, 2015)

Pengembangan dan pemberdayaan UMKM sesuai dengan amanat Peraturan Pemerintah No. 17 Tahun 2013 dan merupakan pedoman pelaksanaan Undang-Undang No. 20 tahun 2008 menegaskan bahwa pemerintah baik pusat maupun daerah harus menyelenggarakan pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah yang meliputi (1) bidang pengembangan usaha (bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, serta desain dan teknologi), (2) kemitraan, (3) perijinan, dan (4) koordinasi dan pengendalian. Peran pemerintah dalam mengembangkan UMKM, antara lain terdapat pada Pasal 7 ayat (1), berisi “Pemerintah dan Pemerintah daerah menumbuhkan Iklim Usaha dengan menetapkan peraturan perundang-undangan dan kebijakan yang meliputi aspek: (a) Pendanaan, (b) Sarana dan prasarana, (c) Informasi usaha, (d) Kemitraan, (e) Perizinan usaha, (f) Kesempatan berusaha, (g) Promosi dagang, (h) Dukungan kelembagaan”. Pasal tersebut, disusul dengan ayat (2), yang memuat “Dunia Usaha dan masyarakat berperan secara aktif membantu menumbuhkan Iklim usaha sebagaimana dimaksud ayat (1).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 16 ayat (1) bahwa “Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha dalam bidang: produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, desain dan

teknologi. Pengembangan adalah upaya yang dilakukan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Dunia Usaha dan Masyarakat untuk memberdayakan usaha mikro, kecil dan menengah melalui pemberian fasilitasi, bimbingan, pendampingan dan bantuan perkuatan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kemampuan dan daya saing usaha mikro, kecil dan menengah.

Kabupaten Bogor adalah bagian dari Provinsi Jawa Barat yang merupakan provinsi dengan jumlah UMKM terbesar ke tiga di Indonesia juga memiliki program dalam rangka menaikkelaskan UMKM Kabupaten Bogor. Pelaksanaan pengembangan meliputi (a) pendataan, identifikasi potensi, dan masalah yang dihadapi; (b) penyusunan program pembinaan dan pengembangan sesuai potensi dan masalah yang dihadapi; (c) pelaksanaan program pembinaan dan pengembangan; dan (d) pemantauan dan pengendalian pelaksanaan program.

Merujuk kepada Peraturan Pemerintah (PP) No. 17 Tahun 2013 maka Kabupaten Bogor dalam pemberdayaan UMKM sangat *concern* untuk dapat mengoptimalkan pemberdayaan UMKM di wilayahnya. Dilihat dari perkembangan jumlah UMK Kabupaten Bogor yang tergolong terbesar di Provinsi Jawa Barat. Jumlah UMK di Kabupaten Bogor mencapai 368.740 unit atau sekitar 8,09% dari total jumlah UMK di Jawa Barat. Sedangkan jumlah tenaga kerja yang terserap sebanyak 704.197 orang atau 9,06% dari total tenaga kerja yang diserap UMK di Provinsi Jawa Barat (BPS Jawa Barat 2016). Jumlah ini berperan penting dalam upaya mengurangi jumlah pengangguran di Kabupaten Bogor.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Bogor tahun 2014-2018, dapat diketahui bahwa jumlah UMKM di Kabupaten Bogor setiap tahunnya selalu meningkat. Sebagai ilustrasi, pada tahun 2014 jumlah UMKM di Kabupaten Bogor sebesar 13.574 unit usaha, pada tahun 2015 mengalami peningkatan sebesar 463 unit usaha menjadi 14.037 unit usaha, pada tahun 2016 mengalami peningkatan sebesar 6.130 unit usaha menjadi 20.167 unit usaha, pada tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar 2.778 unit usaha menjadi 22.945 unit usaha, pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 1.001 unit usaha menjadi 23.946 unit usaha. Salah satu Kecamatan yang mengalami peningkatan jumlah UMKM di Kabupaten Bogor adalah Kecamatan Cibinong (Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Bogor, 2019).

Pengembangan UMKM berkaitan erat dengan visi misi Kabupaten Bogor. Kabupaten Bogor memiliki visi, yaitu Terwujudnya Kabupaten Bogor Termaju, Nyaman, Berkeadaban, maka perlu menggali dan mengembangkan potensi tersebut untuk meningkatkan nilai ekonomi kerakyatan di Kabupaten Bogor. Dalam kaitan dengan upaya untuk mewujudkan visi Kabupaten Bogor tersebut, maka perlu didukung oleh beberapa misi, sebagai berikut: (1) Mewujudkan masyarakat yang berkualitas; (2) Mewujudkan perekonomian daerah yang berdaya saing dan berkelanjutan; (3) Mewujudkan tata kelola pemerintahan daerah yang baik; (4) Mewujudkan pembangunan daerah yang merata, berkeadilan dan berkelanjutan; dan (5) Mewujudkan kesalehan sosial.

Dalam mewujudkan visi dan misi Kabupaten Bogor, didukung oleh program-program unggulan yang tertuang dalam PANCAKARSA, yaitu: Karsa Bogor Cerdas, Karsa Bogor Sehat, Karsa Bogor Maju, Karsa Bogor Membangun dan Karsa Bogor Berkeadaban, Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kabupaten Bogor menjalankan misi kedua, yaitu mewujudkan perekonomian daerah yang berdaya saing dan berkelanjutan dan mewujudkan tata kelola pemerintahan daerah yang baik yang tertuang dalam Karsa Bogor Maju.

Karsa Bogor Maju merupakan tekad dan keinginan Bupati Bogor untuk menjadikan Kabupaten Bogor maju dalam hal perekonomian daerah serta tata kelola pemerintahan yang baik dalam rangka optimalisasi layanan publik, penciptaan iklim investasi yang nyaman dalam rangka perluasan lapangan kerja, penanggulangan masalah pengangguran dan kemiskinan melalui pengembangan permodalan dan pemasaran bagi wirausaha baru dan UMKM. Adapun salah satu kegiatan strategis Karsa Bogor Maju melalui Gerakan Bela Beli Produk UKM/IKM.

Berkaitan dengan upaya pengembangan UMKM yang dilakukan pemerintah kabupaten Bogor terdapat beberapa kendala yang harus diselesaikan yaitu kendala yang dihadapi oleh UMKM sendiri dan kendala yang dihadapi oleh pemerintah kabupaten Bogor. Kendala yang umumnya dihadapi UMKM di Indonesia, yaitu modal insani, pemasaran dan permodalan (Siallagan, 2020). Hal tersebut juga dijelaskan oleh Dharma (2010) mengenai masalah yang sering dihadapi UKM yaitu pemasaran produk, teknologi, pengelolaan keuangan, kualitas SDM, dan pemodal.

Survei yang dilakukan Badan Pusat Statistik (BPS) mengungkapkan adanya beberapa kendala yang dihadapi UKM. Kendala berdasarkan prioritasnya yaitu kurangnya permodalan, kesulitan pemasaran, persaingan usaha yang ketat, kesulitan bahan baku, kurang teknis produksi dan keahlian, kurangnya keterampilan manajerial (SDM) dan kurangnya pengetahuan masalah manajemen keuangan dan akuntansi (Hadiyati 2014). Salah satu faktor yang berperan penting di dalam suatu usaha yaitu SDM. Pengembangan SDM khususnya di UKM terlihat masih sangat kurang.

SDM merupakan aset penting bagi perusahaan sehingga perlu mendapatkan perhatian khusus. SDM berfungsi sebagai penggerak suatu organisasi untuk mewujudkan eksistensi organisasi tersebut. SDM merupakan modal yang memiliki kedudukan penting dalam suatu organisasi, bukan sekedar sumber daya organisasi yang dibutuhkan dan dipekerjakan karena memiliki kompetensi intelektual. Kualitas SDM berkenaan dengan keahlian, kemampuan dan keterampilan kerja seseorang.

