



Merancang Program Pengabdian Masyarakat yang Berdampak

Martdian Ratna Sari • Fitri Safira • Yunita Kemalasari • Bram Manuel



Merancang Program Pengabdian Masyarakat yang Berdampak

Oleh: Dosen Sekolah Tinggi Manajemen PPM

Penulis:

Martdian Ratna Sari, M.Sc., CCFA.

Fitri Safira, Ph.D.

Yunita Andi Kemalasari, M.M.

Bram Manuel Banuarta Sianturi, M.M., QRMO.

SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN PPM

2025

“Merancang Program Pengabdian Masyarakat yang Berdampak”

©Dosen Sekolah Tinggi Manajemen PPM vi + 124 hlm; 21,6 x 27,9 cm

Penulis: Martdian Ratna Sari, Fitri Safira, Yunita Andi Kemalasar, Bram Manuel Banuarta Sianturi.

Editor: Fitri Safira

Desain Cover: Fitri Safira

Layout: Fitri Safira dan Redho Syailendra

Diterbitkan oleh:

Sekolah Tinggi Manajemen PPM

Jl. Menteng Raya No.9, RT.1/RW.10, Kb. Sirih, Kec. Menteng, Kota Jakarta Pusat, Jakarta 10340

www.ppmschool.ac.id

ISBN:

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun tanpa seizin tertulis dari penerbit.

Kata Pengantar

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) merupakan salah satu pilar penting dalam tridarma perguruan tinggi yang perlu dijalankan secara konsisten. Berangkat dari kebutuhan akan panduan PkM yang tidak hanya teoritis tetapi juga aplikatif, kami menyusun buku ini sebagai jawaban atas tantangan tersebut. Buku ini dirancang untuk memberikan pemahaman menyeluruh sekaligus menjadi panduan langkah demi langkah dalam melaksanakan kegiatan PkM secara sistematis.

Pada bagian pertama, penulis menyajikan pedoman praktis yang mencakup seluruh tahapan kegiatan PkM: mulai dari identifikasi mitra, analisis kebutuhan, perencanaan program, penerapan teknologi tepat guna, hingga evaluasi hasil. Setiap bagian disertai pendekatan kontekstual, contoh nyata, dan alat evaluasi yang bisa langsung diterapkan di lapangan. Sementara itu, untuk melengkapi panduan ini, bagian kedua buku menampilkan kumpulan proyek PkM yang telah dilaksanakan oleh Tim PkM Sekolah Tinggi Manajemen PPM, sebagai referensi inspiratif dan aplikatif bagi para akademisi maupun praktisi.

Kami berharap buku ini dapat menjadi referensi aplikatif bagi sivitas akademika, khususnya dosen dan mahasiswa, dalam merancang dan melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) secara terstruktur dan berdampak. Kami menyadari bahwa pengabdian kepada masyarakat bukan sekadar kewajiban tridarma perguruan tinggi, melainkan panggilan etis untuk menghadirkan perubahan nyata yang berdasar pada kolaborasi, pemberdayaan, dan keberlanjutan. Oleh karena itu, buku ini juga mencoba menjembatani kesenjangan antara konsep dan praktik, antara niat baik dan dampak nyata.

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh kontributor, mitra penyelenggara, dan tim penulis yang telah berperan dalam penyusunan buku ini. Semoga buku ini dapat menjadi alat bantu yang relevan, khususnya bagi institusi pendidikan tinggi yang ingin memperkuat peran transformasionalnya dalam masyarakat.

Akhir kata, kami mengajak para pembaca untuk tidak hanya menjadikan buku ini sebagai bacaan teknis, tetapi juga sebagai inspirasi untuk terus berinovasi, berkolaborasi, dan berkontribusi nyata dalam pembangunan sosial berbasis pengetahuan.

Salam hangat,

Tim Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	iv
Bagian 1	1
Panduan Pengabdian kepada Masyarakat	1
Pengabdian kepada Masyarakat	2
Memilih Mitra Sasaran	5
Tentang Mitra Program Pengabdian Kepada Masyarakat	5
Pendekatan dan Pertimbangan dalam Memilih Mitra	6
Mengidentifikasi Masalah dan Kebutuhan Komunitas	8
Masalah Mitra	8
Pendekatan dan Teknik Identifikasi Masalah Mitra	9
Pertimbangan Utama	11
Identifikasi Teknologi Tepat Guna	13
Faktor-faktor Penerimaan Teknologi	14
Proses Identifikasi Teknologi Tepat Guna	15
Menyusun Program Pengabdian Masyarakat	19
Konsep Pengabdian kepada Masyarakat	19
Menyusun Sasaran Kegiatan	21
Menyusun Action Plan dan Timeline	25
Alokasi Sumber Daya	26
Menyusun Indikator Keberhasilan dan Luaran PkM	31
Penutup	32
Implementasi Program PKM	34
Evaluasi Program Pengabdian kepada Masyarakat	37
Level 1: Reaction	38
	iv

Level 2: Learning	38
Level 3: Behavior	39
Level 4: Results	39
Tantangan dan Solusi	43
Tantangan Program Pengembangan Komunitas	43
Solusi Program Pengembangan Komunitas	45
Bagian 2	51
Contoh Program PkM:	51
Kelompok Usaha Nugget “Kaila Rasa”	51
Profil Komunitas	52
Produk Nugget Kaila Rasa	52
Tantangan yang Dihadapi	54
Menemukan Strategi Efektif dalam Upaya Memperluas Pelanggan dan Menciptakan Peluang Inovasi	56
Mengenali Pelanggan Baru	56
Identifikasi Kebutuhan Pelanggan	59
Teknik Mencari Pelanggan Baru: Canvassing	62
Mengenali Pelanggan,	64
Meningkatkan Peluang Pasar dan Inovasi	64
Penutup	65
Mencatat dan Menganalisis Penjualan: Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Optimalisasi Analisis Penjualan	66
Pendahuluan	66
Pengelolaan Keuangan Bisnis	67
Pencatatan Transaksi Keuangan	70
Pelatihan Pencatatan Pesanan Penjualan	72
Analisis Pesanan Penjualan	74
Pencatatan Terstruktur, Usaha Terukur	78
Penutup	79
Pembaharuan Kemasan Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk	80

Pendahuluan	80
Kemasan Produk	81
Membuat Kemasan Produk yang Menarik	82
Pembaharuan Kemasan dan Label Produk	84
Kemasan Menarik, Penjualan Melejit	86
Menjaga Kebersihan dan Sanitasi dalam Upaya Peningkatan Kualitas Produk	88
Pendahuluan	88
Program Pelatihan Kebersihan dan Sanitasi	89
Cara Mudah Menjaga Kebersihan Produksi Makanan	90
Akibat Tidak Menjaga Kebersihan	94
Perubahan Tata Letak Ruang Produksi	95
Fasilitasi Peremajaan Alat Produksi	97
Penutup	98
Inovasi Produk dan Teknologi Produksi untuk Meningkatkan Daya Saing	99
Pendahuluan	99
Program Pengembangan Teknologi Produksi	100
Workshop Inovasi Produk Nugget Kaila Rasa	106
Penutup	111
Pembelajaran untuk Langkah ke Depan	112
Gamifikasi Pre-test dan Post-test	112
Mengukur Perubahan Perilaku	116
Coaching	116
Bekerjasama dengan Para Ahli	118
Daftar Pustaka	119
Profil Penulis	123

Bagian 1

Panduan Pengabdian kepada Masyarakat

Pengabdian kepada Masyarakat

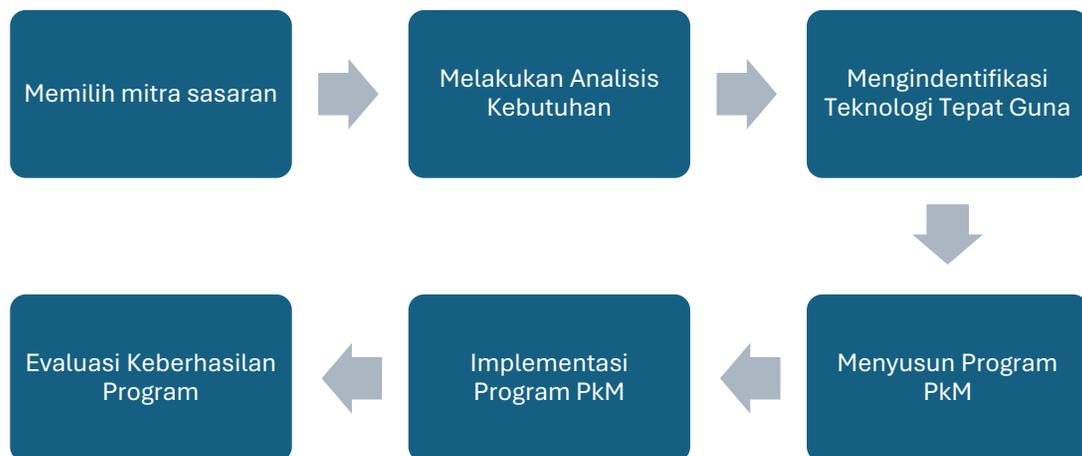
Pengabdian kepada masyarakat (PkM) pada dasarnya adalah suatu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memberikan kontribusi positif bagi masyarakat. Secara umum, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, memecahkan masalah sosial, serta menciptakan hubungan yang harmonis antara masyarakat dengan lingkungan sekitar. Kegiatan PkM dapat dilaksanakan melalui berbagai kegiatan, seperti:

- **Kampus Mengajar**, yang melibatkan pengajaran di sekolah atau lembaga pendidikan lainnya,
- **Kuliah Kerja Nyata (KKN)**, yaitu kuliah di luar kampus dengan fokus pada pengabdian kepada masyarakat,
- **Proyek Sosial**, yang bertujuan membantu masyarakat dalam mengatasi masalah sosial,
- **Pelatihan**, yang memberikan keterampilan atau pengetahuan kepada masyarakat,
- **Konsultasi**, berupa pemberian bantuan hukum atau konsultasi kepada masyarakat,
- **Penerapan teknologi**, yang mencakup penerapan teknologi yang bermanfaat bagi masyarakat, dan
- **Kegiatan lainnya**, yang mencakup berbagai kegiatan lain serta kombinasi dari kegiatan-kegiatan di atas yang bertujuan untuk membantu masyarakat.

Kegiatan PkM memberikan manfaat luas bagi masyarakat maupun individu yang terlibat. Bagi masyarakat, kegiatan PkM dapat meningkatkan kualitas hidup melalui akses yang lebih baik terhadap layanan kesehatan, pendidikan, dan kebutuhan dasar lainnya, sekaligus membantu menyelesaikan berbagai masalah sosial seperti isu pendidikan, kemiskinan dan kelaparan. Selain itu, kegiatan PkM juga mendorong pembangunan berkelanjutan dengan fokus pada kesejahteraan masyarakat, perlindungan lingkungan, dan pengembangan potensi lokal, sehingga masyarakat lebih mandiri dan berdaya dalam menghadapi tantangan kehidupan.

Dari segi individu, dengan terlibat pada kegiatan PkM, hal ini dapat meningkatkan kepedulian sosial dan empati, membantu mengembangkan keterampilan komunikasi, kepemimpinan, serta kerja sama tim, sekaligus memperluas jaringan sosial dan profesional. Selain itu, kegiatan ini memberikan wawasan baru mengenai kondisi sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat, serta menyajikan pengalaman belajar yang tidak bisa diperoleh dari pembelajaran akademik semata. Melalui kegiatan PkM, individu yang terlibat juga dapat mengasah kemampuan komunikasi dan *public speaking* serta meningkatkan kepercayaan diri dan rasa bangga karena telah berkontribusi bagi masyarakat.

Secara keseluruhan, kegiatan PkM berfungsi untuk memperkuat hubungan antara individu dan masyarakat serta mendukung kemajuan bersama. Kegiatan ini memberikan manfaat besar baik bagi masyarakat maupun individu. Oleh karena itu, penting untuk dapat menyusun kegiatan PkM dengan efektif sehingga dapat memberikan dampak yang berarti bagi masyarakat luas. Bagian berikutnya dalam buku ini akan menyajikan langkah praktis dalam menyusun dan menyelenggarakan kegiatan PkM, termasuk contoh kegiatan PkM yang pernah dilakukan.



Gambar 1. Proses Melakukan Kegiatan PkM

Proses melakukan kegiatan PkM dimulai dengan melakukan identifikasi dan pemilihan mitra sasaran (*beneficiaries*), yang bertujuan untuk memastikan bahwa kegiatan ini tepat sasaran. Selanjutnya, dilakukan analisis kebutuhan untuk mengidentifikasi masalah dan kebutuhan komunitas yang perlu diselesaikan. Teknologi tepat guna kemudian diidentifikasi sebagai solusi inovatif untuk mendukung mitra sasaran. Dalam tahap perencanaan program, langkah-langkah penting meliputi penyusunan sasaran kegiatan, pembuatan action plan beserta

timeline, penyusunan sasaran sesi, rundown tiap sesi, serta anggaran biaya yang diperlukan. Indikator keberhasilan dan luaran program juga disusun untuk memastikan pencapaian tujuan. Setelah perencanaan, tahap implementasi program dilakukan dengan cara yang sesuai dengan rencana yang telah disusun. Terakhir, evaluasi dilakukan untuk menilai keberhasilan program PkM, mengidentifikasi tantangan, dan menentukan langkah-langkah perbaikan di masa depan.

Memilih Mitra Sasaran

Bram Manuel

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) melibatkan interaksi antara berbagai pemangku kepentingan (*stakeholder*). Masyarakat sasar menjadi salah satu pemangku kepentingan utama sebagai penerima atau kolaborator dalam implementasi solusi masalah sosial yang ditawarkan pelaksana PkM. Sub-bab ini akan membahas dengan lebih rinci tentang apa saja kategori utama masyarakat sebagai mitra, peran dan kriterianya, serta pendekatan dan pertimbangan dalam memilih masyarakat sasar sebagai mitra program PkM.

Tentang Mitra Program Pengabdian Kepada Masyarakat

Mitra merupakan salah satu pemangku kepentingan yang berperan besar dalam pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat (PkM). Istilah mitra ini dapat dimaknai sebagai penerima manfaat dan sekaligus sebagai rekan kolaboratif dalam pelaksanaan program. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (2024) menyampaikan bahwa terdapat tiga kategori mitra dalam program PkM di Indonesia: (1) Mitra sasaran yang berperan sebagai kelompok masyarakat sasar dari program PkM; (2) Mitra pemerintah yang merupakan lembaga pemerintahan di lokasi masyarakat sasar dan berperan sebagai kolaborator program PkM; dan (3) Mitra dunia usaha & dunia industri (DuDi) yang merupakan lembaga usaha yang berperan untuk mendukung program PkM dalam rangka pelaksanaan kewajiban sosial perusahaan (CSR). Program PkM akan terdiri dari kolaborasi antara tim pelaksana dengan mitra sasar dan dapat didukung dengan dua kategori mitra lainnya.

Jika ditinjau lebih dalam, mitra sasar dari program PkM juga dapat dikategorikan berdasarkan partisipasinya dalam kegiatan ekonomi. Kategori pertama adalah kelompok masyarakat produktif. Kelompok ini telah memiliki aktivitas ekonomi dan memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut melalui intervensi teknologi dan/atau manajemen. Contohnya meliputi kelompok tani, nelayan, perajin, atau pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Kategori kedua adalah kelompok masyarakat non-produktif yang merujuk pada komunitas

atau individu yang belum memiliki kegiatan ekonomi yang stabil, seperti perkumpulan ibu rumah tangga, pemuda pengangguran, atau masyarakat di daerah terpencil. Program PkM yang fokus pada kategori ini biasanya berupaya untuk melakukan intervensi dalam rangka peningkatan keterampilan, pendidikan, atau kesehatan. Kategori ketiga adalah lembaga atau institusi nirlaba. Kelompok masyarakat yang ada di kategori ini meliputi sekolah, pesantren, puskesmas, atau organisasi masyarakat yang membutuhkan peningkatan kapasitas atau solusi atas permasalahan tertentu.

Pendekatan dan Pertimbangan dalam Memilih Mitra

Pemilihan dan keterlibatan mitra yang tepat akan menentukan keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat (PkM). Oleh karena itu, tim pelaksana perlu memastikan bahwa keputusan menentukan mitra dilakukan secara mendalam. Beberapa hal yang perlu menjadi pertimbangan ketika menetapkan mitra sasaran meliputi

1. **Kesesuaian dengan kompetensi perguruan tinggi** – memastikan bahwa kebutuhan mitra sejalan dengan keahlian dan sumber daya yang dimiliki oleh perguruan tinggi, sehingga intervensi yang dilakukan dapat optimal,
2. **Komitmen dan partisipasi aktif** – mitra yang menunjukkan komitmen tinggi dan bersedia terlibat aktif dalam seluruh proses program PkM cenderung memberikan hasil yang lebih berkelanjutan,
3. **Potensi keberlanjutan program** – memilih mitra yang memiliki potensi untuk melanjutkan dan mengembangkan hasil program secara mandiri setelah intervensi selesai,
4. **Ketersediaan sumber daya lokal** – pertimbangan sumber daya yang dimiliki oleh mitra, seperti tenaga kerja, bahan baku, dan infrastruktur, yang dapat mendukung keberhasilan program.

Dalam implementasi program PkM, tim pelaksana mungkin akan berhadapan dengan kondisi adanya lebih dari satu alternatif mitra sasaran. Untuk melakukan seleksi terhadap alternatif tersebut, dapat digunakan Teknik atau pendekatan berupa: (1) Observasi lapangan, kunjungan langsung ke lokasi calon mitra untuk memahami kondisi sosial, ekonomi, dan budaya setempat; (2) Analisis data sekunder, menggunakan data dari sumber-sumber terpercaya seperti Badan Pusat Statistik (BPS), laporan pemerintah daerah, atau hasil penelitian sebelumnya untuk memahami konteks dan kebutuhan masyarakat; dan (3) Wawancara dan

diskusi kelompok terfokus (FGD), melibatkan tokoh masyarakat, pemimpin lokal, dan anggota komunitas dalam diskusi untuk menggali informasi mendalam mengenai permasalahan dan harapan mereka terhadap program PkM.

Mengidentifikasi Masalah dan Kebutuhan Komunitas

Bram Manuel

Dalam konteks program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM), pemahaman mendalam tentang permasalahan yang dihadapi masyarakat sangat penting untuk merancang intervensi yang efektif dan berkelanjutan. Mitra sasar yang menghadapi beragam permasalahan di lapangan seringkali kesulitan mengisolasi masalah utama yang penting untuk ditangani. Sehingga identifikasi masalah yang dihadapi oleh masyarakat sasaran merupakan langkah awal yang krusial dalam program PkM. Sub-bab ini akan mendiskusikan tentang pemahaman tentang masalah mitra, apa saja pendekatan dan teknik identifikasinya, serta beberapa pertimbangan dalam merumuskan masalah dalam program PkM.

Masalah Mitra

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) mendefinisikan masalah sebagai sesuatu atau persoalan yang harus diselesaikan. Masalah yang dihadapi mitra sasar dapat muncul dari berbagai aspek, baik yang bersifat ekonomi maupun non-ekonomi. Tim pengelola program PkM dapat memahami masalah mitra dengan meninjau permasalahan berdasar ruang lingkup yang meliputi namun tidak terbatas pada (Zunaidi, 2024),

1. Pemberdayaan Ekonomi

Ruang lingkup masalah ini berkaitan dengan kesulitan yang dihadapi mitra sasar dalam menciptakan atau meningkatkan kapasitas pengelolaan sumber daya ekonomi. Program PkM dari Wijayanti, et al (2025) menjadi salah satu contoh program intervensi terhadap masalah pemberdayaan ekonomi.

2. Pendidikan dan Pelatihan

Ruang lingkup masalah ini berkaitan dengan hambatan mitra sasar dalam akses dan kualitas pendidikan atau kesulitan mitra sasar dalam

meningkatkan keterampilan/kompetensi pribadi. Program PkM dari Nurhayani dan Hariyanti (2024) menjadi salah satu contoh program intervensi terhadap masalah kualitas pendidikan masyarakat.

3. Kesehatan Masyarakat

Ruang lingkup masalah ini berkaitan dengan kesulitan mitra sasaran dalam mengakses layanan kesehatan dasar, pencegahan penyakit, dan/atau program edukasi kesehatan. Program PkM dari Aisyah, et al (2024) merupakan salah satu contoh program intervensi terhadap masalah akses kesehatan masyarakat.

4. Pengembangan Sosial dan Budaya

Ruang lingkup masalah ini berkaitan dengan tantangan mitra sasaran dalam memperkuat identitas budaya, mempromosikan toleransi, dan membangun kebersamaan di antara berbagai kelompok masyarakat. Program PkM dari Musarofar dan Mahmudah (2022) merupakan salah satu contoh program intervensi terhadap masalah pengembangan sosial mitra sasaran.

5. Pengelolaan Lingkungan

Ruang lingkup masalah ini berkaitan dengan kesulitan mitra sasaran dalam mengupayakan pelestarian alam, mengelola sumber daya alam yang berkelanjutan, dan memitigasi dampak perubahan iklim. Program PkM dari Sulistyono, et al (2024) merupakan salah satu contoh program intervensi terhadap masalah pengelolaan lingkungan.

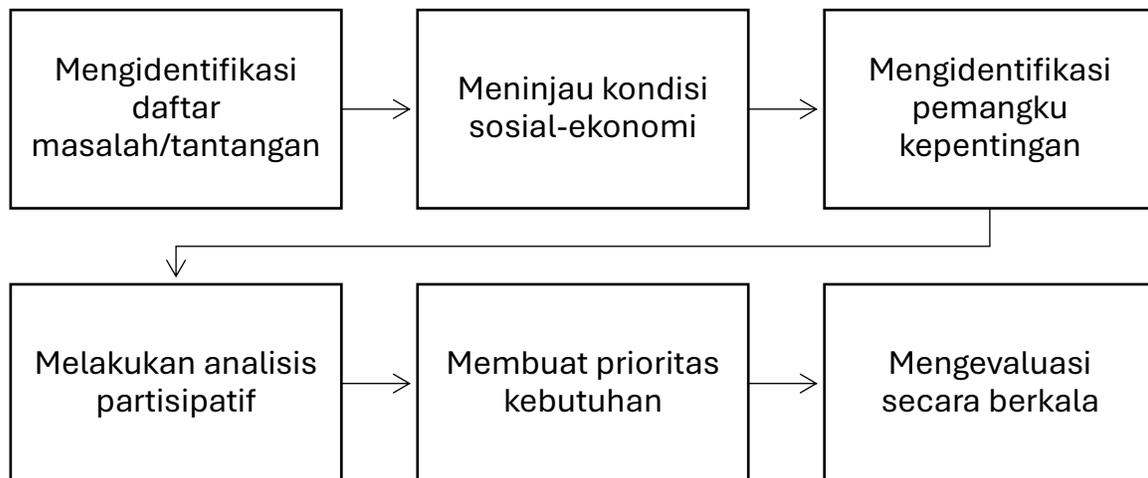
6. Pembangunan Infrastruktur

Ruang lingkup masalah ini berkaitan dengan kesulitan mitra sasaran dalam membangun infrastruktur dasar seperti jalan, air bersih, dan sanitasi. Program PkM dari Satriagasa, et al (2022) merupakan salah satu contoh program intervensi terhadap masalah infrastruktur dasar mitra sasaran.

Pendekatan dan Teknik Identifikasi Masalah Mitra

Identifikasi masalah mitra sasaran dapat merujuk pada proses untuk menggali dan memahami secara mendalam tantangan-tantangan yang dihadapi oleh masyarakat, serta identifikasi solusi-solusi yang sesuai dengan konteks lokal (Zunaidi, 2024). Ini merupakan langkah awal yang krusial dalam program PkM. Untuk dapat menciptakan program PkM yang berkelanjutan dan berbasis kemitraan dan pemberdayaan akan membutuhkan pemahaman masalah mitra

yang komprehensif. Perlu diperhatikan bahwa pada tahap ini, memastikan dialog dan keterlibatan mitra adalah hal yang penting. Supaya tim pengelola dapat membantu mitra sasaran dalam menemukan permasalahan utama yang sedang dihadapi dan dapat diintervensi secara bersama-sama.



Gambar 2. Proses Analisis Kebutuhan Masyarakat (Sumber: Diadaptasi dari Zunaidi, 2024)

Pendekatan identifikasi masalah mitra dapat dilakukan dengan kerangka kerja analisis kebutuhan masyarakat (Zunaidi, 2024). Gambar 2 mengilustrasikan tahapan yang dilakukan dalam melaksanakan analisis kebutuhan masyarakat. Proses ini dimulai dengan menggali apa saja masalah atau kesulitan atau tantangan yang dihadapi oleh mitra sasaran. Ruang lingkup masalah yang dijelaskan di sub-sub-bab sebelumnya dapat digunakan sebagai panduan dalam mengeksplorasi daftar ini. Kemudian, tim pengelola program PkM juga perlu melakukan peninjauan terhadap kondisi sosial-ekonomi mitra. Hal ini dilakukan supaya tim dapat memperoleh informasi lengkap yang kadang belum diperoleh dari hasil dialog atau wawancara.

Setelah menghimpun informasi, maka tim pengelola perlu melakukan identifikasi para pemangku kepentingan yang perlu dilibatkan dalam memahami masalah mitra sasaran. Pemangku kepentingan ini meliputi tokoh/pimpinan masyarakat/komunitas, lembaga sosial, dan perwakilan pemerintah setempat. Selanjutnya, libatkan mitra sasaran dalam menganalisis daftar masalah yang diidentifikasi. Tahap ini dapat dilakukan melalui diskusi, wawancara, dialog, maupun survey. Melalui partisipasi aktif, para penyelenggara program dapat memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang prioritas dan kebutuhan yang dirasakan oleh komunitas. Dari hasil analisis tersebut, maka tim pengelola program akan dapat menyusun masalah prioritas yang disepakati bersama mitra

sasar untuk perlu ditangani segera. Meskipun prosesnya tergambar secara linier, perlu dipahami bahwa analisis kebutuhan masyarakat bersifat dinamis dan dilakukan secara terus-menerus/berkelanjutan. Sehingga perlu dilakukan evaluasi secara berkala terhadap relevansi masalah yang diidentifikasi dengan dampak dari intervensi program PkM.

Teknik identifikasi masalah mitra sasar merujuk pada suatu alat bantu atau proses tertentu yang digunakan pada suatu tahap dalam pendekatan identifikasi masalah mitra. Ketika mengimplementasikan pendekatan identifikasi masalah mitra sasar, tim pengelola program PkM dapat memanfaatkan satu atau lebih teknik. Beberapa teknik identifikasi masalah mitra sasar meliputi, namun tidak terbatas pada: (1) **Observasi lapangan**, yaitu melakukan kunjungan langsung ke lokasi masyarakat sasaran untuk mengamati kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungan secara langsung; (2) **Wawancara dan Diskusi Kelompok Terfokus (Focus Group Discussion)**, yaitu diskusi untuk menggali informasi mendalam mengenai permasalahan dan harapan dari mitra/perwakilan mitra sasar; (3) **Survei kuesioner**, yaitu kuesioner terstruktur untuk mengumpulkan data kuantitatif mengenai kondisi dan kebutuhan masyarakat; dan (4) **Analisis data sekunder**, yaitu mengkaji data dari sumber-sumber terpercaya seperti Badan Pusat Statistik (BPS), laporan pemerintah daerah, atau hasil penelitian sebelumnya untuk memahami konteks dan kebutuhan masyarakat.

Pertimbangan Utama

Dalam proses identifikasi masalah atau penggalian kebutuhan mitra sasar dalam program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM), tim dosen perlu memperhatikan beberapa aspek penting agar program yang dirancang benar-benar relevan, efektif, dan berkelanjutan. Beberapa pertimbangan utama dalam identifikasi masalah mitra sasar meliputi,

1. Evaluasi Potensi Lokal

Meninjau potensi lokal yang dimiliki oleh komunitas merupakan langkah penting dalam analisis kebutuhan. Fokus identifikasi masalah mitra tidak hanya dilakukan pada tantangan yang dihadapi mitra, tapi dapat ditinjau juga dari potensi yang dimiliki mitra sasar. Identifikasi potensi-potensi ini menjadi dasar yang kuat dalam mengembangkan solusi-solusi yang berkelanjutan dalam menjawab tantangan yang dihadapi oleh komunitas.

2. Etika dan Sensitivitas Budaya

Dalam berinteraksi dengan mitra sasaran, penting untuk menjaga etika dan menghormati nilai-nilai budaya setempat. Hal ini mencakup penggunaan bahasa yang sopan, menghargai adat istiadat, dan menjaga kerahasiaan informasi yang diberikan oleh masyarakat. Memahami konteks budaya lokal menjadi penting bagi pengelola program PkM agar intervensi yang dirancang agar lebih terintegrasi dan lebih diterima oleh masyarakat.

3. Keberlanjutan Program/Intervensi

Faktor keberlanjutan juga perlu dipertimbangkan secara serius dalam analisis kebutuhan komunitas. Identifikasi masalah mitra perlu untuk mempertimbangkan kondisinya di jangka panjang. Dengan mempertimbangkan keberlanjutan program, tim pengelola program PkM dapat mengidentifikasi masalah yang ada saat ini, tetapi juga membangun kapasitas dan memperkuat ketahanan komunitas dalam menghadapi tantangan masa depan.

4. Pemanfaatan Data Sekunder

Identifikasi masalah mitra juga dapat menggunakan data sekunder dari sumber-sumber terpercaya seperti Badan Pusat Statistik (BPS), laporan pemerintah daerah, atau hasil penelitian sebelumnya dapat memberikan gambaran awal tentang kondisi dan permasalahan masyarakat. Data ini dapat menjadi dasar untuk melakukan verifikasi di lapangan. Data sekunder juga dapat memberikan pandangan secara lebih luas (*helicopter view*) dari kondisi yang dialami mitra sasaran.

5. Partisipasi Aktif Mitra

Melibatkan masyarakat secara aktif dalam proses identifikasi masalah dan perencanaan program sangat penting untuk memastikan bahwa program yang dirancang sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Partisipasi ini juga meningkatkan rasa memiliki dan komitmen masyarakat terhadap keberhasilan program.

6. Kolaborasi dengan Pemangku Kepentingan Lokal

Menjalin kerjasama dengan tokoh masyarakat, pemerintah desa, atau organisasi lokal dapat mempermudah proses identifikasi masalah dan pelaksanaan program. Kolaborasi ini juga membantu dalam memastikan keberlanjutan program setelah intervensi selesai.

Identifikasi Teknologi Tepat Guna

Fitri Safira

Teknologi tepat guna secara umum merujuk pada konsep penerapan teknologi yang tidak hanya didasarkan pada kemajuan dan kecanggihan teknologi, tetapi lebih pada kebutuhan nyata masyarakat. Prinsip utama dalam paradigma teknologi tepat guna adalah teknologi tersebut harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat, kondisi lokal, berfungsi secara optimal dan dapat diterima oleh masyarakat yang akan menggunakannya. Pada awalnya, konsep mengenai teknologi tepat guna ini mengarah pada gerakan pemberdayaan masyarakat. Hal ini berkaitan dengan pandangan bahwa penguatan masyarakat dilakukan dengan cara mengimplementasikan alat dan teknologi yang sesuai dengan situasi dan karakteristik masyarakat. Gagasan ini kemudian melahirkan istilah *intermediate technology* yang pertama kali digaungkan oleh E. F. Schumacher. Dalam istilah *intermediate technology*, Schumacher memandang bahwa teknologi semestinya dapat diakses dan digunakan secara lokal sesuai dengan kebutuhan yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas masyarakat, tanpa orientasi eksploitatif.

Istilah *intermediate technology* ini berganti menjadi *appropriate technology* pada tahun 1979. Pergantian istilah ini dilatarbelakangi oleh makna *intermediate* yang cenderung berasosiasi dengan level atau tingkatan teknologi. Padahal, faktanya, di negara maju pun terjadi gerakan penggunaan teknologi dengan paradigma pengelolaan secara lokal. Istilah *appropriate technology* kemudian dipandang lebih pas, karena memiliki ruang lingkup yang lebih luas, yaitu penggunaan teknologi sesuai dengan kebutuhan, terlepas dari tingkatannya.

Dalam konsep *appropriate technology* atau teknologi tepat guna, penerapan teknologi tidak diawali dengan penemuan. Sehingga, terlepas dari stereotipe bahwa teknologi tepat guna adalah peralatan sederhana, mesin dasar, dan dapat dibuat dengan memanfaatkan sumber daya lokal, dalam beberapa kasus, teknologi yang lebih maju dapat diimplementasikan. Dalam prosesnya, penerapan teknologi tepat guna tidak hanya melibatkan alat atau teknologi, tetapi juga mencakup metode dan pendekatan yang diperlukan untuk dapat memberdayakan masyarakat.

Penerapan teknologi tepat guna berfokus pada pemberdayaan lokal, dengan melibatkan masyarakat secara aktif dalam pengambilan keputusan dan penerapan desain solusi. Pendekatan bottom-up, yang melibatkan partisipasi masyarakat dalam proses desain dan pengembangan produk, menjadi salah satu pendekatan yang penting. Dalam proses identifikasi teknologi tepat guna, terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan sebagai berikut.

1. **Kontekstualitas.** Teknologi dan desain teknologi harus sesuai dengan keadaan setempat, memperhatikan kondisi geografis, sosial, dan budaya masyarakat.
2. **Kesesuaian.** Teknologi yang dirancang harus sesuai dengan kebutuhan masyarakat, tidak hanya dari segi fungsionalitas tetapi juga dalam hal nilai dan norma yang berlaku di masyarakat tersebut.
3. **Penerimaan Masyarakat.** Keberhasilan penerapan teknologi tepat guna sangat bergantung pada penerimaan masyarakat. Sehingga, perlu diperhatikan faktor-faktor yang memengaruhi penerimaan ini.
4. **Keberlanjutan.** Teknologi yang diterapkan harus dapat digunakan dalam jangka panjang, dengan mempertimbangkan pengelolaan lokal, pemeliharaan, dan keberlanjutan lingkungan.

Faktor-faktor Penerimaan Teknologi

Untuk dapat memahami teknologi tepat guna seperti apa yang akan diterima oleh masyarakat, diperlukan pemahaman tentang faktor-faktor yang berkaitan dengan penerimaan atas teknologi tepat guna.

1. Faktor Teknis

Faktor ini berkaitan langsung dengan fungsi dan kegunaan teknologi itu sendiri. Teknologi tepat guna haruslah sesuatu yang mudah dirawat, diperbaiki, dan diduplikasi menggunakan material dan peralatan yang tersedia secara lokal. Selain itu, teknologi harus mudah digunakan, berfungsi sesuai tujuan teknisnya, dan mampu mengatasi permasalahan praktis secara efektif sehingga teknologi terutilisasi dengan optimal. Teknologi itu sendiri harus sesuai dengan tingkat kemampuan masyarakat, efisien, dan hemat energi. Terakhir, terkait dengan aspek lingkungan, teknologi tepat guna juga sebaiknya mengoptimalkan material lokal tanpa merusak lingkungan sekitar.

2. Faktor Non-teknis Internal

Faktor ini berkaitan dengan aspek penerimaan sosial dan budaya terhadap teknologi tepat guna yang diperkenalkan. Seperti misalnya, aspek persepsi dan cara pandang, budaya dan nilai lokal, etnisitas, dan keseharian masyarakat. Dalam aspek persepsi dan cara pandang, hal ini berarti bahwa masyarakat harus memiliki pemahaman dan tujuan yang sama dengan pihak yang menginisiasi atau memperkenalkan teknologi tepat guna. Teknologi tersebut juga harus sesuai dengan budaya dan nilai yang dianut oleh masyarakat setempat, dan sesuai dengan kekhasan tiap etnis masyarakat. Dalam aspek perilaku keseharian masyarakat, teknologi sebaiknya tidak boleh mengubah kebiasaan sehari-hari secara drastis, supaya teknologi tersebut dapat diterima dan diterapkan dengan mudah dalam kehidupan masyarakat.

3. Faktor Non-teknis Eksternal

Faktor ini mencakup elemen-elemen yang berada di luar kendali langsung masyarakat tetapi tetap memberikan pengaruh terhadap penerimaan dan keberlanjutan teknologi. Sebagai contoh, aspek pendampingan ahli atau lembaga yang menekankan pentingnya pelatihan dan pendampingan dari ahli atau lembaga eksternal dalam proses implementasi teknologi. Hal ini juga berkaitan dengan aspek sumber daya manusia. Agar teknologi tepat guna tersebut dapat memberikan manfaat yang optimal, penting untuk memastikan adanya transfer pengetahuan dan keahlian dalam proses pendampingan kepada masyarakat agar teknologi dapat diterima dan dimanfaatkan dengan optimal. Selain itu, aspek pendanaan dan investasi yang terjangkau juga menjadi faktor yang berperan. Teknologi tepat guna idealnya harus ekonomis, mudah dirawat serta diperbaiki secara lokal. Dalam lingkungan eksternal, diperlukan pula kebijakan atau aturan formal yang mengatur tentang manajemen proyek teknologi tepat guna agar dapat berjalan dengan baik. Aspek lain yang juga berpengaruh adalah sosial ekonomi yang menekankan bahwa teknologi tepat guna harus dapat mengoptimalkan potensi dan ekonomi masyarakat setempat.

Proses Identifikasi Teknologi Tepat Guna

Proses identifikasi teknologi tepat guna merupakan langkah penting dalam merancang solusi teknologi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat setempat. Langkah pertama dalam proses ini adalah **analisis kebutuhan masyarakat**. Tujuan dari tahapan ini adalah untuk memahami masalah yang dihadapi oleh

masyarakat, serta mengidentifikasi kebutuhan yang perlu untuk segera diselesaikan. Dalam tahap ini, perlu untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat untuk menggali masalah-masalah yang mereka alami sehari-hari. Tahapan analisis kebutuhan ini juga harus mencakup hal-hal yang terkait dengan isu sosial, budaya, dan ekonomi lokal yang dapat memengaruhi efektivitas penerapan teknologi. Berikut ini beberapa pertanyaan yang dapat diajukan untuk memahami kebutuhan masyarakat terhadap teknologi tepat guna.

- Apa saja tantangan utama yang dihadapi masyarakat dalam kehidupan sehari-hari?
- Bagaimana masyarakat saat ini menyelesaikan masalah yang mereka hadapi? Apakah ada metode atau teknologi yang sudah digunakan?
- Apa aktivitas masyarakat sehari-hari? Bagaimana adat-istiadat mereka?
- Apakah ada teknologi yang pernah diterapkan tetapi kurang efektif? Jika ya, apa faktor penyebabnya?
- Bagaimana tingkat penerimaan masyarakat terhadap inovasi teknologi baru? Apakah ada hambatan dalam adopsi teknologi?
- Apakah masyarakat memiliki preferensi khusus terhadap jenis teknologi tertentu yang lebih mudah mereka gunakan atau terapkan?
- Bagaimana kondisi infrastruktur dan sumber daya di komunitas?
- Apakah ada kelompok tertentu dalam masyarakat yang paling terdampak oleh permasalahan yang ingin diselesaikan?
- Apakah ada potensi kolaborasi dengan lembaga atau pihak lain dalam mengembangkan solusi teknologi yang sesuai?

Setelah kebutuhan masyarakat diidentifikasi, langkah kedua adalah **pemetaan sumber daya lokal**. Pemetaan ini melibatkan penilaian terhadap sumber daya yang tersedia di lingkungan sekitar masyarakat, seperti bahan baku, tenaga kerja, serta infrastruktur yang ada. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa teknologi yang diterapkan dapat memanfaatkan sumber daya lokal yang sudah ada, sehingga biaya implementasi dan perawatan teknologi menjadi lebih efisien dan dapat menciptakan keberlanjutan teknologi. Pemetaan sumber daya lokal diantaranya mencakup hal-hal berikut ini.

- Potensi sumber daya manusia, yaitu kelompok masyarakat dapat dilibatkan dalam pengelolaan dan pemeliharaan teknologi yang diterapkan,

- Potensi sumber daya alam seperti bahan baku lokal, misalnya kayu, batu, air, atau tanaman, yang akan mendukung penerapan teknologi tepat guna,
- Infrastruktur lokal, seperti jalan, jaringan listrik, dan fasilitas komunikasi juga penting untuk diperhitungkan dalam penerapan teknologi. Beberapa teknologi mungkin memerlukan infrastruktur tertentu untuk berfungsi secara efektif, seperti misalnya mesin produksi yang memerlukan listrik dengan daya tertentu.
- Pengetahuan masyarakat lokal yang mencakup cara-cara tradisional dalam melakukan aktivitas. Teknologi yang diterapkan harus dapat berintegrasi dengan pengetahuan lokal sehingga dapat memberikan manfaat yang optimal.

Langkah terakhir dalam proses identifikasi adalah menentukan teknologi yang sesuai dan melakukan *transfer knowledge*. Setelah mengetahui kebutuhan dan sumber daya lokal, rancangan teknologi tepat guna perlu disesuaikan dengan kondisi dan kemampuan masyarakat. Pemilihan teknologi tidak hanya berdasarkan kemajuan teknologinya, tetapi juga mempertimbangkan kesesuaian dengan kemampuan masyarakat untuk mengelola dan memelihara teknologi tersebut. Berikut ini merupakan ceklis untuk membantu memilih teknologi tepat guna yang sesuai.

1. Kesesuaian dengan Kebutuhan Masyarakat

- Apakah teknologi ini dapat menyelesaikan masalah utama yang dihadapi masyarakat?
- Apakah teknologi ini relevan dengan kondisi sosial, budaya, dan ekonomi lokal?
- Apakah teknologi ini dapat diakses oleh kelompok masyarakat yang paling membutuhkan?

2. Kemampuan Masyarakat dalam Mengelola Teknologi

- Apakah masyarakat memiliki keterampilan yang cukup untuk menggunakan dan memelihara teknologi ini?
- Apakah teknologi ini membutuhkan pelatihan khusus, dan jika iya, apakah pelatihan tersebut dapat diberikan secara mudah?

3. Ketersediaan Sumber Daya dan Infrastruktur

- Apakah teknologi ini dapat berfungsi dengan sumber daya yang tersedia di daerah tersebut?

- ☑ Apakah teknologi ini dapat beroperasi dengan infrastruktur yang ada, atau perlu investasi tambahan?
- ☑ Apakah ada bahan baku atau komponen lokal yang bisa digunakan untuk menunjang teknologi tersebut?

4. Keberlanjutan dan Dampak Jangka Panjang

- ☑ Apakah teknologi ini memiliki dampak lingkungan yang minimal dan mendukung keberlanjutan?
- ☑ Apakah teknologi ini memiliki potensi untuk berkembang dan tetap relevan dalam jangka panjang?
- ☑ Apakah teknologi ini dapat beradaptasi dengan perubahan kebutuhan masyarakat?

5. Biaya dan Efisiensi

- ☑ Apakah teknologi ini memiliki biaya yang terjangkau bagi masyarakat?
- ☑ Apakah biaya operasional dan perawatan teknologi ini tidak membebani pengguna?
- ☑ Apakah teknologi ini lebih efisien dibandingkan solusi yang sudah ada sebelumnya?