Menurut Ardiana et al (2010) menyatakan bahwa indikator kualitas SDM digunakan, adalah sebagai berikut :

1. Pengetahuan (*Knowledge*), yaitu pengetahuan manajemen bisnis, pengetahuan produk atau jasa, pengetahuan tentang konsumen, promosi dan strategi pemasaran.
2. Keterampilan (*skill*), yaitu keterampilan produksi, berkomunikasi, kerjasama dan organisasi, pengawasan, keuangan, administrasi dan akuntansi.
3. Kemampuan (*ability*), yaitu kemampuan mengelola bisnis, mengambil keputusan, memimpin, mengendalikan, berinovasi, situasi dan perubahan lingkungan bisnis.

Oleh karena itu, pilar SDM memiliki pondasi yang sangat penting dalam meningkatkan kinerja usaha UMKM di Indonesia, khususnya Kabupaten Bogor. Asosiasi Profesi Pendamping Wirausaha Indonesia merupakan organisasi yang memiliki fokus pada pengembangan dan pendampingan SDM Usaha Mikro dan kecil menginisiasi pembentukan *Learning Center* tematik Usaha Mikro dan Kecil di Kabupaten Bogor.

## **B. TUJUAN**

Secara umum tujuan *Learning Center* Usaha Mikro dan Kecil di Kabupaten Bogor bertujuan untuk akselerasi usaha mikro dan kecil naik kelas. *Learning Center*

secara khusus bertujuan untuk memberikan layanan pendampingan kepada usaha mikro dan kecil, melakukan workshop peningkatan produksi, konsultasi keuangan dan workshop digital marketing.

### **C. RUANG LINGKUP**

Kegiatan learning center dalam laporan ini kegiatan berlangsung selama 4 (empat) bulan (Desember 2022 s.d April 2023). Kegiatan dilakukan pada Learning Center adalah coaching bagi pemilik usaha, pelatihan terkait dengan pemasaran dan peningkatan mutu produk dan konsultasi program peningkatan usaha bagi pemilik usaha.

### **D. PROGRAM KEGIATAN**

1. Coaching Clinic adalah kegiatan yang dilakukan dalam menemukan kekuatan dan peluang bagi pelaku usaha untuk meningkatkan cara kerja, cara berpikir dan hasil kerja yang optimal. Kegiatan Coaching akan dilakukan setiap 1 bulan sekali
2. Pelatihan Peningkatan mutu produk. Kegiatan ini dilakukan untuk memberikan keterampilan teknis kepada pelaku usaha dalam peningkatan mutu produk dan kiat-kiat dalam inovasi produk. Kegiatan ini akan dilakukan setiap minggu ke 1 dan ke 3 setiap bulannya.
3. Pelatihan Pemasaran. Pelatihan yang akan dilakukan dengan pendekatan digital marketing dan kiat-kiat sukses dalam mempromosikan produk dan jasa. Kegiatan ini akan dilakukan setiap minggu ke 2 dan ke 4 setiap bulan
4. Konsultasi Peningkatan Usaha. Konsultasi merupakan bagian penting dalam usaha. Kegiatan ini akan dilakukan setiap minggu.

## BAB II PELAKSANAAN KEGIATAN

Pendampingan di *Learning Center* (LC) Usaha mikro dan Kecil ini menggunakan pendekatan yang relevan dengan kebutuhan UMKM peserta. Diawali dengan menggali informasi terhadap kapasitas dan pengetahuan UMKM penerima manfaat tentang Mindset entrepreneurship dan manajemen bisnis secara umum melalui serangkaian wawancara langsung dan metode coaching. Dari hasil *assessment* awal tersebut maka langkah selanjutnya metode yang tepat untuk dijalankan yaitu metode training, coaching dan mentoring. Pelatihan ini dibagi dalam dua kegiatan utama yaitu belajar secara teori dan praktik.

Pelatihan ini dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan pelatihan *Participatory Learning Method* (PLM), dimana peran peserta pelatihan sangat penting karena peserta dalam pelatihan ini merupakan subjek oleh kerennanya dalam pelatihan ini berlaku dua arah sehingga dalam pelatihan ini diharapkan akan terjadi tukar pengalaman, dan dalam prosesnya lebih menekankan pada learning dibandingkan teaching.

Dalam pelaksanaan pelatihan dengan menggunakan methodolgi PLM ini tentunya senantiasa akan berdasarkan pada prinsip pelatihan yang disebut dengan "*Ramp2 Fame*" yaitu bahwa setiap pelatihan dengan menggunakan metodologi ini harus senantiasa melaksanakan :

- *Recency*
- *Appropriateness*
- *Motivation*
- *Primacy*
- *2 - Way Communication*
- *Feedback*
- *Active Learning*
- *Multi sense learning*
- *Exercise*

Dalam penggunaan suatu metodologi tentunya akan mempengaruhi faktor psikologis dan fisiologis yang dapat mempengaruhi efektivitasnya belajar orang dewasa, maka suasana belajar yang diharapkan membawa hasil proses belajar perlu diciptakan :

- Kumpulan manusia aktif
- Saling menghormati
- Saling menghargai
- Percaya
- Penemuan
- Tak mengancam
- Keterbukaan
- Mengakui kekhasan pribadi
- Membenarkan Perbedaan
- Mengakui hak untuk berbuat salah
- Membolehkan keraguan
- Evaluasi bersama

## **1. Metode**

Dalam rangka menyesuaikan dengan penggunaan metodologi maka penggunaan metode pelatihan tentunya disesuaikan dengan metodologi diatas, adapun metode yang digunakan meliputi :

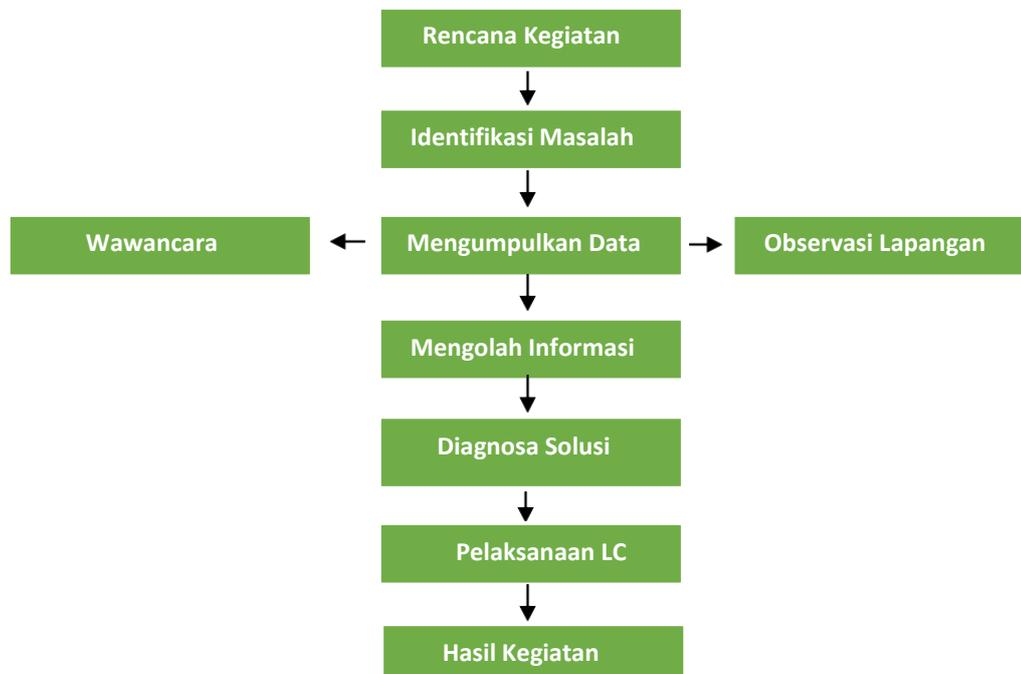
- Diskusi Kelompok
- Brainstorming
- Role Playing
- Simulasi
- Penugasan
- Game
- Fish Bowl
- Diskusi Pleno