6. Dukungan Pihak Ketiga

- ☑ Apakah ada kebijakan pemerintah atau regulasi yang mendukung penerapan teknologi ini?
- ☑ Apakah ada komunitas atau organisasi yang dapat membantu dalam implementasi teknologi ini?
- ☑ Apakah teknologi ini dapat diintegrasikan dengan program atau inisiatif lain yang ada di wilayah tersebut?
- ☑ Apakah ada pihak lokal (pemerintah, komunitas, atau lembaga lokal) yang bisa membantu masyarakat dalam mengelola teknologi ini?

Untuk menjamin implementasi program pengabdian yang optimal, perlu dilakukan *transfer knowledge* atau proses pemindahan pengetahuan kepada masyarakat yang akan menerima manfaat. Transfer pengetahuan dapat dilakukan melalui pelatihan, pendampingan, serta komunikasi yang intens antara pelaksana program dan masyarakat. Dengan adanya transfer pengetahuan yang baik, masyarakat akan memiliki kapasitas untuk memanfaatkan dan mengelola teknologi secara mandiri, bahkan mengembangkan atau memperbaikinya jika diperlukan.

Menyusun Program Pengabdian Masyarakat

Martdian Ratna Sari

Konsep Pengabdian kepada Masyarakat

Pengabdian kepada masyarakat (PkM) merupakan salah satu bentuk penerapan ilmu pengetahuan, keterampilan, serta penerapan teknologi untuk menyelesaikan berbagai permasalahan sosial ekonomi. PkM dapat dilakukan dalam berbagai bentuk kegiatan, seperti pelatihan, konsultasi, penyuluhan, proyek-proyek sosial, pengembangan usaha, pengembangan berbagai kebijakan publik maupun usaha, pengembangan profesionalitas, penguatan manajemen dan administrasi, hingga penerapan teknologi. **Pelatihan**, kegiatan PkM dengan bentuk pelatihan biasanya digunakan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan masyarakat. **Penyuluhan** dilakukan untuk menasar peningkatan kesadaran masyarakat akan isu-isu penting. **Pengembangan masyarakat** dilakukan untuk menasar proyek-proyek sosial, pengembangan profesionalitas, pengembangan usaha dan berbagai pengembangan masyarakat lainnya melalui penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi. Kegiatan-kegiatan PkM memiliki tujuan utama yakni memberikan manfaat langsung kepada masyarakat melalui peningkatan kualitas hidup, peningkatan kesadaran terkait berbagai isu-isu penting, serta memajukan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan. Untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut, diperlukan perencanaan yang matang dan sistematis dalam menyusun program-program PkM yang efektif dan efisien.

Perencanaan program PkM sangat penting untuk dilakukan agar tujuan dari setiap kegiatan dapat tercapai dengan jelas dan spesifik, selain itu perencanaan program dapat mempermudah beberapa hal berikut:

1. **Identifikasi Kebutuhan Masyarakat**, dengan dilakukannya perencanaan program maka kebutuhan masyarakat yang akan dilayani/dikembangkan dapat teridentifikasi secara tepat, sehingga setiap kegiatan yang dirancang sesuai dengan kebutuhan. Dalam identifikasi kebutuhan masyarakat sebaiknya tidak banyak melakukan intervensi yang dapat menyebabkan kekeliruan dalam identifikasi kebutuhan. Kekeliruan dalam identifikasi kebutuhan masyarakat akan menyebabkan kegiatan PkM tidak

bermanfaat bagi masyarakat tersebut dan tujuan PkM menjadi tidak tercapai.

2. **Optimalisasi Sumber Daya**, perencanaan program penting untuk dilakukan agar sumber daya yang tersedia dapat teralokasikan secara optimal. Sumber daya yang diperlukan dalam melaksanakan program PkM mencakup, waktu, biaya, dan tenaga ahli. Alokasi sumber daya perlu dilakukan pada seluruh tahapan dan kegiatan PkM.
3. **Manajemen Risiko**, dengan perencanaan setiap potensi risiko yang mungkin timbul selama persiapan dan pelaksanaan kegiatan PkM diharapkan dapat teridentifikasi dan termitigasi, sehingga kegiatan PkM dapat dilaksanakan dengan lebih efisien dan efektif. Potensi risiko yang mungkin timbul selama persiapan dan pelaksanaan kegiatan PkM mencakup: kurangnya perencanaan, keterlambatan dalam persiapan, kurangnya sumber daya, kurangnya keterlibatan masyarakat, risiko keamanan selama menjalankan kegiatan, risiko reputasi dan kepercayaan, serta risiko keuangan dan berbagai risiko lainnya.
4. **Akuntabilitas dan Kualitas Kegiatan**, kegiatan PkM yang dilaksanakan perlu dipertanggungjawabkan kepada stakeholders dan masyarakat. Dengan perencanaan maka akuntabilitas kegiatan diharapkan dapat meningkat, sehingga seluruh stakeholders dan masyarakat percaya bahwa kegiatan PkM dikelola, dilaksanakan dan dipertanggungjawabkan secara baik dan memadai.

Selanjutnya, dalam menyusun perencanaan program PkM diperlukan beberapa langkah praktis agar PkM dapat mencapai tujuannya. Perencanaan program PkM hanya dapat dilakukan jika, permasalahan utama mitra sasaran sudah teridentifikasi secara tepat, sehingga program PkM yang disusun menjawab/menjadi solusi permasalahan-permasalahan yang teridentifikasi. Perencanaan program PkM secara umum dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3. Bagan Alir Perencanaan Program Pengabdian Masyarakat

Menyusun Sasaran Kegiatan

Langkah awal dalam merencanakan program PkM adalah penetapan sasaran program/kegiatan. Sasaran program yang dimaksudkan adalah terkait target atau tujuan yang ingin dicapai dengan dilaksanakannya program PkM. Sasaran program/kegiatan harus memenuhi karakteristik: jelas, spesifik, dapat diukur dan realistis. Target dan tujuan yang ingin dicapai didasarkan pada identifikasi kebutuhan mitra sasaran, dari kebutuhan mitra kemudian dikembangkan menjadi program/kegiatan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Sasaran program/kegiatan umumnya harus jelas, spesifik, dan dapat diukur tingkat keberhasilannya. Terdapat hal lain yang perlu dipertimbangkan ketika menyusun sasaran program, yakni (1) sumber daya yang tersedia dan (2) kemampuan tim pelaksana dalam memenuhi kebutuhan yang diperlukan. Hal ini dikarenakan sasaran program/kegiatan perlu realistis dan dapat dicapai dalam waktu yang telah ditentukan.

Penyusunan sasaran program/kegiatan juga perlu melibatkan berbagai pihak yakni, masyarakat/mitra sasaran, tim pelaksana dan stakeholders lainnya yang berkepentingan seperti perangkat desa. Hal ini dimaksudkan untuk dapat memastikan bahwa sasaran program/kegiatan sesuai dengan kebutuhan masyarakat/mitra sasaran dan dapat diterima oleh semua pihak. Selain itu, sasaran

program/kegiatan harus dapat diukur dan dievaluasi sehingga perlu ditetapkan indikator keberhasilan yang jelas dan terukur.

Proses penyusunan sasaran program/kegiatan dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. **Lakukan Analisis Situasi Mitra Sasaran**, analisis situasi mitra sasaran perlu dilakukan untuk mendapatkan gambaran lengkap dan komprehensif baik dari segi potensi wilayah, masyarakat dan permasalahannya. Analisis situasi biasanya menyajikan profil mitra sasaran serta data dan gambar yang informatif. Bagi mitra yang bergerak di bidang ekonomi situasi eksisting mitra sasaran dibuat secara lengkap dari hulu ke hilir dengan data yang terkuantifikasi.
2. **Tentukan/Identifikasi Permasalahan-Permasalahan Mitra Sasaran**, informasi yang dijadikan dasar dalam menentukan permasalahan-permasalahan mitra sasaran adalah situasi/kondisi mitra sasaran. Dalam proses analisis situasi dan permasalahan, akan ditemukan berbagai macam permasalahan yang dihadapi oleh mitra sasaran. Maka dari itu, perlu dipilih permasalahan prioritas yang akan diselesaikan. Beberapa contoh permasalahan yang biasa dihadapi mitra sasaran yaitu: (1) penjualan yang menurun; (2) pembayaran/piutang yang tidak tertagih; (3) retur produk yang tinggi; (4) produk yang minim peminat dan berbagai permasalahan lainnya, baik dalam bidang produksi, maupun manajemen usaha. Dikarenakan program/kegiatan harus realistis dan dapat terukur, sebaiknya dapat ditentukan 2-3 permasalahan utama, misalnya saja terkait produk yang minim peminat, penjualan yang menurun dan retur produk yang tinggi. Setelah permasalahan utama ditentukan, maka langkah selanjutnya adalah menentukan tujuan program/kegiatan.
3. **Tentukan Tujuan Program/Kegiatan**, tujuan dan sasaran program merupakan dua hal yang berbeda namun saling terkait. Tujuan program adalah arah atau orientasi umum yang akan dicapai oleh program PkM, lebih luas dan umum serta tidak dapat diukur secara langsung. Contoh: tujuan program PkM adalah (1) meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui pendidikan dan pelatihan; (2) meningkatkan kesadaran masyarakat; (3) meningkatkan kualitas pendidikan, dan lain sebagainya.
4. **Tentukan Sasaran-Sasaran Kegiatan**, sasaran program bersifat lebih spesifik dan dapat terukur. Hal ini dikarenakan sasaran program adalah target atau tujuan dari pemenuhan kebutuhan-kebutuhan mitra sasaran terkait. Contoh sasaran program adalah (1) meningkatnya penjualan rata-

rata sebesar 15% dalam waktu 6 bulan; (2) menurunnya presentase retur barang sebesar 5% per bulan; (3) terciptanya 1 inovasi/pengembangan produk baru dalam jangka waktu 1 tahun.

Tabel 1. Contoh Penetapan Sasaran Kegiatan

<p>Analisis Situasi Mitra Sasaran:</p>	<p>Profil Mitra Sasaran: Kelompok Usaha Singkong Kriuk. Kelompok usaha ini beranggotakan 6 orang dan sudah berdiri sejak tahun 2015. Setiap kali produksi memerlukan 5 kwintal singkong mentah, produksi dilakukan 3x dalam seminggu. Situasi mitra sasaran saat ini, (1) mengalami penurunan omset sebesar 8%-13% dan meningkatnya jumlah produk yang diretur, namun terdapat waktu-waktu dimana jumlah penjualan produk meningkat (saat ramadhan dan hari raya besar). (2) Keterbatasan produk yang dapat diproduksi serta kondisi tempat produksi cenderung kurang bersih dan hanya menggunakan alat-alat produksi seadanya.</p>
<p>Identifikasi Permasalahan Mitra Sasaran:</p>	<p>Permasalahan 1: Ketidakmampuan memprediksi penjualan dan tidak mampu melakukan pencarian pelanggan baru.</p> <p>Permasalahan 2: Ketidakmampuan dalam mengembangkan produk dan kualitas produk.</p>
<p>Tujuan Program PkM:</p>	<p>Tujuan program PkM ini adalah untuk meningkatkan kesejahteraan kelompok usaha melalui pengembangan produk.</p>
<p>Kegiatan yang akan dilakukan:</p>	<p>Kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan permasalahan 1 yaitu:</p>

	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pelatihan identifikasi pelanggan baru/pelanggan potensial; 2. Pelatihan analisis tren penjualan, analisis target pasar potensial; 3. Pelatihan pemasaran produk. <p>Kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan untuk memenuhi kebutuhan permasalahan 2 yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pelatihan dan praktek pengembangan/inovasi produk; 2. Pelatihan penggunaan alat produksi tepat guna; 3. Pelatihan kebersihan dan sanitasi proses produksi.
<p>Sasaran Kegiatan:</p>	<p>Sasaran kegiatan untuk memenuhi kebutuhan permasalahan 1 yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mendapatkan minimal 1 pelanggan baru sebagai agen/distributor; 2. Peningkatan pendapatan sebesar 30% dalam 6 bulan; 3. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam menganalisis pelanggan-pelanggan yang menguntungkan dan tidak menguntungkan (melalui peningkatan nilai pre-post test); 4. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam mempromosikan produk (melalui peningkatan jumlah kuantitas produk yang terjual). <p>Sasaran kegiatan untuk memenuhi kebutuhan permasalahan 2 yaitu:</p>

	<ol style="list-style-type: none">1. Min. 1x melakukan inovasi/pengembangan produk;2. Peningkatan keterampilan penggunaan alat produksi;3. Peningkatan kualitas produk dengan penurunan tingkat retur produk sebesar 10%.
--	---

Menyusun Action Plan dan Timeline

Program PkM dapat dikatakan berhasil jika keberhasilan program dapat terukur dengan jelas, dan untuk mencapai keberhasilan tersebut perlu disusun rencana aksi (*action plan*) dan *timeline* persiapan hingga pelaksanaan program PkM. *Action plan* dan *timeline* akan menjadi acuan pada keseluruhan program PkM sehingga perlu dibuat secara rinci dan realistis. Selain itu, *action plan* dan *timeline* juga perlu persetujuan mitra sasaran agar rangkaian *action plan* dapat terlaksana sesuai jadwal yang sudah disepakati bersama. Program PkM idealnya dilaksanakan dalam 1 semester atau lebih, hal ini dikarenakan perlu dipastikan keberlanjutan program PkM secara mandiri oleh mitra sasaran sehingga diperlukan waktu minimal 6 bulan pelaksanaan dengan 3 bulan waktu pemantauan. Dalam penyusunan *action plan* dan *timeline*, berikut beberapa hal yang perlu diperhatikan:

1. **Identifikasi kegiatan**, tim pelaksana perlu mengidentifikasi kegiatan-kegiatan yang akan dilakukan dalam mencapai tujuan program;
2. **Menentukan prioritas kegiatan**, dalam menjalankan program PkM tentunya akan banyak kegiatan yang dapat dilakukan, namun tim pelaksana PkM diharapkan dapat memilih prioritas kegiatan yang akan dilakukan dan memastikan bahwa kegiatan yang dilakukan relevan dengan tujuan program;
3. **Alokasi Sumber Daya**, pada saat menyusun *action plan* perlu dilakukan identifikasi alokasi sumber daya, untuk memastikan bahwa setiap kegiatan sumber daya yang dibutuhkan tercukupi;
4. **Fleksibilitas**, dalam penyusunan *action plan* dan *timeline* tim pelaksana PkM perlu mempertimbangkan fleksibilitas jika diperlukan perubahan dan beradaptasi dengan kebutuhan yang berubah.

Tabel 2. Contoh Action Plan dan Timeline Kegiatan

No.	Kegiatan	Bulan								
		1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Sosialisasi & Pembukaan Program Pemberdayaan/Penyuluhan/Pelatihan	■								
2	Implementasi Program 1	■	■							
3	Implementasi Program 2	■	■							
4	Tugas Mandiri Program 1 dan 2		■	■						
5	Pendampingan Intensif/Coaching Program 1 dan Program 2			■						
6	Implementasi Program 3			■	■					
7	Implementasi Program 4			■	■					
8	Tugas Mandiri Program 3 dan 4				■	■				
9	Pendampingan Intensif/Coaching Program 3 dan Program 4					■				
10	Penutupan Program dan Evaluasi Akhir Program						■			
11	Pemantauan Kebermanfaatan Program Tahap I							■		
12	Pemantauan Kebermanfaatan Program Tahap II								■	
13	Pemantauan Kebermanfaatan Program Tahap III									■

Alokasi Sumber Daya

Proses yang tidak kalah penting dalam perencanaan program PkM adalah terkait alokasi sumber daya yang diperlukan dalam melaksanakan program PkM tersebut. Sumber daya yang diperlukan dalam melaksanakan program PkM mencakup, sumber daya manusia dan sumber daya keuangan. Kedua sumber

daya ini menjadi sangat penting karena akan menentukan keberhasilan dari pelaksanaan program PkM yang direncanakan. Dalam mengalokasikan sumber daya, tim PkM perlu mempertimbangkan hal-hal yang menjadi kebutuhan mitra sasaran, serta tujuan dan sasaran program PkM.

Alokasi Sumber Daya Manusia, alokasi sumber daya manusia mencakup pembagian peran dan tanggung jawab dari masing-masing tim PkM. Pengalokasian sumber daya manusia ini dimaksudkan agar pelaksanaan/implementasi program PkM dapat terlaksana secara efektif, sehingga risiko kekurangan sumber daya manusia selama pelaksanaan program dapat dimitigasi. Alokasi sumber daya manusia dapat dibagi dalam beberapa peran besar sebagai berikut:

1. **Perencanaan**, pada tahap perencanaan alokasi SDM berfokus pada penyusunan rencana program PkM, penentuan tujuan dan sasaran program, proses identifikasi kebutuhan mitra sasaran melalui survei dan observasi mitra, hingga menyusun proposal kegiatan.
2. **Pelaksanaan**, pada tahap pelaksanaan SDM berfokus pada persiapan modul ajar program, persiapan teknik dan logistik pelaksanaan program, pengelolaan sumber daya yang tersedia, dan penyelesaian setiap masalah dan tantangan yang timbul selama pelaksanaan.
3. **Pengawasan dan Evaluasi**, pada tahap pengawasan dan evaluasi alokasi SDM berfokus pada pengawasan pelaksanaan program untuk memastikan kesesuaian pelaksanaan dengan rencana program, evaluasi keberhasilan program dengan mengacu pada indikator-indikator keberhasilan program,
4. **Komunikasi dan Pelaporan**, dalam menjalin kerjasama dan membangun kebersamaan, diperlukan pola komunikasi yang efektif antara tim pelaksana dan para stakeholders. Komunikasi dapat dijalin sejak awal pencarian mitra sasaran hingga penutupan program PkM bahkan saat monitoring/pemantauan. Komunikasi dan pelaporan biasanya dilakukan oleh tim pembantu lapangan, akrena terkait komunikasi persiapan hingga pertanggungjawaban program.

Tabel 3. Alokasi Sumber Daya Manusia

No.	Peran	Tanggungjawab
1	Ketua Tim PkM	<p>Ketua tim pelaksana memiliki peran sebagai perencana dan pengawas pelaksana program PkM, dengan tanggungjawab sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memimpin survei dan observasi kebutuhan mitra sasaran; 2. Menyusun rencana program PkM; 3. Mengkoordinasikan pelaksanaan program PkM; 4. Menyusun modul pembelajaran untuk program PkM; 5. Menyusun laporan kegiatan dan luaran-luaran program PkM; 6. Melakukan evaluasi keberhasilan program.
2	<p>Anggota Tim PkM</p> <p><i>Jumlah anggota tim pelaksana dapat disesuaikan dengan program yang direncanakan.</i></p>	<p>Anggota tim pelaksana memiliki peran sebagai pelaksana program PkM, dengan tanggungjawab sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengkoordinasikan persiapan pelaksanaan program PkM; 2. Menyusun modul pembelajaran program PkM; 3. Menjadi tim pengajar program; 4. Menyusun luaran program PkM.
3	<p>Pembantu Lapangan</p> <p><i>Jumlah anggota tim pembantu lapangan dapat disesuaikan dengan program</i></p>	<p>Tim pembantu lapangan memiliki peran sebagai komunikator dan penyusun laporan kegiatan, dengan tanggungjawab sebagai berikut:</p>

	yang direncanakan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengkoordinasikan setiap tahapan program kepada mitra sasaran dan pihak-pihak terkait lainnya; 2. Mengkoordinasikan bahan habis pakai dan logistik lainnya untuk setiap tahapan pelaksanaan program; 3. Menyusun laporan kegiatan dan mengkomunikasikan laporan tersebut kepada pihak-pihak terkait.
--	--------------------	---

Alokasi Sumber Daya Keuangan, hal penting dan krusial lainnya dalam perencanaan program PkM adalah alokasi sumber daya keuangan. Alokasi sumber daya keuangan perlu disusun secara transparan, jelas dan rinci untuk setiap komponen pembiayaan yang diperlukan. Selain itu, alokasi sumber daya keuangan juga perlu realistis dan dikelola dengan efisien. Alokasi sumber daya keuangan diutamakan untuk memenuhi kebutuhan mitra sasaran terutama terkait pengembangan teknologi tepat guna, sehingga dalam jangka panjang dapat berdampak pada peningkatan kesejahteraan mitra sasaran.

Komponen-komponen biaya program PkM sebaiknya mencakup:

1. Biaya upah dan jasa, biaya upah dan jasa dimaksudkan untuk tenaga kerja lapangan tanpa memerlukan keahlian khusus dengan masa kerja maksimal 20 hari dalam sebulan dan tenaga non akademis/pembantu teknis/asisten pelaksanaan kegiatan yang memiliki keahlian khusus dalam membantu pelaksanaan kegiatan dengan maksimal 3 jam sehari dalam kurun waktu 20 hari kerja dalam sebulan. Biaya tenaga kerja lapangan biasanya berkisar antara Rp 40.000,- sampai dengan Rp 80.000,- OH (Orang/Hari), sedangkan untuk biaya upah pembantu teknis dapat berkisar antara Rp 25.000,- sampai dengan Rp 40.000,- OJ (Orang/jam). Biaya upah dan jasa ini tidak diperuntukkan untuk honorarium narasumber, pembawa acara, moderator, panitia maupun tim PkM.

2. Teknologi dan Inovasi, komponen biaya teknologi dan inovasi berfokus pada biaya-biaya yang dikeluarkan untuk pengembangan teknologi dan inovasi tepat guna bagi mitra sasaran. Biaya-biaya yang

dimaksudkan adalah biaya bahan baku atau bahan pendukung produk, biaya alat produksi, biaya pengemasan produk, dan lainnya. Biaya ini biasanya tidak diperkenankan untuk pembelian tanah/lahan, kendaraan operasional, renovasi bangunan produksi, komputer, printer dan furnitur lainnya.