## 2. Media

Media pelatihan yang digunakan dalam pelatihan ini tentunya media yang akan mendukung penggunaan metode dan sesuai dengan metodologi PLM/Andragogi, adapun media yang digunakan meliputi :

- Visual diproyeksikan
- Visual tak diproyeksikan
- Multimedia
- Cetak
- Permainan

Demikian pula dengan penciptaan lingkungan yang mendukung sehingga pelatihan ini dapat terasa nyaman dan menyenangkan. Pelatihan ini juga didesain untuk menjelaskan mengapa penerapan manajemen bisnis berdampak pada bisnis dan hasil operasional usaha. Dengan demikian diharapkan melalui kegiatan pelatihan ini akan menumbuhkan pengertian serta pemahaman bagi para pelaku usaha terhadap fungsi manajemen bisnis secara keseluruhan, agar dapat melakukan Teknik Analisa dalam pengambilan keputusan bisnis . Berikut skema langkah-langkah kegiatan Learning Center di kabupaten bogor.



**Gambar 2.** Skema Kegiatan *Learning Center* (LC)

## **BAB III**

### **HASIL KEGIATAN**

#### **A. HASIL**

Dalam rangka memberikan pendampingan kepada UMK, Leraning Center terlebih dahulu mempersiapkan Kertas Kerja, sehingga proses pendampingan berjalan efektif dan efisien. Pendamping harus menyiapkan kertas kerja yang jelas, terorganisasi, dan profesional, yang merupakan pertanggung jawaban bahwa langkah kerja pendampingan telah direncanakan dan dilaksanakan, sekaligus menjadi alat monitoring bagi Tim Pendampingan. Kualitas hasil pendampingan akan terjamin jika didukung oleh kertas kerja yang baik, yaitu: (a) Disusun/diisi pada saat kegiatan pendampingan; (b) Di isi dengan lengkap, mengacu pada prosedur pendampingan yang telah ditetapkan; (c) Disusun secara terstruktur dengan memperhatikan kesesuaian antara informasi utama dengan data pendukung; (d) Dilengkapi dengan bukti-bukti pendukung; (e) Berisi permasalahan yang ditemukan, baik yang telah di tindak lanjuti, sedang dalam proses tindak lanjut, atau tidak dapat segera di tindak lanjuti oleh bidang yang berangkutan. Kertas Kerja dalam proses pendampingan banyak ragamnya, diantaranya proses mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan UMK

Ruang lingkup dalam melakukan identifikasi permasalahan dan *assessment* kebutuhan UMK diarahkan pada 7 (tujuh) aspek, yaitu: Legalitas dan Aspek Manajemen; Pemasaran; Produksi/Teknis; Keuangan; Sumber daya Manusia; Jejaring Usaha; dan Pemanfaatan teknologi dan informasi

Cara mengidentifikasi bisa dilakukan melalui Wawancara; Pertanyaan Tertulis; Kunjungan Lapangan; Telepon; Email; Data Sekunder. Sedikitnya ada tiga macam metode dalam pengumpulan data dan informasi, yaitu:

#### **1. Metode Kualitatif**

Yaitu proses pengumpulan data yang pada umumnya menilai fakta atau gejala sosial tanpa menggunakan angka, melainkan cukup menggunakan standar mutu atau kualitas yang dinyatakan dengan kata, misalnya: (a) rendah, sedang, tinggi; (b) kurang, cukup, banyak; (c) jelek, bagus, bagus sekali; dan (d) sebagian kecil, sebagian besar, pada umumnya. Karena menggunakan penilaian relatif atau tidak pasti, ada

yang menilai bahwa hasil penelitian kualitatif itu tidak objektif. Untuk menghindari hal itu, maka diupayakan tidak hanya menggunakan analisis kualitatif, tetapi juga analisis kuantitatif.

## 2. Metode Kuantitatif

yaitu proses pengumpulan data yang pada umumnya menilai fakta dan gejala yang diteliti dengan menggunakan angka. Pengumpulan data kuantitatif pada umumnya mempunyai ciri-ciri sebagai berikut: (a) Penggunaan beberapa faktor yang dianggap mewakili atau menjelaskan fenomena dan pencarian hubungan non-kausal atau kausal antar-faktor tersebut (deterministik); (b) Pengumpulan data hanya dilaksanakan pada faktor yang dianggap mewakili atau menjelaskan fenomena, dan sebagai konsekuensinya data yang dikumpulkan tersebut akan membatasi kemungkinan temuan analisis; (c) Pengumpulan data terlebih dahulu membuat perencanaan pengumpulan lingkup dan jenis data, serta jenis analisis kuantitatif yang akan digunakan.

## 3. Metode Gabungan Kualitatif dan Kuantitatif

Metode ini adalah proses pengumpulan data dengan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dengan tujuan agar data kualitatif bisa diukur berdasarkan data kuantitatifnya setelah data kualitatif dibuat kriteria kuantitatifnya. Dalam melakukan identifikasi permasalahan dan kebutuhan UMK kita melakukan metode gabungan.





**Gambar 3.** Aktifitas Kunjungan Bisnis dalam proses Identifikasi masalah & Analisa Kebutuhan Pendampingan

Serlanjutnya menganalisis data dan informasi untuk mengetahui kesenjangan (gap) antara harapan (ideal menurut UMK dan Pendamping) dengan realita yang ditemukan dalam proses indentifikasi. Apabila UMK sudah berlangsung lama dan sudah ada rencana/anggaran, maka analisis dilakukan dengan membandingkan antara realisasi dengan anggarannya. Berdasarkan informasi yang diperoleh, analisis dilakukan terhadap ketujuh aspek seperti yang dimaksud dalam Ruang Lingkup identifikasi, khususnya yang potensial untuk dilakukan pendampingan lanjutan. Cara menganalisis dengan menggunakan Analisis SWOT (*Strengs, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

Dari serangkaian aktifitas pendahuluan diatas didapatkan data peserta untuk kegiatan di LC Kabupaten Bogor sebanyak 10 Peserta pelaku UMK yang secara keseluruhan memiliki kesamaan bidang usaha yaitu produk olahan pangan, dengan data peserta pelaku usaha sebagai berikut :

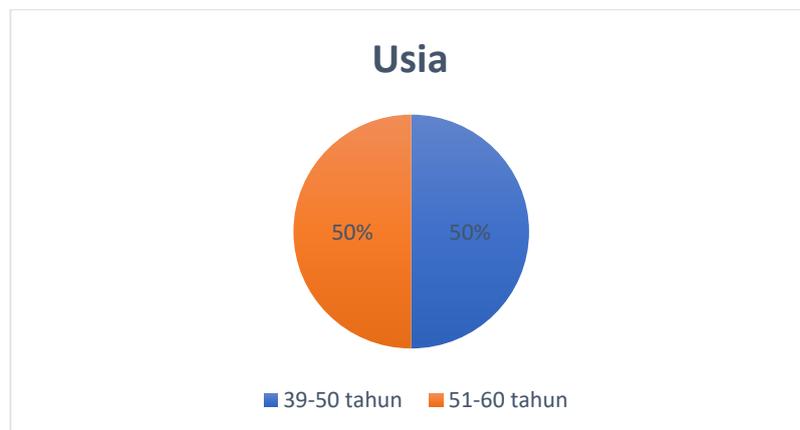
**Tabel 1.** Daftar Pelaku usaha peserta Learning Center (LC)