3. Biaya pelatihan, biaya pelatihan diperuntukkan bagi peningkatan keberdayaan mitra sasaran dalam bentuk softskills, melalui penyelenggaraan sosialisasi, penyuluhan, workshop, fgd, pelatihan maupun kegiatan sejenis lainnya. Biaya pelatihan ini mencakup biaya sewa ruangan, biaya konsumsi, biaya ATK dan lainnya yang sejenis untuk pelaksanaan kegiatan utama.

4. Biaya perjalanan, komponen biaya perjalanan mencakup perjalanan untuk pelaksanaan program dan uang harian perjalanan atau uang saku perjalanan. Biayanya biaya perjalanan ini mencakup biaya transportasi perjalanan, penginapan dan uang harian untuk perjalanan yang dilakukan di luar wilayah domisili/tempat bekerja tim PkM. Besaran biaya perjalanan mengikuti ketentuan yang berlaku pada masing-masing organisasi.

5. Biaya lainnya, komponen biaya lainya dalam program PkM dimaksudkan untuk pembiayaan dalam rangka pemenuhan/pemerolehan luaran-luaran dari kegiatan PkM seperti artikel, video kegiatan, HKI dan luaran lainnya yang sejenis.

Tabel 4. Alokasi Sumber Daya Keuangan

No.	Kelompok Biaya	Jumlah Dana
1.	Biaya Upah dan Jasa (maksimal 10%)	Rp
2.	Teknologi dan Inovasi (minimal 50%)	Rp
3.	Biaya Pelatihan (maksimal 20%)	Rp
4.	Biaya Perjalanan (maksimal 15%)	Rp
5.	Biaya Lainnya (maksimal 5%)	Rp
Total		Rp

Menyusun Indikator Keberhasilan dan Luaran PkM

Setiap kegiatan/program PkM sebaiknya dapat terukur tingkat keberhasilannya dan dapat menghasilkan luaran yang bermanfaat. Indikator keberhasilan program diturunkan dari solusi yang ditawarkan atas permasalahan yang dihadapi oleh mitra sasaran, baik dari segi produksi, segi manajemen pengelolaan maupun dari aspek lainnya. Maka dari itu, indikator keberhasilan program sangat tergantung pada solusi yang ditawarkan dan kemudian dari solusi tersebut apakah mengarah pada peningkatan/perbaikan dari situasi sebelumnya. Contoh indikator keberhasilan dapat dicontohkan sebagai berikut:

Tabel 5. Contoh Indikator Keberhasilan Program PkM

No.	Permasalahan	Solusi yang Ditawarkan	Indikator Keberhasilan
1.	Ketidakmampuan memprediksi penjualan dan tidak mampu melakukan pencarian pelanggan baru.	1. Pelatihan identifikasi pelanggan baru/pelanggan potensial;	<ul style="list-style-type: none">- Terjadi peningkatan pengetahuan terkait identifikasi pelanggan baru/pelanggan potensial yang ditunjukkan dengan peningkatan nilai post test sebesar 30% dari nilai pre test;- Teridentifikasi 1-2 potensial pelanggan.
		2. Pelatihan analisis tren penjualan, analisis target pasar potensial;	<ul style="list-style-type: none">- Terjadi peningkatan pengetahuan terkait analisis trend penjualan yang ditunjukkan dengan peningkatan nilai post test sebesar 30% dari nilai pre test;- Teridentifikasi kapan saja terjadi peningkatan penjualan produk.

		3. Pelatihan pemasaran produk.	<ul style="list-style-type: none"> - Terjadi peningkatan pengetahuan terkait pemasaran produk yang ditunjukkan dengan peningkatan nilai post test sebesar 30% dari nilai pre test; - Terdapat bukti pemasaran produk yang dilakukan secara konsisten setiap hari/minggu/bulan; - Penjualan meningkat 15% dalam 3 bulan.
--	--	--------------------------------	--

Luaran dari program PkM dapat berupa beberapa hal berikut:

1. Peningkatan level keberdayaan mitra secara kuantitatif dan kualitatif sesuai kelompok masyarakat dan permasalahan yang dihadapi;
2. Artikel ilmiah yang dipublikasikan pada jurnal nasional terindeks SINTA atau pada jurnal internasional;
3. Artikel publikasi berupa berita pada media massa cetak/elektronik yang terverifikasi dalam skala lokal atau nasional;
4. Karya visual kegiatan/program PkM berupa poster dan video.

Penutup

Perencanaan program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) merupakan langkah penting dalam memastikan keberhasilan dan dampak positif dari kegiatan PkM. Dengan perencanaan yang matang dan sistematis, tim pelaksana PkM dapat mengidentifikasi kebutuhan masyarakat, mengoptimalkan sumber daya, mengelola risiko, dan meningkatkan akuntabilitas dan kualitas kegiatan. Perencanaan program PkM yang efektif juga memerlukan identifikasi kegiatan yang tepat, penentuan prioritas kegiatan, alokasi sumber daya yang memadai, dan penyusunan indikator keberhasilan yang jelas. Dengan demikian, perencanaan program PkM yang baik dapat membantu meningkatkan kesejahteraan

masyarakat, meningkatkan kesadaran masyarakat akan isu-isu penting, dan memajukan pembangunan berkelanjutan. Oleh karena itu, perencanaan program PkM perlu dilakukan dengan seksama dan teliti untuk memastikan bahwa kegiatan PkM dapat mencapai tujuan yang diinginkan dan memberikan manfaat yang maksimal bagi masyarakat.

Implementasi Program PKM

Fitri Safira

Implementasi program merupakan proses eksekusi atas perencanaan yang sudah dibuat. Tahap ini bukan hanya sekedar menjalankan aktivitas, tetapi memastikan bahwa pelaksanaan program dilakukan secara konsisten sesuai dengan rencana dan mampu beradaptasi terhadap kondisi dinamis yang terjadi di lapangan. Implementasi yang baik tidak hanya bergantung pada kepatuhan terhadap rencana awal, tetapi juga pada kemampuan untuk merespons berbagai tantangan, hambatan, maupun perubahan yang muncul selama proses pelaksanaan. Oleh karena itu, penting bagi tim pelaksana untuk tidak hanya fokus pada rundown, prosedur atau petunjuk teknis, tetapi juga pada nilai fleksibilitas, keterlibatan pihak terkait, serta komunikasi yang jelas dan terbuka. Berikut ini adalah empat hal penting yang perlu diperhatikan dalam melakukan implementasi program secara efektif.

1. Aspek teknis dalam implementasi program

Untuk memastikan kelancaran pelaksanaan program, beberapa aspek teknis berikut ini perlu untuk diperhatikan.

Penataan Lokasi (Venue Set-Up)

Salah satu aspek teknis yang krusial dalam pelaksanaan kegiatan adalah penataan lokasi atau venue set-up. Hal ini mencakup pengaturan ruang, panggung atau lokasi pembicara akan memberikan paparan, tempat duduk peserta dan panitia, area registrasi, jalur evakuasi, area makan, dan area parkir bila diperlukan. Penataan yang baik akan menciptakan suasana nyaman, efisien, dan aman bagi seluruh peserta serta tim pelaksana.

Pembagian Peran dalam Tim

Kejelasan struktur organisasi dan pembagian peran dalam tim sangat menentukan efektivitas implementasi. Setiap anggota tim perlu memahami peran, tanggung jawab, dan alur koordinasi saat kegiatan berlangsung. Misalnya, terdapat PIC (person in charge) yang bertanggung jawab atas acara, logistik, komunikasi, kebutuhan teknis dan logistik, serta dokumentasi. Akan sangat baik jika pada saat kegiatan berlangsung, tim

memiliki seorang floor director atau koordinator kegiatan yang mengatur dan memastikan jalannya acara. Dengan adanya pembagian peran dalam tim yang efektif, hal ini akan menjaga kelancaran pelaksanaan dan mempercepat proses pengambilan keputusan di lapangan.

Persiapan Logistik dan Peralatan

Kebutuhan logistik dan peralatan teknis harus dipersiapkan secara menyeluruh dan tepat waktu. Kebutuhan ini diantaranya termasuk pengadaan alat tulis, perlengkapan acara, sistem suara, proyektor, tenda, konsumsi, transportasi, dan alat lain yang dibutuhkan dalam pelaksanaan kegiatan. Membuat checklist logistik dan peralatan sangat membantu untuk memastikan bahwa semua kebutuhan tersedia dan dapat berfungsi dengan baik pada hari pelaksanaan. Tim juga perlu menyiapkan alternatif jika terjadi kerusakan alat atau keterlambatan pengiriman.

2. Implementasi dan monitoring program

Pelaksanaan program harus berjalan sesuai dengan tujuan dan tahapan yang sudah ditetapkan dalam dokumen perencanaan. Proses ini mencakup pembagian tugas yang jelas, penggunaan sumber daya secara optimal, dan pelaksanaan kegiatan sesuai jadwal. Namun, implementasi tidak boleh dilepaskan dari kegiatan monitoring atau pemantauan. Monitoring dilakukan secara berkala untuk mengevaluasi kemajuan program sesuai dengan indikator keberhasilan yang telah disusun, mengidentifikasi masalah yang muncul atau mungkin akan muncul, dan menyusun langkah perbaikan. Monitoring yang efektif memungkinkan pengambilan keputusan yang cepat dan mencegah permasalahan yang muncul menjadi lebih luas.

3. Libatkan stakeholders

Kesuksesan implementasi program sangat dipengaruhi oleh sejauh mana para pemangku kepentingan atau stakeholders dilibatkan. Dalam konteks program pengabdian kepada masyarakat, stakeholders mencakup penerima manfaat program, mitra pelaksana, lembaga pendukung, pejabat setempat maupun masyarakat lokal secara lebih luas. Dengan melibatkan para pemangku kepentingan ini sejak awal, diharapkan hal ini akan meningkatkan rasa kepemilikan dan keterlibatan terhadap program, memperkuat dukungan terhadap keberhasilan program, dan memperlancar proses pelaksanaan. Selain itu, kolaborasi dengan berbagai pihak juga membuka akses terhadap sumber daya, informasi lokal, serta

kebutuhan-kebutuhan lain yang mungkin tidak tersedia dari internal tim pelaksana.

4. Berkomunikasi secara efektif

Komunikasi yang jelas dan terbuka merupakan salah satu kunci keberhasilan dalam implementasi program. Komunikasi yang efektif akan membantu memastikan bahwa semua pihak memahami peran masing-masing, target dan aktivitas program, serta perubahan yang terjadi selama pelaksanaan. Selain komunikasi internal di antara tim pelaksana, komunikasi eksternal dengan stakeholders dan masyarakat juga penting untuk membangun transparansi dan akuntabilitas. Komunikasi dalam pelaksanaan program dapat dilakukan melalui pertemuan yang terjadwal secara periodik, baik yang dilakukan dengan tatap muka atau daring. Selain itu, koordinasi juga dapat dilakukan melalui group chat. Dalam hal komunikasi, penting untuk menggunakan bahasa dan istilah yang tepat dan inklusif, dan memastikan terjadinya ruang dialog dua arah sehingga dapat meminimalkan miskomunikasi.

5. Adaptif

Realitas pelaksanaan di lapangan sering kali berbeda dari rencana di atas kertas. Oleh karena itu, penting bagi pelaksana program untuk bersikap adaptif dan tidak kaku terhadap perubahan. Ketika terjadi tantangan tak terduga, seperti perubahan cuaca yang mendadak, perubahan kebijakan, kendala teknis, ataupun konflik antar kelompok, dibutuhkan kemampuan untuk melakukan problem solving agar tantangan-tantangan tersebut dapat teratasi dengan baik. Dalam hal ini, penting untuk dapat menyesuaikan strategi pelaksanaan program tanpa kehilangan arah tujuan. Sehingga, indikator keberhasilan yang telah disusun dapat tetap tercapai. Pada intinya, adaptasi yang baik tidak berarti mengubah tujuan, tetapi menyesuaikan pendekatan agar tetap relevan dan efektif.

Evaluasi Program Pengabdian kepada Masyarakat

Yunita Andi Kemalasari

Evaluasi program pengabdian masyarakat dilakukan pada tahap akhir, untuk mengetahui tingkat efektivitas sebuah program yang dilakukan dalam mencapai sasarannya. Tahap ini merupakan bagian yang cukup kritis. Dalam aplikasinya, ketika melakukan desain program pengabdian kepada masyarakat, para pelaksana kegiatan akan mengidentifikasi bagaimana cara melakukan evaluasi yang tepat dari sebuah program yang akan disusun. Hal ini untuk memastikan efektivitas sebuah program dapat diukur di kemudian hari.

Evaluasi program juga dilakukan untuk lebih memahami tingkat peningkatan kompetensi, maupun area perbaikan yang dapat ditingkatkan ke depan. Melalui hasil evaluasi tersebut, dapat diketahui informasi sebagai dasar pertimbangan keputusan maupun arah pengembangan masyarakat (yang dilakukan intervensi melalui program pengabdian kepada masyarakat) di kemudian hari. Terkait dengan program yang telah dilakukan, hasil evaluasi ini dapat menjadi dasar untuk peningkatan kualitas program, maupun kemungkinan modifikasi desain pembelajaran agar peserta dapat lebih meningkat area kompetensinya sesuai dengan yang diharapkan. Jika program dapat diterima dengan baik, maka akan terjadi peningkatan pengetahuan dan keterampilan para peserta, serta selanjutnya peserta dapat menerapkan ilmu yang didapatkan dengan percaya diri di kemudian hari. Tindak lanjut dari evaluasi program juga dapat memberikan kontribusi yang positif terhadap capaian akhir sebuah program pengabdian kepada masyarakat.

Evaluasi program pengabdian kepada masyarakat dapat mengadaptasi penggunaan level evaluasi program yang biasa digunakan dalam program pelatihan, yaitu 4 level evaluasi Kirkpatrick (Kirkpatrick, 2016). Empat level yang dapat diukur, yakni Reaction (reaksi peserta/masyarakat penerima manfaat program), Learning (pembelajaran), Behavior (perilaku), dan Results (hasil kerja).

Level 1: Reaction

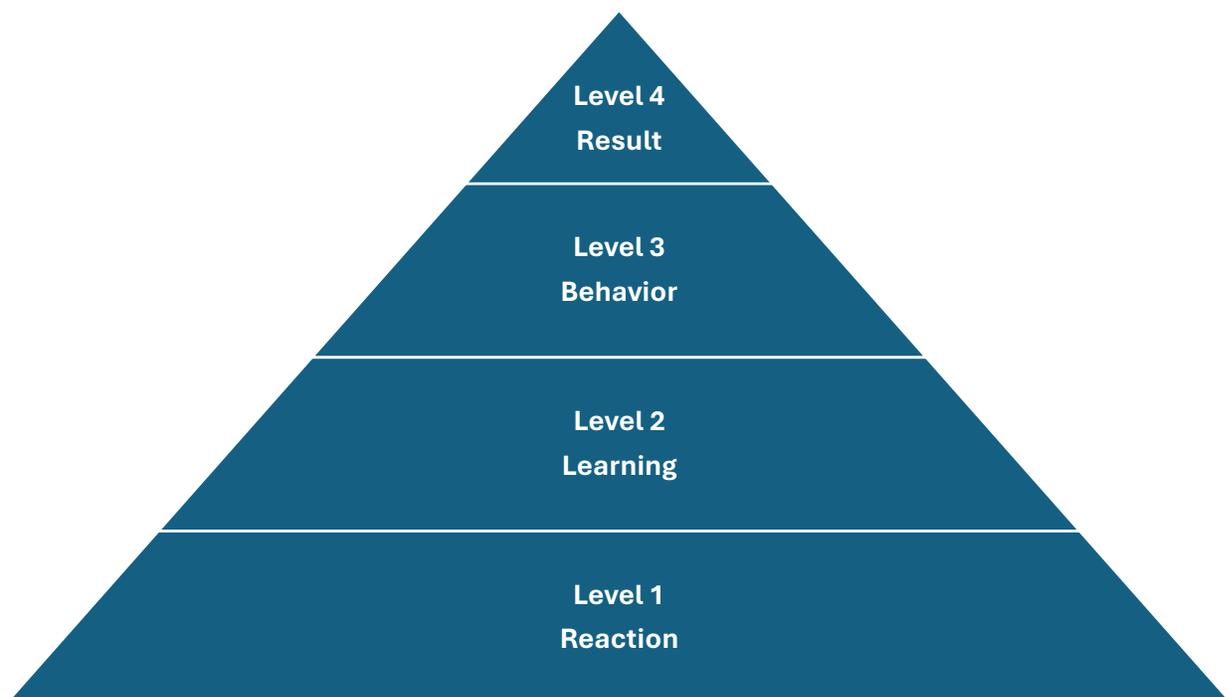
Evaluasi ini mengukur tingkat respon peserta terhadap proses dan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat. Pada tahap ini, mengukur seberapa peserta program merasa menikmati situasi saat program pengabdian masyarakat berlangsung. Peserta juga menilai seberapa relevan program pengabdian kepada masyarakat dengan kebutuhan dan aktivitas yang mereka lakukan sehari-hari.

Contoh hal yang diukur: keterlibatan, relevansi, dan kepuasan peserta program.

Level 2: Learning

Evaluasi ini mengukur tingkat peserta memperoleh pembelajaran selama program pengabdian kepada masyarakat berlangsung. Hal ini mengukur seberapa peningkatan pengetahuan serta keterampilan masing-masing peserta, demi mengetahui seberapa proses pembelajaran telah diterima dan dipahami oleh peserta pelatihan.

Contoh hal yang diukur: pengetahuan, keterampilan, sikap, kepercayaan, dan komitmen.



Gambar 4. Kirkpatrick Model

Level 3: Behavior

Evaluasi ini mengukur tingkat penerapan atau aplikasi ilmu yang telah dipelajari saat pelatihan, ketika mereka kembali ke masyarakat atau pada jenis usaha masing-masing yang telah dijalankan. Hal ini untuk melihat seberapa program pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan, dapat mengubah perilaku peserta.

Contoh hal yang diukur: pemantauan, penguatan, pembelajaran pada aktivitas sehari-hari di masyarakat/usaha masing-masing, dorongan dari lingkungan sekitar, dan bentuk penghargaan atas perubahan perilaku.

Level 4: Results

Evaluasi ini tingkat hasil dan manfaat yang dirasakan oleh masyarakat atau jenis usaha yang dimiliki, sebagai bagian dari hasil program yang telah didapatkan. Hal ini untuk melihat seberapa program pengabdian kepada masyarakat dapat berdampak terhadap kinerja sebuah masyarakat atau sebuah usaha, dengan berbagai dukungan, tingkat akuntabilitas dari lingkungan sekitar.

Contoh hal yang diukur: indikator utama, hasil yang diharapkan.

Keempat level evaluasi program di atas, akan membantu menganalisis dan memahami tingkat capaian program pengabdian kepada masyarakat terhadap sasaran program yang telah disusun sebelumnya. Di samping itu, dapat peningkatan kompetensi tiap peserta, pertumbuhan organisasi, dan membantu menyusun program pengabdian kepada masyarakat yang lebih bermanfaat.

Tabel 6. Metode dan Perangkat Evaluasi Program Pengabdian Kepada Masyarakat

Level Evaluasi	Metode dan Perangkat Evaluasi
Level 1 (Memahami informasi dengan cepat dan efisien untuk memastikan penerimaan peserta terhadap kualitas program)	Metode: <ul style="list-style-type: none">▪ Observasi dari fasilitator.▪ Observasi dari tim yang bertugas (selain pengajar dan fasilitator).