No	Nama Lengkap Pelaku Usaha	Nama Merek Usaha	No Hp/WhatsApp
1	Yulisnah	Maulida bakery & Cake	087770985207
2	Sugarmini	mba mini foods	085772290410
3	Firma Juwita	Juwita snack	081770591443
4	Eko Pusbiantari	Rempeyek SYAH'NA	087731495884
5	Ningsih yurmaini	Dapoer baginda	081288088131
6	Siti nurjanah	Pawon aRyana	082213156825
7	Erna Pramugari	Rumah Pastry	085101336168
8	Nurlaela	Puddies	085289876398
9	Siti nurjanah	Pawon aryana	082213156825
10	Tri wahyuni	PEMPEK KAKAK	081314344630





Dengan sebaran rentan usia pelaku usaha yang proporsional dan termasuk kategori usia dewasa yang secara tidak langsung berpengaruh pada bisnis modelnya dimana Sebagian besar produknya berhubungan dengan aktifitas rumah tangga yaitu pengolahan pangan



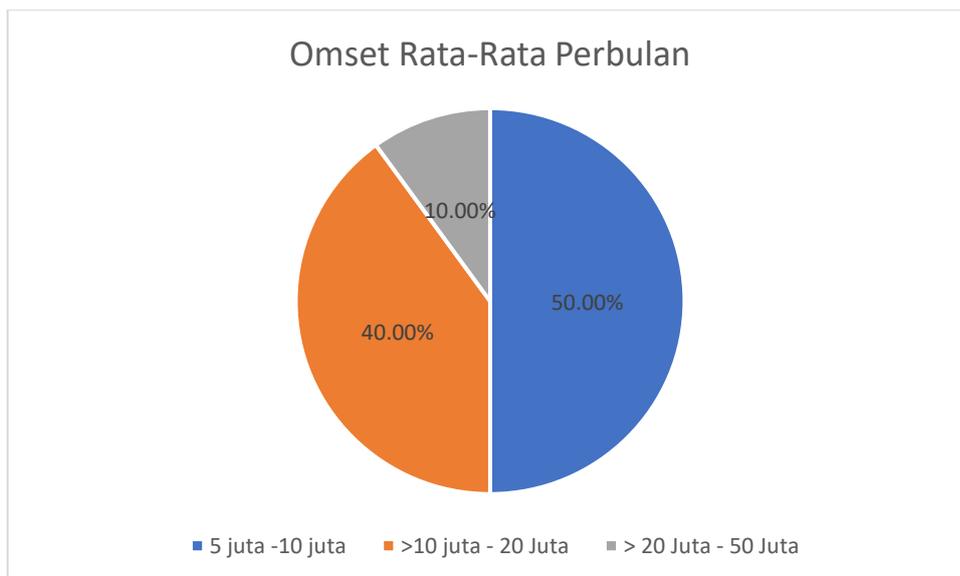
**Gambar 5.** Usia Pelaku Usaha

Dalam rentan lamanya usia perjalanan bisnis Sebagian besar masih dibawah lima tahun yang juga berpengaruh terhadap kapasitas volume produksi serta kapasitas omzet usaha



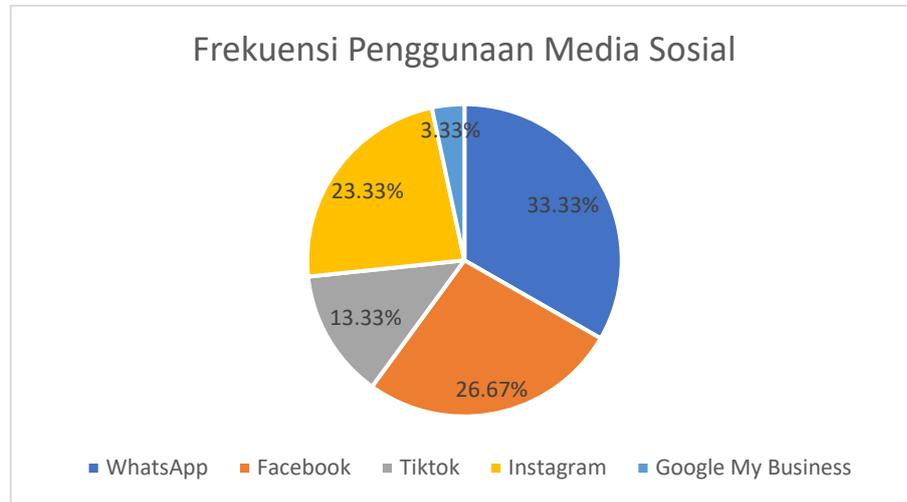
**Gambar 5.** Usia Usaha

Dari rentang data omzet didapatkan piula hasil bahwa, Sebagian besar pelaku usaha peserta LC masih berkategori pelaku usaha mikro bahkan ultra mikro, dimana ini pun berpengaruh terhadap mindset entrepreneurship yang belum membudaya dalam aktifitas usaha peserta



**Gambar 6.** Omzet Rata rata per bulan

Dalam rentang data penggunaan Media Sosisal oleh pelaku usaha peserta usaha hampir Sebagian besar *focus* pada penggunaan *WhatsApp* yang secara umum juga menggambarkan proses marketing dan reselling yang dilakukan oleh pelaku usaha.



**Gambar 6.** Penggunaan Media Sosial

## **B. AKTIFITAS COACHING PROGRAM LEARNING CENTER**

Pelatihan Bisnis adalah proses untuk mendeteksi masalah yang terjadi pada bisnis usaha pelaku bisnis, serta menggali kemampuan pemilik bisnis untuk menemukan solusi atas tantangan-tantangan dalam bisnis Anda dan juga menemukan strategi yang tepat untuk mencapai target yang di rencanakan.

Proses menggali kemampuan dan mendeteksi masalah ini biasanya dilakukan dengan pertanyaan-pertanyaan yang diberikan oleh Business Coach atau Pelatih Bisnis, yang berfungsi untuk mengarahkan Anda untuk menemukan jawaban yang Anda cari. Serta visit langsung ke bisnis unit eksisting untuk observasi problem.

Jika dilihat secara general, tugas Business Coach disini adalah membantu para pelaku bisnis dengan cara mengarahkan menuju langkah-langkah positif yang menjadi keinginan pelaku Bisnis, bukan memberikan jawabannya semata-mata. Proses seperti ini sering membutuhkan waktu yang lebih panjang, namun memberikan hasil yang permanen karena pemilik bisnis menjadi lebih mandiri.

Materi include:

- A. Business Plan
- B. Financial Plan
- C. Marketing Plan
- D. Operation & HR

Kegiatan include:

- Observasi dan Wawancara
- Problem Study Case
- Solution
- Evaluasi

Hasil akhir dari Business Coaching adalah meningkatnya kemampuan pengusaha menumbuhkembangkan bisnis dan menghasilkan profit sesuai harapan. Beberapa aspek yang akan ditata dalam Business Coaching diantaranya adalah:

1. Aspek produk yang akan dijual.
2. Proses bisnis yang dijalankan.
3. Pengelolaan karyawan.
4. Pengembangan mindset dan perilaku entrepreneurship pemilik bisnis

Tujuan bisnis dalam *Business Coaching* ditentukan oleh level pengusaha. Untuk pengusaha yang sedang merintis usaha maka tujuan bisnis yang bisa dicapai adalah kemampuan memetakan pasar, memutuskan produk yang akan dijual dan tahu cara menjual produk dengan baik.

Untuk pengusaha level menengah yang sudah menjalankan bisnis selama minimal lima tahun berjalan dan ingin mengembangkan bisnis dengan membuka cabang baru, maka *Business Coaching* akan lebih berkonsentrasi pada aspek finansial dimana pengelolaan finansial yang baik akan membantu pengusaha meraih sukses saat membuka cabang usaha baru.

Membentuk Karakter Entrepreneurial. Secara keseluruhan baik sebagai pengusaha baru ataupun sudah cukup berpengalaman, *Business Coaching* akan fokus

pada pembentukan *mindset* dan perilaku *entrepreneurship*, seperti kemampuan membaca peluang, kegigihan berusaha, keberanian untuk bereksperimen, dan mampu membangun hubungan baik dengan karyawan dan konsumen sebagai target market bisnis.

Pendamping UMK yang berperan sebagai *Coach* di *Business Coaching* dapat juga berperan sebagai mentor yang akan memberikan pandangan dan masukan positif, juga berbagi pengalaman praktis untuk mendukung kesuksesan bisnis UMK.

Ada tiga kategori pengusaha yang membutuhkan *Business Coaching* ini, sebagai berikut:

### **1. Calon pengusaha**

Calon pengusaha adalah mereka yang belum pernah menjalankan bisnis namun sedang merencanakan produk yang akan dijual, melihat pasar yang akan disasar, cara penjualan yang tepat dan menghitung kalkulasi finansial.

Ada beberapa kategori calon pengusaha yang belum memiliki pengalaman menjalankan usaha sebelumnya, sebagai berikut:

- Anak muda yang sedang membangun perusahaan baru / start-up.
- Pensiunan yang sudah purna bakti dan ingin menekuni area bisnis baru.
- Karyawan perusahaan yang ingin menjalankan bisnis secara part-time.

### **2. Pengusaha Organik**

Pengusaha organik adalah UMKM yang sudah memiliki usaha dan masih belum puas dengan keuntungan yang dihasilkan selama sekian lama namun belum menunjukkan peningkatan yang signifikan.

Pengusaha organik ingin mengelola bisnis secara professional dan memperoleh keuntungan lebih banyak melalui perencanaan-perencanaan bisnis yang lebih rapi dengan pengelolaan manajemen yang tertata baik.

### **3. Pengusaha Modern**

Pengusaha modern adalah UMK yang terbilang sukses dan ingin mengakuisisi pasar di skala lebih besar dengan cara membuka cabang baru, menjual produk secara online, atau meningkatkan proses bisnis melalui fungsi-fungsi digital dimana produk bisa terjual lebih banyak dan memiliki produk turunan yang bisa menjadi icon di bisnis tersebut.

Secara fundamental, Business Coaching akan membantu para pengusaha untuk memiliki karakter entrepreneurship yang kuat dalam menjalankan bisnisnya.

Hasil akhir dari Business Coaching ini adalah apapun jenis usaha yang dijalankan oleh pengusaha diharapkan bisa mewakili visi dan motivasi si pengusaha untuk menciptakan pekerjaan baru yang tumbuh dari perkembangan produk dan pasar. Dengan melibatkan inovasi maka pengusaha dilatih untuk berpikir kreatif dan memberikan kepuasan besar pada pelanggan mereka dan konsumen secara luas.



**Gambar 7.** Aktifitas Coaching Bisnis

Berikut ini adalah Daftar Pertanyaan Kunci dalam proses aktifitas Coaching bisnis

**1. Target sukses yang diimpikan pelaku usaha**

No	Apa Target Sukses Yang Anda Impikan Di Bisnis Dalam Waktu 1 Tahun Ke Depan ?
1	Menjual 1000pcs/Outlet
2	Punya toko atau tempat usaha sendiri
3	Dapat melimpahkan usaha kepada orang yang tepat.
4	Punya team SDM yang solid,sistem manajemen usaha yang bagus,digital marketing yang maksimal
5	Bisa punya mesin sendiri agar memudahkan dan meningkatkan produksi
6	Punya market luas dan omset bertambah
7	Agar masyarakat mengetahui produk
8	Mempunyai omset 30 jt perbulan seperti sebelum covid
9	Omset naik 50% (persen)
10	Punya tempat atau restoran

## 2. Kepentingan pelaku usaha terhadap Target Sukses

No	Apa Yang Membuat Target Sukses Itu Penting Untuk Anda ?
1	Bermanfaat untuk orang lain
2	Bisa menambah tenaga kerja
3	Agar di hari tua lebih santai.
4	Usaha yg kami dirikan ini bisa memberi kebermanfaatn untuk semua orang
5	Untuk memotivasi meningkatnya usaha
6	Kepuasan bahwa hasil kerja keras di apresiasi oleh masyarakat dengan membeli produk saya tidak sekali saja tetapi menjadi kebiasaan untuk membeli produk tersebut
7	Agar bisa bertumbuh dan berkembang terus usahanya
8	Untuk meningkatkan usaha
9	Menentukan standar kehidupan

## 3. Ukuran dan hasil yang ingin di capai

No	Apa Ukuran Atau Hasil Yg Di Capai Dari Target Sukses Anda ?
1	Maulida bakery ada di hati setiap orang
2	bisa menyekolahkan anak sampai perguruan tinggi
3	Punya rumah produksi terpisah.
4	Membahagiakan semua orang bisa membuka lapangan pekerjaan
5	Memperluas pasar..
6	Bisa memberi manfaat sesama
7	Semangat dan ketersediaan bahan produk
8	Bisa selalu membantu perekonomian keluarga
9	Omset tambah
10	Memiliki aset pribadi

## 4. Ide dan pemikiran yang mendukung

No	Apa Saja Ide/Pemikiran Kemungkinan Peluang Yg Ada Saat Ini Untuk Mendukung Anda Mencapai Target Sukses Tersebut?
1	Membuat orang selalu ingat dengan Maukida bakery
2	Perluas target pasar dan perbanyak omset perbulan
3	Modal yg cukup dan menejemen yang baik.
4	SDM yg memadai,target market yang luas,
5	Menambah mitra
6	SDM, Inovasi produk, market
7	Saling bersinergi dengan para Fonder tanpa ada rasa meredahkan dan bersaing sesama produk
8	Menjual produk sebanyak-banyaknya dan merapihkan dan memisahkan uang usaha
9	Market dan SDM
10	Membuka tempat usaha

### 5. Hambatan yang mungkin terjadi

No	Apa Saja Hambatan/Ancaman Yang Mungkin Terjadi Dalam Proses Mencapai Tujuan Target Sukses Anda ?
1	Pemasaran
2	Bahan baku yg semakin baik tiap saat, banyaknya saingan baru
3	Daya beli yg menurun. Modal kurang.
4	Modal yg kurang saat bahan baku melonjak naik,SDM yang belum memadai
5	Kendala di bahan baku dan kendala cuaca.kalau musim hujan penjualan menurun
6	Persaingan usaha
7	Hambatannya pemasaran produk dan keterbatasan modal
8	Modal dan karyawan
9	Kurangnya SDM
10	Permodalan

### 6. Langkah-langkah yang akan dilakukan

No	Apa Rencana Aksi / Langkah-Langkah Yg Akan Anda Lakukan Untuk Mencapai Tujuan Target Sukses Tersebut ?
1	Memperbaiki SDM
2	menambah variasi produk , perluas promosi
3	Terus bergerak , berkarya dan bersosialisasi dg banyak orang.
4	Modal yg memadai,SDM yg memadai,
5	Meningkatkan kerjasama dengan petani agar bahan baku selalu tersedia
6	Belajar terus dari SDM, inovasi produk .mendigital market
7	Langkah utama cari ilmu kepada yg telah sukses dalam produk dan pemasaran
8	Bikin rencana usaha untuk satu tahun
9	Terus belajar
10	Memperluas market