<p data-bbox="212 149 667 226">pengabdian kepada masyarakat)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="716 149 1419 226">▪ Pemeriksaan langsung kepada peserta, melalui diskusi. <li data-bbox="716 260 1419 338">▪ Survei/pengisian formulir kuesioner oleh peserta (tertulis). <li data-bbox="716 371 1252 405">▪ Wawancara perwakilan peserta. <li data-bbox="716 438 1419 516">▪ Focus group discussion (setelah sesi program berlangsung). <p data-bbox="716 550 889 583">Perangkat:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="716 617 1094 651">▪ Lembar survei tertulis <li data-bbox="716 684 1024 718">▪ Link survei online <li data-bbox="716 751 1419 829">▪ Lembar hasil observasi yang diisi oleh fasilitator/tim yang bertugas <p data-bbox="716 863 1419 974">Jenis pertanyaan yang dapat ditanyakan oleh fasilitator (secara langsung) kepada peserta:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="716 1008 1419 1119">▪ Bagaimana tingkat kepuasan peserta terhadap pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat. <li data-bbox="716 1152 1419 1327">▪ Bagaimana tingkat kesesuaian program pengabdian kepada masyarakat, dengan kebutuhan dan solusi dari tantangan yang dirasakan saat ini. <li data-bbox="716 1360 1419 1570">▪ Terkait fasilitas yang mendukung program pengabdian kepada masyarakat, seperti suhu ruangan, pencahayaan, makanan yang disediakan, dan sumber daya pendukung lainnya. <li data-bbox="716 1604 1419 1778">▪ Kepuasan terhadap respon dan kualitas tanggapan pelaksana program pengabdian kepada masyarakat, selama program berlangsung. <li data-bbox="716 1812 1419 1885">▪ Ketidakpuasan terhadap hal yang dirasakan dan dirasa penting oleh peserta.
--	---

	<p>Hal ini sebagai area perbaikan pelaksanaan program di kemudian hari.</p> <p>Catatan: perangkat yang telah berisi hasil atau respon peserta, kemudian dibuat tabulasi dan laporannya.</p>
<p>Level 2</p> <p>(Mengidentifikasi dengan jelas kesesuaian informasi dan pemahaman yang didapatkan peserta dengan sasaran pembelajaran)</p>	<p>Metode:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tes pengetahuan ▪ Diskusi ▪ Aktivitas kelompok ▪ Aktivitas individu ▪ Bermain peran (role play) ▪ Simulasi <p>Perangkat*):</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pre-test/Post-test ▪ Kuis ▪ Presentasi peserta ▪ Peserta melakukan pengajaran, terkait materi yang telah didapat ▪ Menyusun rencana aksi ▪ Survei ▪ Wawancara ▪ Melakukan demonstrasi/praktik hal yang telah dipelajari <p>*)dapat dipilih sesuai evaluasi terkait pemahaman atau keterampilan dari peserta.</p>
<p>Level 3</p> <p>(Menganalisis dengan jelas dan melakukan pemantauan terhadap perilaku kerja peserta, yang berdampak kepada</p>	<p>Metode:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Dukungan dan akuntabilitas ▪ Melakukan pemantauan dan memberikan penghargaan atas capaian perilaku kritis yang diharapkan

<p>peningkatan kinerja yang komprehensif dan berkelanjutan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coaching ▪ Mentoring ▪ Key Performance Indicator ▪ Self-Assessment ▪ Peer Review ▪ Work Review <p>Perangkat:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sesi pemantauan dan coaching yang terukur dengan formulir tiap sesi
<p>Level 4 (Menganalisis capaian target peserta, dengan ukuran yang jelas dan mengukur dampak positif setelah mengikuti program pengabdian masyarakat, sesuai sasaran hasil yang diharapkan)</p>	<p>Metode:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Menyusun indikator utama dan mengukur capaian hasilnya ▪ Menganalisis dan mengukur data internal yang dimiliki, terkait capaian target yang diharapkan <p>Perangkat:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Formulir pencapaian target ▪ Surat rekomendasi dan validasi atas capaian kinerja yang diharapkan

Tantangan dan Solusi

Yunita Andi Kemalasari

Program pengembangan komunitas yang telah direncanakan dengan matang, kerap kali menghadapi tantangan dalam implementasinya. Tantangan yang dirasakan cukup bervariasi, baik dari sudut pandang penerima manfaat, penyelenggara kegiatan, maupun terkait desain program yang dijalankan. Agar kebermanfaatannya tetap dirasakan, maka perlu waktu yang cepat untuk mencari solusi terbaik dari tiap tantangan yang dirasakan.

Tantangan Program Pengembangan Komunitas

1. Tingkat pengetahuan dan kompetensi

Pemerataan pendidikan di Indonesia masih belum merata. Sehingga, dalam melaksanakan program pengabdian masyarakat, perlu dipetakan bagaimana ukuran tingkat pengetahuan dan kompetensi peserta. Hal ini dapat diawali dengan penggalan informasi terkait latar belakang pendidikan dan pengalaman peserta, sehingga dapat disusun program yang mengadaptasi kebutuhan proses pembelajaran yang sesuai dengan kompetensi peserta.

2. Dinamika kelompok

Program pengabdian masyarakat disusun melalui tahapan, yang seringkali memakan waktu yang cukup lama. Perubahan sosial dan kebutuhan masyarakat yang dinamis atau seringkali cepat berubah, menyebabkan kendala dalam implementasi program, khususnya dalam hal dinamika kelompok. Seperti, perbedaan kepentingan, adat istiadat dan tradisi daerah setempat, perbedaan pandangan, hingga terdapat potensi munculnya konflik antar anggota. Pola interaksi yang telah didesain untuk dijalankan akhirnya perlu diadaptasi, sehingga pola interaksi dan dinamika kelompok tetap terbangun selama program pengembangan komunitas dijalankan, agar sesuai dengan harapan.

3. Tingkat fokus dan kebosanan selama program dilakukan

Tidak semua peserta memiliki keterlibatan penuh selama program pengembangan komunitas. Beberapa faktor dapat menjadi distraksi, sehingga mengurangi efektivitas penerimaan program yang dijalankan, khususnya mempengaruhi fokus peserta dan menciptakan kebosanan untuk mengikuti program. Dukungan, keterlibatan, dan partisipasi aktif sangat diharapkan dari masyarakat penerima manfaat, untuk memastikan kemajuan program yang telah disusun.

4. Keengganan dalam mengubah kebiasaan

Masyarakat memiliki kebiasaan yang telah dijalankan selama kurun waktu yang lama. Sementara program pengembangan komunitas, seringkali terbatas dari segi waktu. Sehingga, seringkali keberlanjutan program pengembangan komunitas dipengaruhi oleh komitmen dalam mengubah mindset dan kebiasaan.

5. Komunikasi dan koordinasi

Seringkali, program pengabdian kepada masyarakat melibatkan berbagai pihak, sehingga dibutuhkan kejelasan terkait program dan Sasarannya. Konflik dan kendala dapat terjadi, jika terdapat koordinasi yang kurang baik antara berbagai pihak. Di samping itu, komunikasi melalui sosialisasi program juga perlu dilaksanakan secara dua arah, agar masing-masing pihak lebih memahami peran dan fungsi masing-masing, serta tujuan sebuah program pengembangan komunitas.

6. Keterbatasan sumber daya

Dana, fasilitas, transportasi, dan sumber daya manusia merupakan faktor kunci dalam pelaksanaan program pengembangan komunitas yang optimal. Khususnya jika pelaksanaan program berada akses wilayah yang terbatas. Seringkali, proses pencairan dana juga terkendala, sehingga memunculkan kendala dalam kelancaran pelaksanaan program dan aspek lainnya. Potensi konflik juga dapat muncul, jika tidak tertangani dengan baik. Perlu kejelasan informasi (terkait sumber daya yang akan digunakan) pada tahap awal, sehingga jika terdapat kendala terkait sumber daya, dapat diantisipasi dan diatasi dengan cepat, serta dipikirkan alternatif penyelesaiannya.

Solusi Program Pengembangan Komunitas

1. Modifikasi materi pembelajaran

Selama program pembelajaran berlangsung, perlu diterapkan monitoring secara rutin, sehingga (jika diperlukan) dapat dilaksanakan modifikasi terkait materi pembelajaran yang disesuaikan dengan kesiapan peserta, dan tingkat pengetahuan atau kompetensinya.

2. Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti

Pemanfaatan teknologi masih belum dapat diaplikasikan di area pelosok, sehingga dalam proses pelaksanaan program pengabdian masyarakat, penyelenggara perlu memastikan penggunaan bahasa dan istilah yang dapat dengan mudah dipahami oleh para peserta. Demi memastikan pemahaman terhadap bahasa dan istilah yang digunakan, dapat dilakukan komunikasi dua arah (pengecekan langsung/konfirmasi dari fasilitator kepada peserta), sehingga penyerapan pemahaman peserta dapat lebih meningkat.

3. Penggunaan evaluasi program yang sesuai dengan karakter peserta

Pada tahap awal penyusunan program pengabdian kepada masyarakat, umumnya telah disusun bentuk evaluasi program dan metode yang digunakan untuk mengukur evaluasi program pengabdian kepada masyarakat. Namun, dalam implementasinya, ketika terdapat tantangan yang baru teridentifikasi dalam pelaksanaan program pengabdian kepada Masyarakat (misalnya terkait kesulitan peserta dalam mengisi soal pre/post test yang diberikan), maka penyelenggara program dapat beradaptasi dan menyesuaikan bentuk evaluasi program yang diberikan, tanpa mengurangi esensi dan sasaran evaluasi tersebut. Misalnya saja, dengan bentuk tanya jawab langsung yang lebih interaktif kepada peserta.

4. Pelaksanaan pelatihan program pengabdian kepada masyarakat, dengan metode yang interaktif

Umumnya peserta program merupakan masyarakat (Ibu rumah tangga, masyarakat umum yang tidak sering melaksanakan kegiatan pelatihan). Sehingga, penggunaan metode yang lebih interaktif dapat membantu keingintahuan dan minat dari peserta. Beberapa cara yang dapat digunakan, seperti peningkatan partisipasi melalui diskusi kelompok untuk berbagi

pengalaman, merumuskan ide, atau memberikan pendapat. Hal ini dapat meningkatkan komunikasi dan kolaborasi antar peserta. Selain itu, dapat diberikan studi kasus (sesuai kendala yang dirasakan saat ini), lalu kemudian peserta diminta untuk memecahkan masalah sesuai kasus tersebut. Jika memungkinkan, dapat digunakan video, memberikan bentuk simulasi, atau role play. Hal ini dapat memberikan pengalaman belajar yang lebih menyenangkan bagi peserta.

5. Memastikan tingkat fokus dan kebutuhan peserta selama program

Peserta seringkali memiliki aktivitas lain di luar program pengabdian kepada masyarakat, sehingga hal tersebut dapat mengganggu fokus dan konsentrasi dari peserta. Pada tahap awal implementasi program, dapat digali kembali apa yang menjadi kebutuhan dari masing-masing peserta yang hadir dan terlibat dalam kegiatan, sehingga hal tersebut yang akan menjadi acuan untuk meningkatkan motivasi mereka, selama program berjalan. Hal lain yang dapat dilakukan dengan penggunaan metode interaktif (yang telah dijelaskan pada poin 4), dan melakukan latihan berupa pemberian kuis maupun ice breaking. Di samping itu, penyelenggara juga dapat mendiskusikan kembali waktu penyelenggaraan kegiatan. Jika memang ternyata dilaksanakan pada waktu yang sibuk, maka dapat didiskusikan alternatif waktu terbaik untuk penyelenggaraan program pengabdian kepada Masyarakat.

6. Pelaksanaan aktivitas yang dikombinasikan dengan kegiatan luar ruangan

Dalam melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat, dapat menggabungkan kegiatan dalam ruangan dan kegiatan yang dilaksanakan di luar ruangan. Hal ini dapat meningkatkan semangat para peserta. Tentunya, perlu disesuaikan juga dengan sasaran dan capaian pembelajaran. Jika aktivitas dilaksanakan di luar ruangan, maka dapat diberikan berbagai tantangan dan simulasi untuk mengembangkan keterampilan maupun meningkatkan motivasi peserta.

7. Coaching and mentoring intensif

Peningkatan efektivitas program pengabdian kepada Masyarakat dapat dilakukan melalui proses coaching dan mentoring secara berkala. Terutama untuk program yang dilaksanakan dengan durasi lebih dari 3 bulan, perlu dilakukan pengukuran bagaimana program yang tengah dijalankan, dapat memberikan perubahan perilaku dari peserta. Setelah proses pembelajaran dilakukan, peserta

dapat diminta untuk mengimplementasikan konsep dan teori yang telah diberikan, lalu mendiskusikan tantangan dan kendala yang ditemui, melalui proses coaching dan mentoring. Dalam proses mentoring, mentor dapat berbagi pengalaman untuk membantu menyelesaikan kendala yang ada, dan menghindari kesalahan. Sementara dalam proses coaching, coach akan menggali coachee untuk merumuskan rencana aksi, hingga memantau bagaimana kemajuan dari program pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan agar sesuai dengan sasaran yang diharapkan.

8. Kolaborasi dengan para ahli, agar membantu perubahan pola pikir

Melalui interaksi, kerjasama, dan kolaborasi dengan berbagai pihak yang ahli dan berpengalaman, dapat menambah pengetahuan dari peserta dan mendorong pengembangan keterampilan dari para peserta. Beberapa ahli yang dapat dilibatkan berasal dari perguruan tinggi, industry, peneliti, maupun dari tenaga Kesehatan. Sehingga, dapat didiskusikan bagaimana teknik penanganan kasus dan mengembangkan ide inovasi untuk memberikan Solusi dari permasalahan komunitas.

9. Pelaksanaan sosialisasi dengan seluruh pemangku kepentingan

Program pengabdian kepada Masyarakat seringkali melibatkan berbagai pihak dalam implementasinya. Sehingga, proses sosialisasi akan membantu untuk meningkatkan pemahaman akan program yang akan dijalankan secara utuh. Sosialisasi program juga dapat membantu mengidentifikasi dan mencari alternatif Solusi dari masalah yang mungkin akan timbul. Diharapkan dengan adanya keterlibatan dari para pemangku kepentingan, dapat meningkatkan partisipasi untuk mendukung keberhasilan program.

10. Memastikan pemahaman terkait tujuan serta peran masing-masing pihak selama program pengabdian kepada Masyarakat yang berjalan

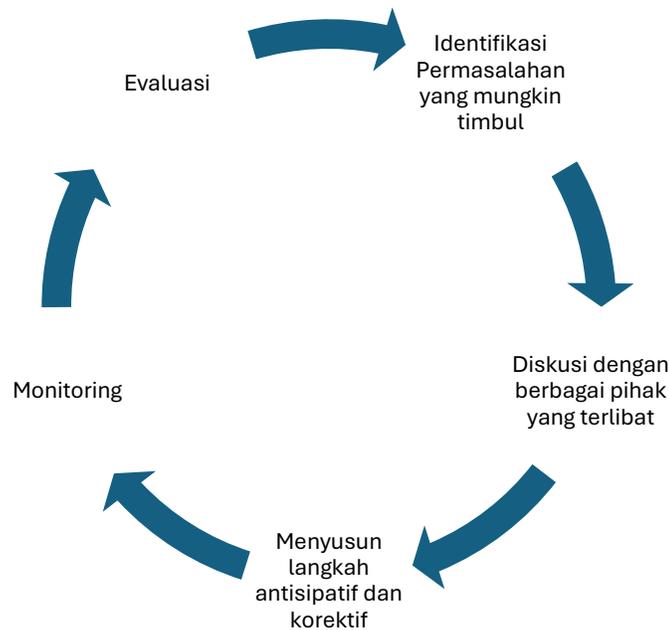
Tujuan dan sasaran dari program pengabdian kepada Masyarakat, seringkali hanya diketahui oleh beberapa pihak. Sehingga penting untuk memastikan tiap pihak yang terkait lebih mengetahui apa tujuan program secara umum, dan bagaimana bentuk peran yang diharapkan dari tiap pihak dalam program pengabdian kepada Masyarakat. Secara berkala, perlu dilakukan koordinasi dan monitoring, agar tidak terputus informasi dan tercipta hubungan yang kuat, hingga akhirnya terbangun kepercayaan antar pihak yang terlibat.

Berikut ringkasan tantangan yang dapat dirasakan selama program pengembangan komunitas dan solusi yang dapat diberikan.

Tabel 7. Ringkasan Tantangan dan Solusi

No	Tantangan	Solusi
1	Tingkat pengetahuan dan kompetensi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Modifikasi materi pembelajaran ▪ Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti ▪ Penggunaan evaluasi program yang sesuai dengan karakter peserta
2	Dinamika kelompok	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pelaksanaan dengan metode interaktif ▪ Memastikan tingkat fokus dan kebutuhan peserta selama program
3	Tingkat fokus dan kebosanan selama program dilakukan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pelaksanaan aktivitas yang dikombinasikan dengan kegiatan luar ruangan
4	Keengganan dalam mengubah kebiasaan	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coaching dan mentoring intensif ▪ Kolaborasi dengan para ahli, agar membantu perubahan pola pikir
5	Komunikasi dan koordinasi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pelaksanaan sosialisasi dengan seluruh pemangku kepentingan ▪ Memastikan pemahaman terkait tujuan serta peran masing-masing pihak selama program pengembangan komunitas berjalan
6	Keterbatasan sumber daya	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kolaborasi dengan para ahli ▪ Kerjasama dengan pihak sponsor/pendanaan

Agar pelaksanaan program pengabdian kepada Masyarakat dapat dilaksanakan sesuai sasaran yang diharapkan, dan demi memastikan lancarnya pelaksanaan kegiatan, maka perlu disusun alur merumuskan langkah antisipatif atau rencana darurat. Berikut tahapan yang dapat dilakukan:



Gambar 5. Alur Merumuskan Langkah Antisipatif

1. Identifikasi permasalahan yang mungkin timbul

Pada tahap ini, diperlukan proses pengumpulan informasi berupa kuesioner, survey, maupun wawancara langsung dengan berbagai pihak. Setelah itu, dilakukan analisis untuk merumuskan kendala dan tantangan yang dapat muncul selama program berjalan.

2. Diskusi dengan berbagai pihak yang terlibat

Dalam proses identifikasi permasalahan, seringkali tim belum berhasil merumuskan risiko dan kendala yang dapat muncul. Sehingga, diperlukan diskusi dengan para ahli, tim yang pernah terlibat sebelumnya, maupun para pemangku kepentingan. Hal ini untuk mengantisipasi kegagalan dalam aspek teknis dan peningkatan keterampilan yang mungkin terjadi. Jika program juga melibatkan pemerintah, maka perlu dilibatkan juga pemerintah daerah, Lembaga, dan Masyarakat yang nantinya akan terlibat selama program.

3. Menyusun Langkah antisipatif dan korektif

Pada tahap ini, dilakukan perumusan terhadap langkah yang dapat diambil, jika permasalahan terjadi. Beberapa hal yang dapat dituliskan, terkait antisipasi dalam hal peralatan, kebutuhan, maupun bantuan yang dapat diberikan dari berbagai pihak. Bentuk komunikasi yang diberikan juga sangat berpengaruh untuk Menyusun Langkah korektif terkait permasalahan yang dihadapi.

4. Monitoring

Selama program pengabdian kepada masyarakat, diperlakukan pengendalian dan pemantauan secara berkala, untuk memastikan pelaksanaan program sesuai rencana dan sasaran yang telah disusun.

5. Evaluasi

Secara berkala, dilakukan evaluasi untuk mengidentifikasi masalah yang tiba-tiba muncul dan melakukan penilaian terhadap Langkah koreksi yang dilakukan. Dalam tahap ini juga perlu dilakukan pendokumentasian, seperti Menyusun laporan akhir (untuk pembelajaran), agar permasalahan yang sama tidak dilakukan lagi pada program selanjutnya.

Bagian 2

Contoh Program PkM: Kelompok Usaha Nugget “Kaila Rasa”

Profil Komunitas

Provinsi Jawa Barat adalah salah satu provinsi dengan potensi ekonomi besar, yang ditopang oleh sektor industri dan manufaktur di kawasan Bekasi-Karawang-Purwakarta, pertanian dan Perkebunan, serta pariwisata alam dan budaya yang beragam. Data dari jabar.bps.go.id menunjukkan bahwa pada Maret 2024, Gini Ratio Jawa Barat turun menjadi 0,421 dibandingkan Maret 2023 (0,425) tetapi naik dari September 2022 (0,412), dengan ketimpangan di perkotaan turun ke 0,434 dari Maret 2023 (0,439) namun naik dari September 2022 (0,427), sedangkan di pedesaan meningkat menjadi 0,325 dari Maret 2023 (0,321) dan September 2022 (0,306). Angka ini menunjukkan bahwa, meskipun terdapat sedikit perubahan positif pada ketimpangan di perkotaan dan provinsi secara umum dalam setahun terakhir, ketimpangan di pedesaan meningkat, yang mengindikasikan adanya tantangan dalam pemerataan pembangunan antara wilayah perkotaan dan pedesaan.

Wujud ketimpangan tersebut salah satunya tercermin pada Desa Cibodas, yang terletak di Kecamatan Rumpin, Kabupaten Bogor. Wilayah ini merupakan salah satu desa tertinggal di Jawa Barat, dengan perekonomian warga yang terbatas pada sektor informal. Jaraknya dari pusat pemerintahan provinsi Jawa Barat mencapai 178 km, menunjukkan lokasi yang terpencil dari pusat kota dan jarang mendapat perhatian serta program pengembangan sumber daya manusia. Desa ini memiliki luas wilayah 914 hektar dengan jumlah penduduk sebanyak 2.150 kepala keluarga. Mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani, pedagang, buruh, pengrajin, penjahit, pensiunan, dan wirausaha mikro.

Produk Nugget Kaila Rasa

Salah satu usaha mikro yang ada di Desa Cibodas adalah Kelompok Usaha Nugget “Kaila Rasa”. Kelompok usaha rumah tangga yang memproduksi nugget dengan merek “Kaila Rasa” ini telah berdiri sejak tahun 2018 dan memiliki lima anggota. Ketua kelompok sekaligus pemilik usaha, Bapak Mardana, dibantu oleh Bapak Rawi dan istrinya, dan tiga karyawan lainnya dalam proses produksi. Produk yang dihasilkan oleh kelompok usaha ini merupakan nugget rasa ayam yang dijual melalui pedagang-pedagang di pasar sekitar Kabupaten Bogor. Rata-rata

penjualan produk setiap bulan adalah sebesar 2.750 bungkus. Nugget ini diproduksi dengan mengolah bahan baku berupa tepung sagu, tepung terigu, dan perasa kaldu ayam.



Pemilik Usaha (Kiri) dan Kondisi Awal Rumah Produksi Nugget

Produksi nugget dilakukan setiap hari berdasarkan jumlah pesanan yang diterima dari pedagang di pasar. Produk Nugget Kaila Rasa didistribusikan kepada pelanggan melalui pasar di sekitar Kabupaten Bogor yang telah menjadi langganan seperti Pasar Leuwiliang, Pasar Ciseeng, Pasar Nyungcung, dan Pasar Gobang, yang berjarak sekitar 35 km dari tempat produksi.



Produk nugget Kaila Rasa.