### 7. Sumberdaya yang dibutuhkan

No	Apa Sumber Daya/ Sesuatu Yg Anda Butuhkan Untuk Mencapai Tujuan Target Sukses Tersebut?
1	Yang profesional
2	Modal, tempat usaha,sarana usaha dan tenaga kerja
3	Permodalan
4	SDM,permodalan
5	Mesin produksi
6	Modal. Keuletan. Alat penunjang.
7	Modal dan pemasaran serta SDM
8	Kekompakan antara owner dan karyawan dalam menjalankan rencana usaha
9	Semangat
10	Modal

## 8. Langkah-langkah yang belum dilakukan

No	Apa Saja Langkah-Langkah Yang Belum Anda Lakukan Untuk Mewujudkan Tujuan Target Sukses Tersebut ?
1	Manajemen SDM
2	Menambah variasi produk, menambah tenaga kerja dan menambah promosi yg lebih jauh
3	Merekrut karyawan.
4	Sistem manajemen yang belum maksimal, dari accounting dll
5	Tidak ada Membuat laporan keuangan, tidak memisahkan keuangan rumah tangga dan keuangan usaha,
6	Kurang SDM, kurang market
7	Lemahnya kontrol pembuatan catatan harian dan laporan keuangan
8	Tempat produksi, pemasaran offline, memisahkan keuangan usaha
9	Market dan SDM, belajar
10	Branding

## 9. Cara menjalankan Langkah yang belum dilakukan

No	Bagaimana Seharusnya Anda Dapat Menjalankan Langkah-Langkah Yang Belum Terlaksana Tersebut ?
1	Kerja tim yg baik
2	Adanya bantuan modal dan tempat usaha
3	Harus berani.
4	Segera action untuk membentuk team, pencatatan pembukuan yang maksimal, digitalisasi marketing yang maksimal
5	Mulai membuat laporan keuangan dan mulai memisahkan keuangan rumah tangga dan uang usaha
6	Belajar terus
7	Harus konsisten dalam hal-hal yg tertinggal
8	Memperbaiki sistem kerja
9	Belajar terus
10	Memperluas pasar dan mencari investor

## C. AKTIFITAS TRAINING LEARNING CENTER TEMA LAPORAN KEUANGAN

Training diawali dengan menggali informasi terhadap kapasitas dan pengetahuan UMK tentang akuntansi dan manajemen keuangan secara umum melalui serangkaian wawancara langsung. Dari hasil assessment awal tersebut maka langkah selanjutnya metode yang tepat untuk dijalankan yaitu metode pelatihan. Pelatihan ini dibagi dalam dua kegiatan utama yaitu belajar secara teori dan praktik aplikasi SiApik (Sistem Aplikasi Pencatatan Informasi Keuangan) langsung.

Training ini juga didesain untuk menjelaskan mengapa laporan keuangan berdampak pada bisnis dan hasil operasional usaha. Dengan demikian diharapkan melalui kegiatan pelatihan ini akan menumbuhkan pengertian serta pemahaman bagi para manajer terhadap fungsi laporan keuangan, analisa laporan keuangan, dan teknik-teknik yang digunakan dalam analisa laporan keuangan.

Pelaksanaan training yang berorientasi pada peningkatan keterampilan peserta dalam menggunakan aplikasi SiApik. Materi pelatihan diberikan berdasarkan kebutuhan peserta dan kemampuan yang dimiliki. Hal ini bertujuan untuk mencapai efektivitas proses belajar atau *transfer knowledge*. Penentuan materi pelatihan sebagai bahan ajar merupakan tindak lanjut dari hasil penelitian yang telah penulis lakukan sebelumnya serta berdasarkan hasil identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh peserta LC

Adapun urutan kegiatan Pelatihan Pencatatan Keuangan Menggunakan Aplikasi SiApik dan materi yang diberikan seperti tabel berikut ini:

**Tabel 2.** Kegiatan Training & Narasumber

No	Kegiatan	Modul	Pemateri
1	Pembelajaran Teori	Pengantar Laporan Keuangan	Dr. Warcito
2	Pembelajaran Praktikum	Pengenalan Aplikasi SiApik	Triyono, ME.Sy
3	Praktik Aplikasi SiApik	Data Entry	Subhan Munafis, MM
4	Mentoring	Mentor	Triyono, ME.Sy



**Gambar 7.** Tangkapan Layar Tampilan Menu Laporan Keuangan Aplikasi SiApik

Dari Gambar 7, terlihat bahwa aplikasi SiApik didesain untuk memudahkan pengguna (user) menghasilkan laporan keuangan diantaranya Laporan Posisi Keuangan (Neraca), Laporan Laba Rugi & Saldo Laba, Laporan Arus Kas, dan Laporan Kinerja Keuangan. Aplikasi SiApik dapat diunduh melalui playstore jika menggunakan versi android, begitu juga yang versi website dapat langsung masuk melalui link situs SiApik.

Kegiatan pelatihan dimulai dengan memberikan materi secara teoritis dan membagikan setiap pokok bahasan kepada pengajar/pelatih yang berkompeten dibidangnya masing-masing. Selanjutnya kepada peserta baru diberikan praktikum.

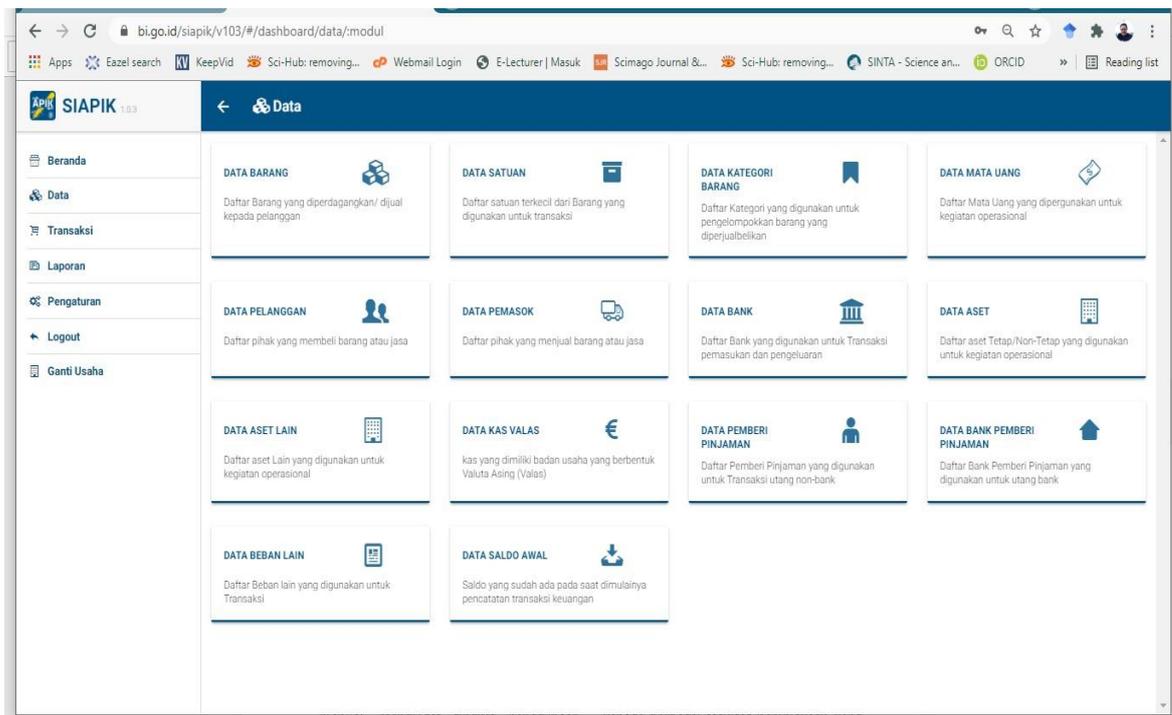


**Gambar 8.** Aktifitas Proses Training Laporan Keuangan SI APIK

Pada Gambar 8, terlihat peserta pelatihan sedang mengikuti materi yang diberikan oleh instruktur. Pada pertemuan tersebut materi pelatihan yang dibahas adalah Pengantar Laporan Keuangan (Modul 1) sebagai pengetahuan dasar yang harus dimiliki oleh peserta. Dalam pertemuan tersebut pembelajaran berlangsung secara dinamis. Peserta merespon berbagai informasi atau pengetahuan secara kritis kemudian mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang membuat suasana pelatihan semakin hidup karena terjadi interaksi dan diskusi baik dengan instruktur maupun sesama peserta.