Tantangan yang Dihadapi

Kelompok Usaha Nugget Kaila Rasa menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan usaha, khususnya terkait fluktuasi permintaan dan penjualan produk. Penjualan cenderung meningkat menjelang bulan Ramadan, namun pada bulan lainnya sering mengalami penurunan antara 8%-17% dibandingkan bulan sebelumnya. Kondisi ini diperparah selama pandemi, di mana 63,9% UMKM mengalami penurunan omzet lebih dari 30%, termasuk usaha ini. Meski terdapat peluang peningkatan penjualan pada momen tertentu, kelompok usaha sering kali tidak mampu memenuhi permintaan akibat keterbatasan kapasitas produksi. Proses produksi yang masih manual, seperti penggunaan alat pengaduk sederhana dan hanya memiliki satu kompor, memperpanjang waktu produksi. Selain itu, ruang produksi yang kurang higienis juga berpotensi menurunkan kualitas produk.



Pengecekan produk nugget sebelum dikemas.

Di sisi lain, kelompok usaha juga menghadapi kesulitan dalam memperluas pangsa pasar. Penjualan hanya mengandalkan pelanggan tetap di sekitar desa, tanpa upaya mencari pelanggan baru atau strategi promosi yang efektif. Minimnya kemampuan dalam memproyeksikan penjualan dan mendesain kemasan produk yang menarik menjadi hambatan tambahan. Ketidakmampuan memahami kebutuhan pasar secara mendalam turut memengaruhi stabilitas pendapatan kelompok usaha ini.



Pengemasan produk nugget.

Berdasarkan uraian di atas, secara umum terdapat dua tantangan utama yang dihadapi oleh kelompok usaha ini. Pertama, adanya kebutuhan modernisasi alat produksi agar proses produksi lebih efisien, pelatihan kebersihan untuk menjaga kualitas produk, serta analisis pola musiman guna mengidentifikasi tren permintaan sehingga produksi dapat disesuaikan dengan kebutuhan pasar. Kedua, adanya kebutuhan pada aspek peningkatan literasi pemasaran untuk meningkatkan daya tarik konsumen dan mendorong pertumbuhan penjualan. Oleh karena itu, dalam bagian ini akan dibahas mengenai upaya dan pendekatan yang digunakan dalam mengatasi tantangan tersebut. Mulai dari cara mengidentifikasi dan menemukan pelanggan baru, melakukan pembaharuan kemasan produk, melakukan pencatatan dan analisis penjualan secara sederhana, meningkatkan kebersihan dan sanitasi untuk meningkatkan kualitas dan keamanan produk pangan, menemukan peluang inovasi produk dan adopsi teknologi untuk meningkatkan produktivitas.

Menemukan Strategi Efektif dalam Upaya Memperluas Pelanggan dan Menciptakan Peluang Inovasi

Fitri Safira

Bagi pelaku bisnis mikro, menemukan basis pelanggan baru merupakan hal yang penting. Keberadaan basis pelanggan baru ini sangat krusial untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis mikro. Sebab, hal ini secara langsung memengaruhi pendapatan dan eksistensi bisnis mikro di pasar. Salah satu tantangan yang kerap dihadapi oleh pelaku bisnis mikro adalah anggaran operasional yang ketat dan sumber daya terbatas. Sehingga, dengan memperluas basis pelanggan baru akan membantu pelaku bisnis untuk mengurangi ketergantungan pada kelompok kecil pelanggan tertentu. Memiliki basis pelanggan baru juga akan membantu mengurangi risiko yang muncul karena adanya fluktuasi permintaan di pasar atau perubahan preferensi pelanggan. Selain itu, dengan menjangkau pelanggan baru, hal ini juga akan membuka peluang baru untuk mengenalkan produk baru dan memicu “word of mouth” di antara pelanggan. Dalam proses mengenali pelanggan baru, pelaku bisnis juga dapat memanfaatkan kesempatan ini untuk mendapatkan wawasan baru tentang permintaan pasar yang berbeda dan selera pelanggan yang berbeda, sehingga kelak membantu pelaku bisnis mikro untuk beradaptasi, berinovasi, dan meningkatkan kualitas produk mereka.

Mengenali Pelanggan Baru

Tantangan dalam Mencari Pelanggan Baru

Bisnis mikro kerap menghadapi berbagai tantangan dalam mencari pelanggan baru. Keterbatasan yang muncul dari aspek sumber daya, akses pasar, dan strategi pemasaran sering kali menjadi penyebabnya. Kendala lain seperti keterbatasan modal juga kerap menjadi kendala utama. Anggaran yang terbatas

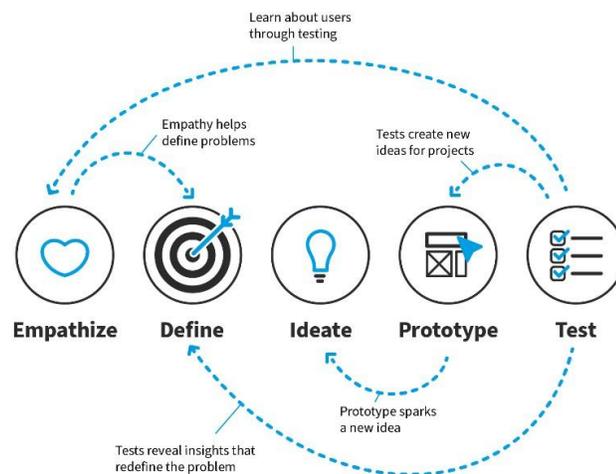
ini kemudian menyulitkan bisnis mikro untuk menjalankan upaya pemasaran pada skala besar atau menggunakan platform digital yang berbayar dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

Tantangan lain yang juga sering terjadi adalah tenaga kerja yang minim dan akses yang terbatas terhadap teknologi atau media pemasaran modern. Seperti yang kita ketahui, bisnis mikro biasanya dijalankan oleh pemilik usaha dengan bantuan satu atau dua orang saja. Keterampilan pemasaran biasanya tidak menjadi pertimbangan utama dalam mencari tenaga kerja, prioritas keterampilan yang diharapkan biasanya terletak pada aspek produksi dan logistik. Ketiadaan sumber daya dan akses untuk mengadopsi teknologi atau media pemasaran modern yang lebih terkini akhirnya mengurangi kemampuan para pebisnis mikro untuk menjangkau calon pelanggan secara efektif. Kurangnya pemahaman tentang strategi pemasaran ini semakin menjadi tantangan bagi bisnis mikro, terutama untuk mereka masih bergantung pada metode pemasaran tradisional. Akses pasar yang terbatas, baik secara geografis maupun melalui jaringan bisnis digital semakin membatasi jangkauan mereka untuk mendapatkan pelanggan baru di luar wilayah operasional mereka saat ini. Faktor lain yang juga menjadi tantangan adalah kepercayaan konsumen. Bisnis mikro biasanya memiliki merek yang belum dikenal oleh pelanggan. Hal ini akhirnya menjadi tantangan tersendiri. Ketika merek bisnis mikro belum dikenal luas dan basis pelanggan yang terbatas, review atau ulasan pelanggan akan produk yang dihasilkan pun menjadi minim. Sedikitnya ulasan pelanggan ini sering kali membuat calon pelanggan baru merasa ragu untuk mencoba produk atau layanan mereka. Tantangan lainnya yang juga hadir adalah dalam hal persaingan. Ada kalanya bisnis mikro juga harus bersaing dengan perusahaan besar yang memiliki merek yang lebih dikenal, faktor-faktor produksi yang lebih mumpuni dan anggaran yang jauh lebih besar. Ketimpangan sumber daya ini semakin menyulitkan bisnis mikro untuk dapat bersaing di pasar lokal dan memperketat kompetisi dalam kategori produk yang sama.

Di sisi lain, kurangnya diferensiasi dalam produk atau layanan menjadi penghambat bisnis mikro untuk menarik perhatian pelanggan di pasar yang telah jenuh (*saturated*). Ketidakmampuan bisnis mikro untuk menawarkan nilai tambah baru, *unique selling point*, atau keunggulan produk mereka yang berbeda dengan produk lain di pasar kepada konsumen semakin menjadi tantangan tersendiri. Apalagi, hal ini juga mungkin diperparah oleh perubahan tren bisnis yang cepat, di mana bisnis mikro sering kali tidak memiliki data, sumber daya, dan pemahaman kognitif untuk secara cepat memahami situasi dan beradaptasi dengan preferensi konsumen yang terus berubah.

Namun demikian, tantangan yang dihadapi oleh bisnis mikro bukan berarti tidak dapat diatasi. Dengan strategi dan pendekatan yang tepat, pelaku bisnis mikro memiliki peluang besar untuk mengatasi berbagai hambatan tersebut. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah mengadopsi metode-metode yang terbukti efektif dalam memahami kebutuhan pelanggan dan menjangkau pasar baru. Sebagai contoh, pelaku bisnis mikro dapat menerapkan proses *empathize* dalam kerangka *design thinking*. Proses ini dapat membantu pebisnis mikro memahami kebutuhan pelanggan secara mendalam dengan cara yang lebih terstruktur. Selain itu, teknik seperti *canvassing* juga dapat diadopsi. Metode ini melibatkan pendekatan langsung kepada calon pelanggan, dapat dilakukan secara offline maupun online, untuk mengenali calon pelanggan baru, dan memperkenalkan produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan kombinasi strategi ini, diharapkan bisnis mikro tidak hanya dapat mengenali dan memahami kebutuhan pelanggan, tetapi juga meningkatkan kemampuan mereka dalam menarik dan mempertahankan pelanggan baru.

Design Thinking: a Non-Linear Process



Interaction Design Foundation
interaction-design.org

Gambar 6. Design Thinking Process

Proses Mengenali Pelanggan Baru

Dalam proses mengenali pelanggan baru, sebelumnya, kita perlu membedakan jenis-jenis pelanggan. Secara umum, pelanggan dapat kita bedakan ke dalam dua kategori, yaitu pelanggan individual (individual customers) dan pelanggan bisnis (business customers). Pelanggan individu membeli produk untuk digunakan secara personal dan keputusan pembeliannya sering kali dipengaruhi oleh faktor harga, kualitas dan reputasi merek. Sementara itu, pelanggan bisnis merupakan entitas bisnis yang membeli produk untuk mendukung operasional bisnis atau sebagai inventori yang kelak dijual kepada pelanggan akhir. Selain harga, pelanggan bisnis biasanya mempertimbangkan faktor lain dalam keputusan pembelian seperti hubungan dengan vendor atau supplier, dan nilai jangka panjang atas hubungan bisnis tersebut.

Pelaku bisnis mikro dapat memperluas basis pelanggan dengan menjangkau kedua jenis pelanggan tersebut. Apa saja langkah praktis yang dapat dilakukan untuk mencapai pasar yang lebih luas? Berikut merupakan langkah efektif untuk memperluas basis pelanggan dan meningkatkan jangkauan pasar.

Identifikasi Kebutuhan Pelanggan

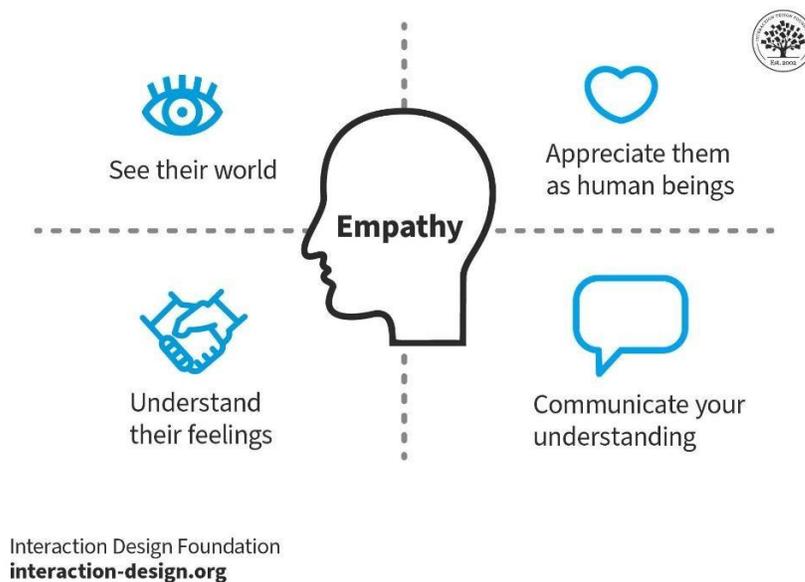
Hal pertama yang dilakukan dalam upaya untuk mencari pelanggan baru adalah dengan melakukan identifikasi pelanggan. Pada dasarnya, kehadiran sebuah produk di pasar adalah untuk menjawab kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku bisnis untuk dapat mengidentifikasi dan memahami kebutuhan pelanggan. Dengan memahami kebutuhan pelanggan, pelaku bisnis dapat menyesuaikan produk mereka agar lebih relevan dan memberikan manfaat yang sesuai bagi target pasar. Pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan, keinginan dan ekspektasi pelanggan memungkinkan pelaku bisnis untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang optimal, sehingga dapat membangun loyalitas pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka terhadap produk tersebut.

Dengan menyediakan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, hal ini tidak hanya meningkatkan peluang keberhasilan usaha di pasar, tetapi juga membantu mengurangi risiko kegagalan produk. Ketika sebuah produk tidak memenuhi kebutuhan atau tidak menarik bagi pelanggan, besar kemungkinan produk tersebut akan ditinggalkan oleh pelanggan.

Lebih jauh lagi, pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pelanggan dapat membuka peluang baru di pasar. Dengan mengikuti tren dan keinginan pelanggan yang terus berkembang, pelaku usaha dapat merancang produk baru

yang inovatif dan menarik, baik untuk pelanggan baru maupun pelanggan lama. Dengan demikian, pelaku usaha dapat memperluas pangsa pasar dan meningkatkan penjualan.

Mengenali kebutuhan pelanggan dapat dilakukan dengan beragam cara, salah satunya adalah dengan melakukan *empathize*, sesuai dengan proses pertama dalam kerangka design thinking. *Empathize* dalam design thinking adalah tahap pertama yang fokus pada upaya untuk memahami kebutuhan dan perspektif pelanggan secara mendalam. Pada tahap ini, pelaku bisnis mikro mengumpulkan informasi mengenai kebutuhan dan perspektif pelanggan melalui observasi, wawancara, serta interaksi langsung dengan para pelanggan untuk mendapatkan gambaran yang jelas dan utuh tentang pengalaman yang dirasakan oleh pelanggan terkait dengan produk yang ditawarkan.



Gambar 7. Aspek-aspek Proses Empathize

Dalam proses *empathize*, pebisnis dapat melakukan interview dengan pelanggan yang saat ini telah terlayani dan dengan calon pelanggan baru. Sebagai contoh, misalnya Kelompok Usaha Nugget Kaila Rasa ingin mengenali lebih dalam apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan nugget-nya saat ini. Maka, kelompok usaha tersebut dapat melakukan interview dengan beberapa orang dan bertanya seputar pengalaman mereka mengonsumsi nugget. Beberapa pertanyaan yang dapat disampaikan antara lain adalah sebagai berikut.

adalah nugget), dan hal-hal yang menyenangkan dan tidak menyenangkan dalam pengalaman konsumsi nugget.

Teknik Mencari Pelanggan Baru: Canvassing

Setelah mengidentifikasi dan memahami kebutuhan pelanggan, langkah berikutnya adalah melakukan identifikasi terhadap pelanggan saat ini dan pihak-pihak lain yang berpotensi untuk menjadi pelanggan baru. Sebagai contoh, jika saat ini pelanggan Nugget Kaila Rasa adalah pedagang di pasar, maka, Nugget Kaila Rasa dapat mulai melakukan diversifikasi pasar dengan merambah ke segmen pasar baru, misalnya, pelanggan individual seperti ibu rumah tangga, warga di sekitar tempat produksi, pelaku usaha mikro lainnya yang berada di sekitar lokasi produksi, dan warung makan.



Praktik Melakukan Canvassing

Untuk dapat menjangkau pasar baru diantara kelompok-kelompok pelanggan potensial tersebut, pelaku usaha dapat melakukannya dengan metode canvassing. Canvassing adalah aktivitas menghubungi calon pelanggan baru yang sebelumnya tidak memiliki interaksi atau belum pernah membeli produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha. Berdasarkan persona yang terhimpun pada tahap sebelumnya, pelaku usaha mulai dapat melakukan kontak awal dengan calon pelanggan baru tersebut. Berikut ini merupakan langkah praktis dalam melakukan canvassing.

- Identifikasi pihak yang berpotensi menjadi pelanggan baru
- Hubungi/temui calon pelanggan tersebut
- Lakukan wawancara singkat untuk mengetahui profil pelanggan, dan tanyakan mengenai ketertarikannya dengan produk yang ditawarkan. Misalnya, produk nugget.
 - Apakah suka nugget atau tidak? Nugget yang seperti apa yang ia suka?
 - Pernah membeli nugget atau tidak? Di mana ia membeli nugget?
 - Kapan saja ia makan nugget?
 - Berapa harga satu bungkus nugget yang biasa dibeli?
 - Berapa harga yang pas untuk produk nugget ini? (Tunjukkan produk nugget).
- Jangan lupa untuk menanyakan nama dan nomor telepon calon pelanggan. Akan lebih baik lagi jika pelaku usaha dapat memberikan produk contoh sehingga calon pelanggan dapat mencoba langsung produk yang ditawarkan.

Informasi baru yang terhimpun melalui proses canvassing juga dapat kembali dipetakan ke dalam persona, seperti pada template berikut ini.

Kampus Merdeka
INDONESIA JAYA

PPM SCHOOL OF MANAGEMENT
Creating Trans-Generators

Persona Pelanggan Baru

Apakah suka nugget atau tidak? Nugget yang seperti apa yang ia suka? apabila ada bentuk atau varian baru tertarik mencoba?

Nama:

Umur:

Nomor Telepon:

Alamat:

Pekerjaan:

Hobi/ Kesukaan:

Pernah membeli nugget atau tidak? Di mana ia membeli nugget?

Kapan saja ia makan nugget?

Sudah berapa kali membeli nugget?

Berapa harga satu bungkus nugget yang biasa dibeli?

Mengapa membeli nugget?

Berapa alokasi budget atau dana yang bersedia ia keluarkan untuk membeli nugget?

Gambar 9. Persona Pelanggan Baru

Mengenali Pelanggan, Meningkatkan Peluang Pasar dan Inovasi

Melalui proses mengenali dan mengidentifikasi pelanggan baru, pelaku bisnis dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang kebutuhan, perilaku, dan perspektif pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Aktivitas ini menjadi kunci penting dalam membangun strategi bisnis yang lebih relevan dan berdaya saing di masa depan. Dengan mengenali pola dan preferensi pelanggan, pelaku bisnis dapat menciptakan inovasi yang lebih sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan daya tawar mereka di pasar.

Selain itu, aktivitas identifikasi pelanggan baru juga akan membantu pelaku bisnis mikro mengenali peluang pasar yang mungkin belum tergarap. Dengan memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan baru, pelaku bisnis dapat menciptakan produk atau layanan yang lebih sesuai, atau bahkan menemukan segmen pasar baru yang sebelumnya tidak terjangkau. Misalnya, seorang pemilik usaha mikro produk nugget menemukan bahwa ada nugget tidak hanya dikonsumsi secara pribadi tetapi juga menjadi oleh-oleh untuk kerabat dan keluarga lain. Bahan baku nugget yang *versatile* juga dapat dikembangkan untuk menjawab kebutuhan pelanggan akan produk yang praktis dan nyaman dikonsumsi sebagai kudapan, seperti otak-otak, cimol maupun cilok. Wawasan seperti ini yang didapat melalui proses *empathize* pada akhirnya membuka ruang bagi pelaku bisnis mikro untuk berinovasi, baik dalam menciptakan produk baru atau memodifikasi produk yang sudah ada agar lebih sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Dalam hal pemasaran, pengenalan pelanggan baru memungkinkan pelaku bisnis untuk merancang pendekatan yang lebih efektif. Alih-alih menggunakan strategi pemasaran yang umum atau generik, pelaku bisnis mikro dapat menyesuaikan pesan, media, dan saluran komunikasi pemasaran yang digunakan untuk menjangkau pelanggan baru. Sebagai contoh, pelanggan individu produk nugget yang sebagian besar merupakan ibu rumah tangga cenderung lebih suka untuk mendapatkan penawaran melalui pesan singkat di aplikasi chat, mendapat kepastian harga dan ketersediaan produk setiap hari, serta menyukai produk nugget dengan bentuk yang beragam.

Penutup

Proses mengenali dan mengidentifikasi pelanggan baru adalah langkah strategis yang sangat penting bagi pelaku bisnis mikro untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Melalui pemahaman yang lebih dalam terhadap kebutuhan, perilaku, dan preferensi pelanggan, pelaku bisnis dapat menciptakan inovasi produk dan layanan yang relevan serta mampu menjangkau segmen pasar baru. Aktivitas ini juga membuka peluang bagi bisnis mikro untuk mengurangi risiko ketergantungan pada pelanggan lama dan menghadapi fluktuasi permintaan dengan lebih baik. Dengan memahami tren dan perilaku pelanggan, pelaku bisnis dapat memperluas jangkauan pasar dan mengembangkan produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pelanggan tetapi juga memberikan kepuasan pelanggan yang lebih optimal. Proses *empathize* dalam kerangka design thinking dan metode canvassing merupakan salah satu pendekatan yang efektif untuk mengenali pelanggan secara mendalam dan menjangkau pasar baru. Dengan mengimplementasikan kedua pendekatan ini, bisnis mikro tidak hanya dapat beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang dinamis tetapi juga memperkuat posisi mereka di pasar yang kompetitif.

Mencatat dan Menganalisis Penjualan: Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Optimalisasi Analisis Penjualan

Martdian Ratna Sari

Pendahuluan

Pertumbuhan dan keberlanjutan usaha dipengaruhi oleh berbagai faktor dan salah satunya adalah pengelolaan keuangan usaha. Pengelolaan keuangan usaha mencakup pengelolaan modal usaha, pengelolaan arus kas, penganggaran usaha, pengelolaan utang dan piutang, perencanaan pajak hingga laporan keuangan. Seluruh pengelolaan keuangan usaha berawal dari pencatatan keuangan usaha yang baik.

Pencatatan transaksi keuangan merupakan aspek yang penting dan krusial dalam melakukan pengelolaan usaha, baik dalam skala besar maupun skala kecil. Pencatatan keuangan usaha pada skala usaha yang besar cenderung tidak menghadapi tantangan teknis, karena secara sumber daya organisasi sudah mampu menggunakan pencatatan keuangan yang terotomatisasi maupun memiliki staf keuangan yang memiliki pengetahuan dan keterampilan keuangan yang mumpuni. Hal ini berbeda dengan usaha pada skala kecil dan mikro, pencatatan transaksi keuangan seringkali tidak dilakukan karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan pelaku bisnis. Adanya keterbatasan tersebut menyebabkan pelaku bisnis kecil dan mikro rentan mengalami kesulitan dalam membuat pencatatan transaksi usaha yang akurat yang akhirnya menyebabkan kebingungan dalam mengelola pendapatan dan pengeluaran usaha. Tidak jarang, dalam menjalankan usaha keuangan usaha tercampur dengan keuangan rumah tangga. Salah urus ini akan menyebabkan masalah-masalah keuangan seperti ketiadaan modal kerja yang dalam jangka panjang membuat usaha tidak dapat bertahan dan bertumbuh.

Pola lain yang juga kerap terjadi adalah, kebanyakan pelaku bisnis kecil dan mikro hanya melakukan pencatatan transaksi di akhir minggu atau bahkan di akhir bulan. Hal tersebut menyebabkan hilangnya jejak transaksi, terutama ketika terjadi retur barang dari penjualan maupun terkait dengan aktivitas pembayaran. Tidak tercatatnya transaksi usaha secara baik dapat menyebabkan kesalahan dalam mengelola arus kas usaha dan hilangnya potensi pendapatan. Oleh karena itu, pencatatan transaksi usaha merupakan aspek yang sangat penting dalam menjamin keberlanjutan sebuah usaha. Pencatatan transaksi usaha tidak hanya akan memudahkan pelaku bisnis dalam mengatur arus kas usaha, namun juga dapat bermanfaat untuk analisis terkait produk yang lebih diminati pelanggan, trend penjualan setiap minggunya dan mengidentifikasi pelanggan yang loyal terhadap produk.

Pelaku bisnis kecil perlu memahami pengelolaan keuangan usaha, dimulai dengan mencatat transaksi penjualan dan menganalisisnya secara berkala. Pencatatan pesanan penjualan dapat menyajikan informasi sebagai berikut.

- Identitas lengkap dari pelanggan yang melakukan pemesanan baik individu maupun perusahaan. Melalui data identitas pelanggan ini, pelaku bisnis dapat mengetahui apakah pelanggan tersebut merupakan pelanggan baru atau pelanggan lama.
- Informasi produk yang lebih sering dipesan atau diminati pelanggan.
- Informasi retur barang dari distributor atau pelanggan. Informasi ini dapat menunjukkan kemampuan menjual dari setiap distributor dan potensi pelanggan dari setiap distributor
- Informasi riwayat pembayaran, dengan pencatatan pembayaran yang terstruktur diharapkan tidak ada pembayaran yang melewati jatuh tempo atau bahkan tidak terbayar.

Pengelolaan Keuangan Bisnis

Pengelolaan keuangan bisnis adalah proses perencanaan hingga evaluasi kinerja keuangan usaha dalam rangka meningkatkan ekuitas usaha. Pengelolaan keuangan bisnis yang baik dapat meningkatkan efektivitas penggunaan anggaran usaha, optimalisasi operasional, efektivitas pengambilan keputusan dan kelangsungan usaha. Untuk melakukan pengelolaan keuangan bisnis yang baik, diperlukan pemahaman yang memadai terkait prinsip-prinsip keuangan dan teknik pengelolaannya.



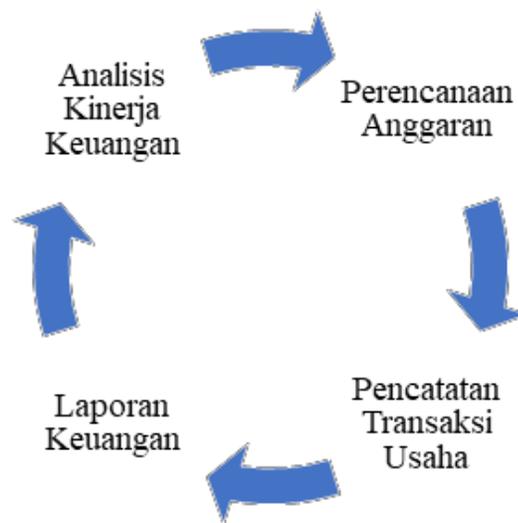
Sesi Pemaparan Materi kepada Kelompok Usaha

Pengelolaan keuangan bisnis diawali dengan membuat perencanaan keuangan yang mencakup proyeksi pendapatan, proyeksi biaya, hingga proyeksi laba. Seluruh proyeksi keuangan perlu disesuaikan dengan sumber daya keuangan yang dimiliki agar tidak terjadi pemborosan keuangan. Proses pengelolaan keuangan dapat diawali dengan perencanaan anggaran, yang berfungsi sebagai alokasi sumber daya keuangan usaha untuk berbagai kebutuhan operasional, sehingga tidak terjadi kekurangan sumber daya keuangan. Selanjutnya, diperlukannya pencatatan transaksi bisnis, pencatatan ini berfungsi sebagai pengendali keuangan usaha. Pencatatan transaksi bisnis yang baik dapat memberikan informasi keuangan usaha yang akurat, baik terkait pendapatan, biaya, utang maupun modal. Dengan adanya pencatatan yang baik, pelaku usaha juga dapat mengendalikan berbagai biaya yang tidak diperlukan, dapat mengendalikan piutang-piutang usaha yang tidak tertagih, bahkan dapat memantau aliran kas masuk dan kas keluar.

Pencatatan transaksi keuangan juga menjadi dasar pelaku usaha menyusun laporan keuangan. Laporan keuangan berfungsi sebagai alat pengukuran kinerja usaha dan menyajikan gambaran menyeluruh terkait kondisi keuangan suatu usaha. Misalnya saja, melalui laporan laba

rugi, pelaku usaha dapat mengetahui apakah usaha yang dijalankan menghasilkan keuntungan yang cukup. Disisi lain, laporan posisi keuangan usaha akan menyajikan aset-aset yang dimiliki dalam menjalankan operasional usaha.

Selanjutnya, seluruh informasi keuangan yang tersaji dalam laporan keuangan dianalisis dampaknya terhadap keberlangsungan usaha. Misalnya saja, penjualan yang terus menurun dari waktu ke waktu, pelaku usaha dapat menganalisis lebih lanjut apa yang menyebabkan penjualan menurun. Seperti misalnya, apakah penurunan penjualan terjadi karena kualitas produk yang menurun, atau karena besarnya biaya di periode yang berjalan atau alasan operasional lainnya. Analisis kinerja keuangan juga diperlukan untuk pengambilan keputusan terkait keberlangsungan usaha, apakah jika diteruskan usaha tersebut masih dapat menghasilkan keuntungan, perlu dimodifikasi, atau bahkan perlu ditutup atau divestasi.



Gambar 10. Proses Pengelolaan Keuangan Usaha

Beberapa prinsip keuangan yang perlu dipahami oleh para pelaku usaha kecil adalah sebagai berikut.

1. **Prinsip kesatuan usaha**, yakni sebuah prinsip keuangan yang menjelaskan bahwasannya keuangan usaha harus terpisah dengan keuangan rumah tangga atau keuangan pribadi. Hal ini dimaksudkan agar terjadinya keseimbangan keuangan usaha. Seringkali yang dilakukan oleh pelaku usaha kecil adalah mencampurkan keuangan

- usaha dengan keuangan rumah tangga, sehingga modal usaha tidak mencukupi untuk perputaran operasional usaha.
2. **Prinsip profitabilitas**, yakni prinsip keuangan yang menekankan bahwa setiap usaha harus menghasilkan keuntungan dari operasional bisnisnya. Dengan prinsip ini, dimungkinkan pelaku usaha melakukan pengelolaan biaya dengan bijak.
 3. **Prinsip keberlanjutan**, yakni pelaku usaha perlu melakukan berbagai pertimbangan terkait keberlanjutan usaha melalui pengelolaan keuangan usaha yang efektif dan efisien.
 4. **Prinsip transparansi**, yakni pelaku usaha perlu menyusun catatan dan laporan keuangan yang jelas serta terbuka agar tersaji informasi yang jelas dan akurat.

Seluruh pengelolaan keuangan usaha diawali melalui proses pencatatan transaksi keuangan, maka dari itu pemahaman dasar yang perlu dimiliki pelaku usaha adalah terkait pencatatan. Untuk Kelompok Usaha Nugget Kaila Rasa ini, pencatatan utama yang perlu dipahami adalah terkait pencatatan pesanan penjualan.

Pencatatan Transaksi Keuangan

Ada berbagai pencatatan keuangan yang perlu dilakukan oleh para pelaku usaha. Biasanya jenis-jenis transaksi yang perlu dicatat dalam pembukuan usaha adalah (1) pendapatan, (2) biaya dan beban, (3) penerimaan kas, (4) pengeluaran kas, dan (5) investasi. Sebagai contoh, jika memperhatikan pada kondisi pelaku usaha Nugget Kaila Rasa, pencatatan yang sangat diperlukan saat ini adalah terkait dengan pencatatan pesanan dari distributor di pasar. Kebutuhan akan pencatatan pesanan pelanggan ini didapat dari mengajukan beberapa pertanyaan kepada pelaku usaha seperti:

1. Bagaimana proses pesanan pelanggan dicatat selama ini?
2. Seperti apa pencatatan yang dilakukan?
3. Jika belum melakukan pencatatan apa yang menjadi kendala dalam melakukan pencatatan pesanan tersebut?
4. Apakah bapak/ibu tahu berapa rata-rata jumlah produk yang dipesan oleh setiap pelanggan?

5. Apakah bapak/ibu tahu berapa rata-rata jumlah produk yang dikembalikan karena tidak terjual?
6. Kapan saja waktu yang pesannya banyak? Kapan saja kira-kira waktu pesanan sepi atau tidak ada yang memesan?

Misalnya saja, yang terjadi pada kelompok usaha Nugget Kaila Rasa. Hasil dari beberapa pertanyaan tersebut didapat beberapa hal berikut.

1. Pelaku usaha tidak pernah melakukan pencatatan hanya berdasarkan telepon dan pesan singkat melalui WhatsApp
2. Pelaku usaha tidak mengetahui berapa besaran modal yang diperlukan setiap kali produksi,
3. Pelaku usaha tidak mengetahui berapa banyak stock bahan baku yang harus disiapkan untuk setiap kali produksi,
4. Pelaku usaha tidak mengetahui jumlah keuntungan yang didapatkan setiap kali penjualan,
5. Pelaku usaha tidak mengetahui pelanggan yang mana yang menghasilkan penjualan tertinggi,
6. Pelaku usaha tidak mengetahui varian produk yang mana yang paling disukai oleh pelanggan, dan
7. Pelaku usaha tidak mengetahui rata-rata jumlah produk yang dipesan oleh pelanggan.

Mengacu pada kondisi pelaku usaha yang demikian, maka dipandang perlu untuk pelaku usaha Nugget Kaila Rasa dibekali pengetahuan dan keterampilan dalam melakukan pencatatan pesanan penjualan dari para pelanggan distributor di pasar. Pencatatan pesanan penjualan menjadi sangat penting untuk kelompok usaha Nugget Kaila Rasa dikarenakan produk nugget baru akan diproduksi jika ada pesanan dari pelanggan, sehingga sangat perlu bagi pelaku usaha mencatat secara detail setiap pesanan yang masuk.

Terkait dengan proses pemberian pengetahuan dan mengajarkan terkait keterampilan dalam melakukan pencatatan pesanan, pelaku usaha mendapatkan pelatihan dan pendampingan secara intensif dalam mengisi buku pencatatan pesanan.

Pelatihan Pencatatan Pesanan Penjualan

Pelatihan pencatatan pesanan penjualan dapat dilakukan dalam 1-2 kali sesi pelatihan, hal ini dapat dipertimbangkan dengan memperhatikan pengetahuan dasar yang sudah dimiliki oleh pelaku usaha dan anggota tim lainnya. Materi pelatihan yang dapat disampaikan terkait pencatatan pesanan penjualan adalah sebagai berikut.



Manfaat Mencatat Pesanan



Akibat Tidak Mencatat Pesanan



Gambar 11. Materi Pencatatan Pesanan

Proses pencatatan pesanan yang akan dilakukan oleh kelompok usaha Nugget Kaila Rasa diawali dengan proses: (1) identifikasi pelanggan-pelanggan distributor dari Nugget Kaila Rasa, (2) kemudian dikumpulkan informasi atau pesanan dari para pelanggan distributor setiap harinya, (3) melakukan pencatatan pada buku pesanan penjualan.

PENCATATAN PESANAN

No	Hari dan Tanggal	Pasar Parung	Pasar Gobang	Pasar Ciseeng	Pasar Leuwiliang	Pasar Muncung	Total Pesanan Harian
TOTAL PEMESANAN MINGGUAN							

Gambar 12. Buku Pencatatan Pesanan Penjualan

PENCATATAN PENGEMBALIAN PRODUK (RETUR)

No	Hari dan Tanggal	Pasar Parung	Pasar Gobang	Pasar Ciseeng	Pasar Leuwiliang	Pasar Muncung	Total Retur Barang
TOTAL RETURN BARANG MINGGUAN							

Gambar 13. Buku Pencatatan Retur Produk

Pada buku pencatatan pesanan penjualan ini, pelaku usaha diajarkan untuk terampil dan konsisten mengisi pesanan setiap harinya. Setelahnya pelaku usaha diajarkan untuk melakukan rekapitulasi pesanan setiap hari dan setiap minggu. Dengan adanya pencatatan pesanan, pelaku usaha menjadi dapat memahami pasar mana saja yang konsisten melakukan pesanan setiap harinya, menjadi memahami kapan saja permintaan pesanan meningkat dan pesanan menurun, serta menjadi memahami berapa banyak produk yang dikembalikan atau tidak laku terjual.

Analisis Pesanan Penjualan

Setelah melakukan pencatatan pesanan penjualan secara konsisten, pelaku usaha juga diajarkan untuk dapat melakukan analisis sederhana atas data pesanan penjualan tersebut. Analisis pesanan penjualan dilakukan dengan menggunakan bantuan media grafik trend. Pelaku usaha dan anggota timnya diminta untuk memasukkan data-data pesanan setiap harinya hingga membentuk suatu grafik.



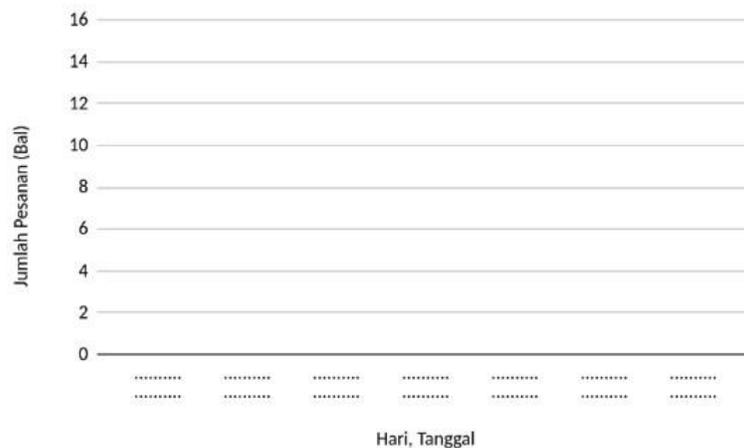
Sesi pembelajaran menghitung tingkat penjualan

Grafik tersebut menggambarkan hari apa saja pesanan penjualan sangat tinggi dan pasar mana saja yang pemesanan produknya tinggi setiap minggunya. Hasil analisis grafik ini pelaku usaha diharapkan mampu melakukan pengelolaan bahan baku yang lebih efektif, mampu melakukan pengelolaan produksi serta akhirnya mampu melakukan pengelolaan keuangan usaha.

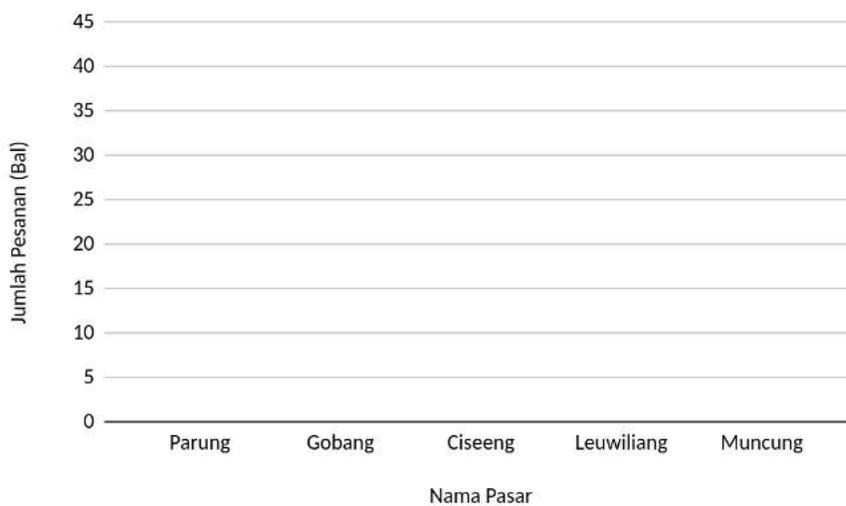
Pengembangan pengetahuan dan keterampilan pelaku usaha tidak hanya dilakukan pada saat sesi pelatihan, namun juga pelaku usaha diberi ruang untuk dapat mengimplementasikan secara langsung pengetahuan yang sudah didapatkan sebagai tugas mandiri. Pengimplementasian tersebut dilakukan dengan cara pelaku usaha diminta untuk melakukan pencatatan pesanan dan melakukan analisis pesanan dalam jangka waktu dua minggu setelah pelatihan. Dalam waktu dua minggu tersebut, pelaku usaha akan dinerikan pendampingan langsung atau *coaching* untuk memastikan bahwa pencatatan pesanan dan analisis pesanan dilakukan secara tepat.

Trend Pemesanan Harian

Nama Pasar : _____
Periode Pemesanan : _____



Trend Penjualan Mingguan



Gambar 14. Lembar Kerja Grafik Trend Pesanan Penjualan Harian dan Mingguan

Formulir Coaching

Coachee _____		
Coach _____		
Tanggal Coaching _____		
Output <u>Coaching yang disasar</u> :		
- Konsistensi pencatatan pesanan		
- Kelengkapan pencatatan pesanan		
- Ketepatan dalam melakukan pencatatan pesanan		
- Ketepatan dalam menganalisis pesanan		
No	Action Plan yang Dilakukan	Date
Kesimpulan hasil coaching:		
Tindak Lanjut selanjutnya:		

Coachee,

Coach,

(_____)

(_____)

Gambar 15. Formulir Coaching/Pendampingan

Pencatatan Terstruktur, Usaha Terukur

Pencatatan transaksi dan keuangan secara sistematis merupakan fondasi penting dalam pengelolaan usaha yang sehat, terutama bagi pelaku bisnis kecil dan mikro. Pencatatan ini memberikan kendali lebih baik atas aktivitas operasional dan keuangan, sehingga membantu pemilik usaha membuat keputusan yang lebih tepat.

Dampak pertama dari pencatatan keuangan rutin adalah kemampuan untuk mengetahui jumlah pesanan dari setiap pedagang di berbagai pasar. Sebelum adanya pencatatan, Kelompok Usaha Nugget Kaila Rasa tidak memiliki informasi tentang pasar mana yang memiliki kinerja penjualan terbaik. Dengan pencatatan, pelaku usaha kini dapat mengidentifikasi pasar dengan performa tinggi sekaligus pasar yang mengalami penurunan penjualan.

Selain itu, pencatatan transaksi memungkinkan pelaku usaha memahami karakteristik dan tren penjualan di setiap pasar. Dalam jangka panjang, informasi ini membantu menjaga hubungan baik dengan pedagang serta memastikan pasokan barang sesuai dengan permintaan. Data penjualan yang tercatat memberikan gambaran rinci mengenai kontribusi tiap pasar terhadap total penjualan. Analisis data ini menjadi dasar untuk menyusun strategi penjualan yang lebih efektif, seperti memprioritaskan pasar potensial atau memberikan perhatian khusus pada pasar yang memerlukan peningkatan.

Pencatatan juga berfungsi untuk melacak jumlah retur barang dari setiap pasar. Data retur ini dapat mengindikasikan masalah, seperti kualitas produk, ketidaksesuaian kebutuhan konsumen, atau kesalahan distribusi. Dengan mengetahui data retur, pelaku usaha dapat melakukan evaluasi dan perbaikan, baik dalam proses produksi maupun distribusi.

Dalam kasus Kelompok Usaha Nugget Kaila Rasa, pencatatan penjualan dan keuangan yang terstruktur telah membantu kelompok usaha merencanakan penjualan dengan lebih baik. Pasar Leuwiliang menjadi tulang punggung usaha dengan jumlah pesanan tertinggi. Selain itu, lonjakan pesanan sering terjadi menjelang Hari Kemerdekaan Indonesia, 17 Agustus. Hal ini menunjukkan bahwa momen-momen tertentu dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk meningkatkan penjualan.