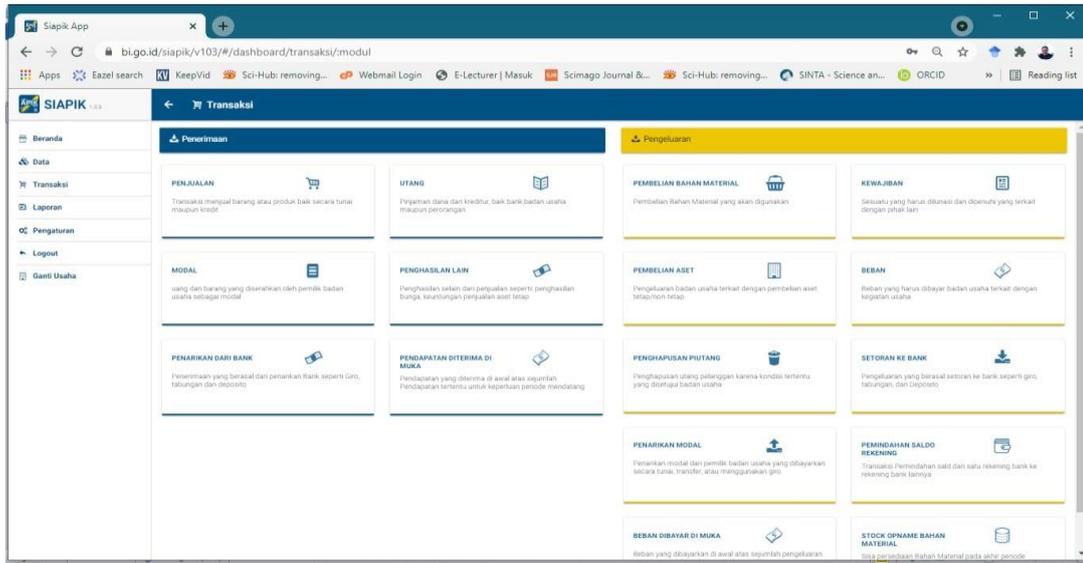
Setelah pertemuan pertama berlangsung dengan selang waktu seminggu, kegiatan pelatihan berikutnya dilanjutkan dengan materi (Modul 2) Pengenalan Aplikasi SiApik dengan mengakses secara langsung kepada peserta melalui laman

<https://www.bi.go.id/siapik/> dan melakukan proses pendaftaran (registrasi) akun. Aplikasi ini sangat mudah digunakan (user friendly) dan telah memenuhi standar akuntansi Entitas Mikro Kecil Menengah (EMKM) sesuai dengan kebutuhan perbankan. Dalam pertemuan kedua ini peserta diajarkan secara individu oleh tim pengabdian dengan durasi waktu lebih lama yaitu setara 3 Jam Pelajaran (3 JP/150 menit). Metode ini diterapkan agar proses pembelajaran menjadi lebih intens dan efektif untuk mencapai output yang diharapkan.



**Gambar 9.** Tangkapan Layar Menu Data Aplikasi SiApik

Pada Gambar 9, ditunjukkan beberapa kelompok data yang harus dimasukkan oleh pengguna (user) ke aplikasi SiApik agar proses penyusunan laporan keuangan akan mudah dilakukan nantinya. Kelompok data yang perlu disiapkan oleh peserta antara lain; data bahan material, data barang jadi, data kategori bahan material, data pelanggan, data pemasok, data bank, data aset, data beban usaha, dan data saldo awal. Setelah basis data diinput, maka langkah selanjutnya adalah melakukan proses transaksi. Menu transaksi di SiApik seperti diperlihatkan pada gambar di bawah ini:



**Gambar 10.** Tangkapan Layar Menu Transaksi

Pada Gambar 10, ditunjukkan menu transaksi yang ada di aplikasi SiApik yang terdiri dari transaksi penerimaan dan pengeluaran. Kategori transaksi penerimaan antara lain; transaksi penjualan, penghasilan lain, hutang, modal, pendapatan diterima di muka. Sedangkan transaksi pengeluaran diantaranya; transaksi pembelian bahan material, pembelian aset, kewajiban, beban, dan *stock opname* bahan material.

Dari hasil pelatihan tersebut subyek pelatihan telah mendapatkan pengetahuan yang mendasar mengenai keuangan usaha yang selama ini belum pernah disusun sesuai standar. Pengetahuan peserta pelatihan diukur dengan hasil wawancara paska pelatihan dilakukan. Selain itu subyek juga telah dapat mendaftarkan usahanya untuk mendapatkan akun SiApik yang digunakan untuk pencatatan keuangan usaha secara berkelanjutan. Sedangkan peserta pelatihan yang secara langsung dilatih menjadi operator akun SiApik telah mampu menginput data sesuai dengan menu yang disediakan layaknya menyusun laporan keuangan usaha

#### D. AKTIFITAS TRAINING LEARNING CENTER TEMA MARKETING

Tema Materi Bidang Digital Marketing & Internet Marketing Strategy

Narasumber : Triyono, ME.Sy

Subhan, MM

DESKRIPSI MATERI : Materi ini menjelaskan Pengetahuan dan pemahaman Digital Marketing & Internet Marketing Strategy secara umum.

<b>ELEMEN MATERI</b>	<b>INDIKATOR PEMBELAJARAN</b>
1. Memahami cara kerja riset market	1.1 Menjelaskan bagaimana cara kerja riset market. 1.2 Menjelaskan cara menggunakan tool-tools yang digunakan dalam riset market.
2. Memahami cara promosi produk secara online	2.1 Menjelaskan bagaimana menganalisis pembeli. 2.2 Menjelaskan cara promosi secara online. 2.3 Menjelaskan bagaimana menentukan produk terlaris.
3. Memahami konsep produk yang laris berdasarkan masalah sekitar	4.1 Menjelaskan cara memahami produk laris berdasarkan masalah sekitar. 4.2 Menjelaskan cara menemukan ide bisnis dari masalah sekitar. 4.3 Menjelaskan cara menemukan produk yang laris berdasarkan masalah sekitar.
4. Memahami konsep menjual produk yang laris dari kebutuhan pasar	5.1 Menjelaskan konsep menjual produk yang laris dari kebutuhan pasar. 5.2 Menjelaskan cara menemukan produk yang laris dari kebutuhan Pasar.
5. Memahami cara menemukan keunggulan produk di jual	6.1 Menjelaskan cara menemukan keunggulan produk yang di jual. 6.2 Menjelaskan cara mengidentifikasi keunggulan produk yang dijual

6. Memahami cara melakukan riset produk kompetitor	7.1 Menjelaskan cara melakukan riset produkkompetitor. 7.2 Menjelaskan cara menggunakan tools untukmelakukan riset produk kompetitor
8.Memahami mengindentifikasi cara menciptakan produk pertama kali	8.1 Menjelaskan cara mengindentifikasi menciptakan produk untuk pertama kali. 8.2 Menjelaskan cara mengindentifikasi ketepatan dalam menciptakan produk untukpertama kali
9.Memahami metode pembuatan form unitselling preposition	9.1 Menjelaskan metode pembuatan form unitselling preposition.
10.Mengetahui flow promosi secara online dengan benar	10.1 Menjelaskan Flow Cara promosi produksecara online dengan benar. 10.2 Menjelaskan cara melakukan promosi produk online sesuai dengan metode yangdiketahui
11.Memahami pengertian apa itu hypnotic web design dan metode pembuatan hypnotic web design	11.1 Menjelaskan pengertian apa itu hypnotic web design. 11.2 Menjelaskan metode pembuatan hypnotic web design. 11.3 Menjelaskan cara mendesain hypnotic web design berdasarkan 3 metode.



**Gambar 11.** Peserta Training Learning Center Tema Marketing

## E. AKTIFITAS TRAINING LEARNING CENTER TEMA PENINGKATAN KUALITAS PRODUK

Umumnya, Produk atau Jasa kita dinilai bagus/baik atau memuaskan adalah berdasarkan alasan-alasan berikut:

1. Bahan baku yang baik
2. Pengerjaan yang baik
3. Desain yang baik
4. Tahan lama
5. Harga yang sesuai fungsi
6. Harga yang sesuai kualitas
7. Mudah mendapatkannya (konsumen tidak sulit menemukan dan memperolehnya)
8. Cepat mendapatkannya (konsumen tidak butuh waktu lama untuk memperolehnya) Cara mendapatkannya menyenangkan (konsumen menikmati upaya untuk membeli, mendapatkan dan menikmati produk/jasa



**Gambar 12.** Aktifitas Proses Produksi Olahan Pangan

Adapun urutan kegiatan Pelatihan Peningkatan Kualitas Produk dan materi yang diberikan seperti tabel berikut ini:

**Tabel 3.** Kegiatan Training & Narasumber

No	Kegiatan	Modul	Pemateri
1	Pembelajaran Teori	Standar Kualitas Produk	Dr. Warcito
2	Pembelajaran Teori	Pengurusan Legalitas Produk	Subhan Munafis, MM
3	Pembelajaran Praktik	Standar Bahan Baku & Alat Kerja	Triyono, ME.Sy
4	Mentoring	Mentor	Dr. Warcito

#### **F. AKTIFITAS WORKSHOP LEARNING CENTER TEMA LITERASI INVESTASI EMAS UNTUK UMK**

Salah satu saran terpenting dalam menjalankan usaha adalah memisahkan dana usaha dan pribadi. Hal ini untuk mengetahui apakah pelaku usaha untung atau rugi, serta agar UMK lebih mudah dalam membuat laporan keuangan, serta tidak mengganggu arus kas. Dengan begitu, pelaku usaha bisa melihat apakah dana pinjaman penggunaannya telah efektif dan agar dapat dialokasikan secara lebih maksimal, ini semua terkait bagaimana pelaku usaha mampu mengelola arus kas keuangannya dalam rangka melindungi dan mengembangkan asetnya.

Tabungan emas menjadi salah satu instrumen investasi yang cukup diminati oleh masyarakat khususnya UMK. Menginvestasikan uang dengan emas batangan diyakini mampu menjaga nilai mata uang dari inflasi karena harga emas batangan yang cenderung terus mengalami kenaikan.

Selain itu, menyimpan uang dalam bentuk emas memang relatif mudah dilakukan. Itulah mengapa emas menjadi salah satu pilihan tempat menabung yang digemari di kalangan masyarakat.

- **Keuntungan Investasi Emas**
- ❖ Nilai aset cenderung stabil. Karena emas sebagai komoditas bukan hanya berperan menjadi instrumen investasi, melainkan untuk melengkapi gaya hidup

seseorang. Jika transaksi emas masih terus berjalan kuat, risiko harga aset turun bisa dibilang cukup minim.

- ❖ Mudah dicairkan menjadi bentuk uang tunai karena salah satu jenis logam mulia ini masih diakui keabsahannya hampir di seluruh dunia.
- ❖ Investasi emas bersifat seperti tabungan konvensional, sehingga membuat Anda mudah untuk mencairkan aset menjadi uang tunai.
- ❖ Terbebas dari bunga.
- ❖ Dapat melindungi nilai kekayaan karena harganya yang stabil dan cenderung naik.

Dalam aktifitas Workshop ini tamu yang hadir sekaligus sebagai nara sumber adalah Bapak Rully Yusuf selaku SVP Corporate Social Responsibility PT Pegadaian



**Gambar 13.** Aktifitas Edukasi dan Sosialisasi Tabungan Emas

## **G. REKOMENDASI**

Demikian laporan pengabdian masyarakat ini kami susun. Semoga laporan ini dapat dijadikan acuan dan bahan monitoring dan evaluasi bagi CSR Pegadaian dan P2SDM IPB Kegiatan yang diarahkan pada kebermanfaatan pelaku UMK untuk menguasai kemampuan dalam mengelola dan meningkatkan kapasitas usahanya yang sesuai standar telah memberikan bukti nyata bahwa kegiatan tersebut sangat diapresiasi oleh mereka.

Dengan memperkuat UMK dalam penguasaan manajemen usaha dengan pendekatan pendampingan di Learning Center P2WI maka akan meningkatkan kualitas tata kelola usaha menjadilebih efisien, efektif, dan berdaya saing. Selama ini permasalahan utama yang dihadapi oleh UMK adalah terkait pemahamannya yang kurang tepat tentang model bisnis sehingga terjebak pada aktifitas dagang semata.

Namun dengan adanya pelatihan bahkan sekaligus pendampingan oleh Asosiasi P2WI melalui kegiatan Learning Center ini telah mampu mengubah cara pandang mereka terhadap Pola Pikir Kewirausahaan terutama dalam mengimplementasikan Dasar dasar Manajemen bisnis dan pentingnya pencatatan keuangan dan penyusunan laporan keuangan secara tertib, teratur, dan terukur. Perubahan cara pandang ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap perilaku mereka

Kegiatan ini secara kemampuan tim telah dilaksanakan dengan optimal. Meski telah memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan namun dalam hubungannya dengan kegiatan ilmiah masih banyak kekurangan. Oleh karena itu diharapkan agar ada langkah-langkah perbaikan untuk melakukan penyempurnaan dengan kegiatan berikutnya secara komprehensif dengan mekanisme pentahapan Kurikulum dan tema-tema training sehingga akan menciptakan sebuah harmoni didalam dunia akademik dan keberadaannya dirasakan manfaatnya secara langsung oleh masyarakat luas. Kedepan Assosiasi P2WI bisa melakukan program Learning Center kepada UMKM dengan menyediakan/menciptakan perangkat Ekosistem Kewirausahaan dalam aktifitas Inkubasi dan Kurasi bisnis UMK sehingga dapat Naiok Kelas.

## **H. UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih kepada CSR Pegadaian yang telah mensupport kegiatan ini secara baik dan terstruktur sehingga menghasilkan manfaat yang lebih besar kepada pelaku UMK yang menjadi subyek pendampingan terutama dalam perbaikan Mindset dan Tata Kelola Usaha yang lebih terstandar dan berkelanjutan

**Bogor, 13 April 2023**

Hormat Kami

Koordinator Program

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a final flourish, positioned above the name Dr. Warcito, MM.

Dr. Warcito, MM