Penutup

Pencatatan keuangan usaha merupakan hal yang sangat kritikal dalam mengelola usaha. Dengan pengelolaan keuangan usaha yang baik keberlanjutan usaha diharapkan lebih terjamin. Pengelolaan keuangan usaha paling sederhana dapat dilakukan melalui pencatatan keuangan yang transparan. Pencatatan keuangan akan dapat membantu pelaku usaha dalam menganalisis kebutuhan-kebutuhan pengembangan usaha lainnya serta membantu pelaku usaha dalam mengambil keputusan operasional.

Dalam menyusun dan memberikan pelatihan terkait literasi keuangan, hal pertama yang perlu diperhatikan adalah memahami kondisi dan karakteristik usaha. Setiap usaha memiliki karakteristik yang beragam, mulai dari usaha kecil sampai dengan usaha yang menghasilkan omzet besar. Sehingga, diperlukan pendekatan yang sesuai dengan tingkat pengetahuan pelaku usaha. Misalnya saja usaha kecil lebih membutuhkan cara mencatat pendapatan dan pengeluaran usaha dibandingkan pencatatan pajak. Kedua, menggunakan materi dan bahasa yang sederhana dalam penyampaian. Dengan keterbatasan pengetahuan pelaku usaha, perlu digunakan bahasa yang lebih sederhana dan digunakan sehari-hari dibandingkan dengan bahasa akademik yang mungkin sulit untuk dipahami. Ketiga, lebih berfokus pada praktik dan aplikasi langsung. Pengembangan kompetensi pelaku usaha mikro lebih membutuhkan pelatihan yang dapat langsung diimplementasikan dibandingkan yang bersifat teoritis. Jadi, perlu diperhatikan muatan aplikatif dalam penyampaian materi pelatihan maupun penggunaan studi kasus yang lebih relevan. Terakhir, terkait dengan sistem pencatatan, diperlukan format pembukuan dan pencatatan keuangan yang sederhana sehingga mudah digunakan oleh pelaku usaha.

Pembaharuan Kemasan Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk

Martdian Ratna Sari

Pendahuluan

Perkembangan dan persaingan usaha kecil menengah semakin kompetitif beberapa tahun ini. Bahkan, pemerintah melalui Kementerian Tenaga Kerja lebih mendorong masyarakat untuk berwirausaha dengan harapan dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang lebih banyak dibandingkan dengan lapangan pekerjaan yang tersedia saat ini. Tahun 2023, pelaku usaha UMKM mencapai 66 juta dengan kontribusi UMKM terhadap PDB sebesar 61% (data Kadin, 2023). Hal ini menunjukkan tingginya antusias masyarakat dalam berwirausaha serta didukung oleh perkembangan teknologi penjualan yang semakin massive seperti *e-commerce*.

Dalam merespon perkembangan teknologi penjualan, pelaku usaha UMKM juga dituntut untuk selalu mengembangkan produknya, dengan pengembangan produk yang inovatif usaha UMKM diharapkan akan terus bertumbuh dan berkelanjutan. Pengembangan sebuah produk tidak hanya terkait dengan variasi produk namun juga dari sisi kualitas produk dan kemasan produk. Kemasan produk juga menjadi elemen kunci dalam membangun citra merek dan perhatian konsumen, namun seringkali pelaku usaha UMKM kurang memperhatikan kemasan produknya yang seringkali dilatar belakangi oleh keterbatasan sumber daya. Dalam banyak kasus, kemasan produk merupakan hal pertama yang menarik perhatian pelanggan, baik dari warna kemasan, informasi yang tersedia pada kemasan, maupun bentuk kemasannya. Selain itu, kemasan produk juga dapat menjadi sumber informasi keunggulan produk. Maka dari itu, pelaku usaha UMKM perlu memahami secara baik bagaimana mengkomunikasikan keunggulan produknya dengan kemasan produk yang menarik.

Kemasan Produk

Kemasan produk adalah wadah atau pembungkus yang digunakan untuk melindungi produk dari berbagai risiko kerusakan dan semua produk membutuhkan kemasan. Kemasan produk biasanya didesain semenarik mungkin sehingga menarik bagi pelanggan. Kemasan produk memiliki beberapa fungsi utama antara lain sebagai berikut.

1. Kemasan Produk sebagai Pelindung Produk

Aspek utama sebuah kemasan produk adalah sebagai pelindung produk. Kemasan produk berfungsi sebagai pelindung kualitas produk, mulai dari produk tersebut selesai diproduksi, disimpan, didistribusikan, hingga diterima langsung oleh pelanggan. Dengan kemasan produk, kualitas produk tetap terjaga dari kontaminasi eksternal dan faktor lingkungan lainnya yang dapat merusak. Misalnya saja, produk obat-obatan, makanan, minuman dan lainnya. Produk- produk tersebut memerlukan kemasan yang dapat menjaga kesterilan produk dan mencegah terjadinya pembusukan. Dengan kemasan yang baik, produk dapat bertahan lebih lama dan terjaga selalu kualitasnya.

2. Kemasan Produk sebagai Identitas Produk

Kemasan produk tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, namun juga berfungsi sebagai identitas dari produk yang ditawarkan. Sebuah kemasan produk perlu mencakup beberapa informasi dasar terkait produk, seperti komposisi bahan produk, tanggal pembuatan produk, tanggal kadaluarsa produk, nomor P-IRT dan beberapa informasi lainnya. Informasi-informasi tersebut menjadi penting bagi pelanggan karena pelanggan akan merasa aman ketika mengonsumsi atau menggunakan produk terkait.

3. Kemasan Produk sebagai Media Promosi

Fungsi lainnya dari kemasan produk yaitu sebagai media promosi. Kemasan produk dengan tampilan atau desain yang menarik serta informatif dapat mendorong minat pelanggan untuk membeli produk terkait. Misalnya saja, dengan warna desain tertentu yang lebih menginterpretasikan produk, bentuk kemasan yang lebih mudah dibawa, atau bahkan kemasan yang mudah untuk didaur ulang. Dengan desain kemasan yang menarik dan unik akan lebih menarik perhatian dan dengan label/sticker kemasan yang jelas dan informatif akan memudahkan pelanggan untuk memahami produk secara cepat.

Secara umum, kemasan produk adalah aspek kritical yang tidak boleh dianggap remeh. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu juga melakukan inovasi dalam mendesain kemasan produk agar loyalitas pelanggan semakin meningkat. Selain itu, dalam persaingan pasar yang semakin ketat, kemasan produk yang tepat dapat menjadi pembeda yang signifikan.

Membuat Kemasan Produk yang Menarik

Membuat kemasan produk yang menarik adalah langkah penting agar produk juga mampu bersaing di pasar yang kompetitif. Bahkan, kemasan produk juga perlu diperbaharui mengikuti preferensi pelanggan saat ini. Pelaku usaha perlu memahami bagaimana sebuah produk dapat menarik pelanggan dari kemasannya, selain itu pelaku usaha juga dapat mempelajari beberapa referensi pembuatan kemasan produk sebagai berikut.

Membuat Desain Kemasan yang Unik

Sebuah kemasan produk dapat menjadi sebuah cerita di balik produk tersebut. Desain kemasan yang menarik akan memberikan kesan yang kuat sehingga mendorong pelanggan untuk mencoba produk yang ditawarkan. Desain kemasan produk juga menjadi identitas produk tersebut dan akan melekat pada produk tersebut, maka dari itu penting bagi pelaku usaha untuk menciptakan desain kemasan produk yang unik dan berbeda dari produk sejenis lainnya.

Desain Kemasan Produk yang sesuai dengan Target Market

Pelaku usaha perlu memikirkan secara cermat terkait dengan target market dari produk atau jasa yang ditawarkan. Misalnya saja, produk olahan ikan atau daging target marketnya adalah wanita, ibu-ibu, atau mahasiswa kos-kosan. Dengan target market yang seperti itu, maka perlu diperhatikan kemasan produk yang seperti apa yang akan menarik bagi ibu-ibu. Misalnya saja, wanita yang sudah ibu-ibu lebih menyukai kemasan yang mudah untuk dibawa, kemasan yang menarik untuk anak-anaknya atau bahkan kemasan produk ramah lingkungan. Kemasan produk akan berbeda dan menyesuaikan dengan target marketnya, jika target market utamanya adalah anak-anak maka kemasan produk yang mungkin sesuai adalah kemasan produk yang memiliki banyak gambar ilustrasi yang menarik.

Membuat Kemasan Produk dengan Beberapa Ukuran

Kemasan produk tidak hanya terkait dengan seberapa menarik kemasan tersebut bagi pelanggan, namun juga perlu mempertimbangkan ketersediaan kemasan produk dalam beberapa ukuran. Ukuran kemasan produk menjadi preferensi pelanggan untuk mencoba produk yang dijual, ada pelanggan menyukai kemasan yang lebih kecil karena mudah dibawa kemana-mana, namun ada juga pelanggan yang lebih menyukai kemasan yang lebih besar karena mempertimbangkan penghematan.

Mencantumkan Informasi Produk secara Lengkap Pada Kemasan

Informasi penting terkait dengan produk ada baiknya dapat tersampaikan pada kemasan produk. Kemasan produk tidak hanya terkait dengan desain yang menarik, namun juga terkait dengan informasi terkait produk yang dapat tersampaikan kepada pelanggan secara baik. Informasi terkait komposisi bahan produk, terkait kandungan nutrisi pada produk, terkait tanggal produksi hingga tanggal kadaluarsa penting untuk diketahui oleh pelanggan agar pelanggan dapat mengetahui kualitas produk seperti apa yang akan dibeli.

Mengacu pada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam membuat kemasan produk, ada hal yang menarik terkait kemasan produk Nugget Kaila Rasa yakni kemasan yang sangat sederhana yang hanya berupa plastik dengan label produk yang hanya difotokopi. Kemasan produk yang sederhana ini disebabkan karena adanya keterbatasan keterampilan pelaku usaha dalam membuat desain kemasan, keterbatasan sumber daya baik secara finansial maupun logistik, dan target pasar dari produk Nugget Kaila Rasa yakni pedagang distributor *frozen food* dengan kelas ekonomi bawah sehingga tidak dirasa perlu untuk membuat kemasan dengan desain yang lebih optimal.



Kemasan lama produk nugget Kaila Rasa.

Disadari oleh pelaku usaha bahwa kemasan produknya tidak cukup menarik bagi pelanggan langsung. Selain itu, kemasan produk dengan label yang berada di dalam kemasan dan menempel pada nugget berpotensi untuk mengontaminasi kualitas produk.

Pembaharuan Kemasan dan Label Produk

Dalam proses pendampingan Kelompok Usaha Nugget Kaila Rasa, dirasa perlu melakukan pembaharuan untuk kemasan dan label produk dengan tetap mempertimbangkan beberapa karakteristik dari pelaku usaha dan lokasi tempat usaha. Proses pembaharuan kemasan dan label produk nugget dilakukan dengan beberapa pendekatan sebagai berikut.

Mengidentifikasi Target Market Produk

Identifikasi kembali target market produk diperlukan untuk dapat menentukan apakah kemasan produk saat ini sudah cukup atau perlu diperbaharui. Hasil identifikasi terhadap siapa target market produk nugget Kaila

Rasa menunjukkan bahwa para pedagang distributor *frozen food* di pasar. Pelanggan akhir dari distributor ini adalah para pedagang cemilan ringan di sekolah-sekolah dasar, para pedagang cemilan yang berkeliling bahkan ibu-ibu rumah tangga. Jika mengobservasi dari perilaku para pelanggan, kemasan produk nugget tidak menjadi poin penting pelanggan akhir dalam memutuskan untuk membeli. Hal ini dikarenakan, produk nugget akan dijual kepada pelanggan akhir dalam bentuk sudah nugget yang sudah matang dan siap untuk dikonsumsi langsung, sehingga kemasan produk nugget ini tidak menjadi sebuah permasalahan yang besar.

Mengidentifikasi Kendala terkait Kemasan dan Label Produk

Terkait dengan kemasan dan label produk, kelompok usaha Nugget Kaila Rasa mengalami beberapa kendala yakni letak tempat usaha yang jauh dari kota, sehingga dibutuhkan waktu lebih lama dan upaya besar untuk melakukan pencetakan label kemasan produk apabila label kemasan habis ditengah proses produksi, biaya cetak label kemasan yang menarik dengan kualitas yang baik cenderung lebih mahal dibandingkan dengan harga jual produk, dan ketidakpahaman pelaku usaha bahwa label kemasan yang dimasukkan ke dalam kemasan berpotensi untuk menurunkan kualitas produk dari aspek kebersihan, keamanan pangan, dan cemaran atas jamur yang mungkin tumbuh pada kertas label yang lembap.

Mempertimbangkan evaluasi di atas, maka pembaharuan kemasan dan label produk Nugget Kaila Rasa tidak mengalami perubahan yang signifikan, tetapi cukup untuk menjamin keamanan dan kebersihan produk. Pembaharuan dilakukan pada desain label kemasan nugget dan tata letak label produk. Pembaharuan kemasan dan label kemasan produk Nugget Kaila Rasa dapat disajikan sebagai berikut.

Sebelumnya, label kemasan produk dimasukkan menjadi satu dengan produk (label kemasan berada di dalam produk). Selain itu, kemasan produk juga hanya menampilkan tulisan merek produk saja, tidak ada logo tertentu sebagai identitas produk. Pembaharuan kemasan dilakukan dengan tidak lagi meletakkan label kemasan produk didalam plastik produk, tetapi menempelkannya sebagai stiker di bagian luar plastik kemasan, atau sebagai kertas terpisah yang dilaminasi di bagian atas plastik. Pembaharuan juga dilakukan dengan mengubah desain label kemasan produk dengan menambahkan logo dan informasi nomor telepon yang dapat dihubungi oleh pelanggan untuk melakukan pemesanan.

Kemasan Lama



Kemasan Baru



Label dan kemasan produk sebelum dan sesudah pembaharuan.



Alternatif desain label produk yang baru.

Kemasan Menarik, Penjualan Melejit

Kemasan dan label produk merupakan bagian dari identitas sebuah produk. Dengan kemasan yang menarik dan label kemasan yang informatif diharapkan pelanggan akan lebih tertarik dan akhirnya memutuskan untuk melakukan pembelian atas produk tersebut. Sehingga, kinerja penjualan pun akan semakin

meningkat. Beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam memberikan pendampingan terkait kemasan dan label produk diantaranya adalah perlu untuk memahami kondisi usaha dan karakteristik pelanggan dari produk tersebut. Dengan memahami kondisi usaha, kita dapat memperimbangkan alternatif kemasan produk yang dapat disarankan kepada pelaku usaha dan mudah untuk diimplementasikan. Selain itu, menggunakan pendekatan persuasif dalam memberikan pemahaman akan perlunya melakukan pembaharuan kemasan dan label produk akan memudahkan proses peningkatan kualitas kemasan ini untuk dilakukan.

Menjaga Kebersihan dan Sanitasi dalam Upaya Peningkatan Kualitas Produk

Yunita Andi Kemalasari

Pendahuluan

Kebersihan merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan, terutama dalam proses produksi makanan. Hal tersebut dapat menjamin makanan yang diproduksi terbebas dari risiko penyakit dan kontaminasi dari bakteri. Dalam upaya memperkuat keamanan pangan nasional, tidak hanya gizi makanan yang diharapkan untuk dikonsumsi, namun juga aspek kebersihan dari mulai penanganan bahan makanan, persiapan dan pengolahan makanan, hingga penyajian.

Sepanjang 2023, Dinas Kesehatan Kabupaten Bogor, Jawa Barat mencatat ada tiga kasus keracunan makanan dengan korban mencapai 259 orang (kompas.id, 2023). Data dari Kementerian Kesehatan, sekitar 29% penyebab munculnya kasus keracunan di Indonesia karena faktor *hygiene* perorangan, dan seringkali kontaminasi berasal dari karyawan yang mengolah makanan, baik secara sengaja ataupun tidak disengaja melalui kontak langsung antara anggota tubuh dengan makanan (ugm.ac.id, 2020). Pencemaran dan kontaminasi terhadap pangan dan air juga mengakibatkan kerugian ekonomi dalam setahun sejumlah Rp250,5 triliun (kompas.id, 2023). Angka tersebut cukup besar, dan dapat mengakibatkan kerugian akibat kejadian yang jauh lebih besar. Efek bawaan dapat menimbulkan berbagai penyakit, seperti diare, muntaber, tifus, hingga hepatitis A. Tidak hanya penyakit, namun dampak yang jauh lebih besar dapat menyebabkan kematian, setelah mengonsumsi makanan yang terkontaminasi.

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan (Permenkes) Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2023 Pasal 4, menyatakan bahwa setiap produsen pangan olahan wajib memastikan pangan olahan yang diproduksi memenuhi Standar Baku Mutu Kesehatan Lingkungan (SBMKL) dan persyaratan kesehatan. SBMKL yang dimaksud, mencakup keperluan hygiene dan sanitasi. Sementara persyaratan kesehatan mencakup keamanan dari air, pencemaran,

kemungkinan kontaminasi, serta pengolahan yang harus memenuhi prinsip higienis dan sanitasi. Ketentuan mengenai teknis dan tahapan kegiatan pengelolaan limbah, juga diatur melalui peraturan tersebut.

Dalam kegiatan produksi maupun keseharian, sangat erat keterkaitan antara *hygiene* (kebersihan) dengan sanitasi. Menurut kontributor dari RSUP Dr. Sardjito Yogyakarta, *hygiene* merupakan upaya kesehatan dengan cara memelihara dan melindungi kebersihan subyek. Beberapa aktivitas *hygiene* yang tercakup, seperti mencuci tangan dengan air bersih dan sabun dalam upaya melindungi kebersihan tangan, mencuci piring dalam upaya menjaga kebersihan piring, dan membuang makanan yang rusak sebagai upaya untuk melindungi keutuhan makanan secara keseluruhan. Sementara sanitasi merupakan upaya kesehatan dengan cara memelihara dan melindungi kebersihan lingkungan dari subyek. Beberapa aktivitas sanitasi yang tercakup, seperti menyediakan air bersih untuk kepentingan mencuci tangan, atau menyediakan tempat sampah untuk pembuangan. Sanitasi bertujuan untuk memperbaiki, mempertahankan, atau mengembalikan kesehatan manusia, efisiensi produksi, dan menghasilkan produk sehat serta aman dari berbagai pengaruh yang dapat menjadi penyebab penyakit.

Program Pelatihan Kebersihan dan Sanitasi

Pada proses identifikasi dan observasi awal, diketahui bahwa kondisi tempat produksi Nugget Kaila Rasa cenderung kurang bersih dan hanya mengandalkan tempat seadanya. Sementara, kurangnya kebersihan ruang produksi dan alat-alat produksi dapat berpengaruh terhadap kualitas produk. Agar usaha ini dapat terus berlanjut, maka dirasa perlu untuk menjaga kualitas hasil produksi, termasuk terkait standar kebersihan dan sanitasi dari keadaan bahan produksi, cara penyimpanan bahan produksi, kebersihan peralatan produksi, proses pengolahan, cara pengangkutan makanan yang telah dimasak, cara penyimpanan makanan yang telah diproduksi, cara penyajian makanan (dalam hal ini termasuk proses pengemasan), hingga pengelolaan pembuangan limbah dan penyediaan air bersih. Hal tersebut diharapkan dapat berpengaruh terhadap peningkatan kualitas hasil produk, sehingga produk dapat lebih bersaing di pasar. Melalui kualitas produk yang optimal, peningkatan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan akan semakin tinggi.



Sesi pelatihan kebersihan dan sanitasi.

Penerapan PHBS (Pola Hidup Bersih dan Sehat) perlu dilakukan oleh pihak yang melakukan proses produksi. Dalam proses produksi, hal ini dapat mengurangi sumber pencemaran, yang terkadang secara tidak disadari telah mengandung bakteri atau mikroorganisme lainnya. Ketika seseorang menjaga kebersihan diri, maka sumber pencemaran yang berasal dari tubuh (hidung, mulut, telinga, rambut, isi perut, dan kulit) dapat diminimalisir. Oleh sebab itu, penerapan PHBS juga menjadi salah satu pembahasan dalam pelatihan kebersihan dan sanitasi.

Pelatihan kebersihan dan sanitasi proses produksi dilaksanakan sebagai upaya untuk meningkatkan kehandalan dalam menjaga kebersihan dan sanitasi area ruang produksi, serta perawatan alat produksi. Dalam upaya peningkatan kualitas produksi, dilakukan kegiatan pelatihan sanitasi kebersihan ruang dan alat produksi yang bertujuan untuk mengajarkan cara mudah untuk menjaga kebersihan diri dalam proses produksi makanan.

Cara Mudah Menjaga Kebersihan Produksi Makanan

Menjaga kebersihan produksi makanan dimulai dari menjaga kebersihan diri, kebersihan peralatan produksi, dan kebersihan area produksi serta pengelolaan limbah produksi.

Menjaga Kebersihan Diri

Kebersihan dan sanitasi personal mencakup kebersihan tubuh, penggunaan pakaian yang bersih dan rapi, serta 6 langkah cuci tangan berdasarkan standar WHO (*World Health Organization*).



Gambar 16. Langkah Cuci Tangan Menurut WHO

Kebersihan dan sanitasi personal, seperti kebersihan tubuh, penggunaan pakaian rapi dan bersih saat melakukan proses produksi (dapat ditambahkan celemek/apron, masker, sarung tangan) sangat memengaruhi kebersihan produksi makanan. Oleh karena itu, diutamakan untuk cuci tangan dengan sabun dan air mengalir, dengan mengikuti 6 langkah cuci tangan menurut WHO. Menjaga kebersihan tubuh perlu dilakukan dengan mandi dan menyikat gigi dengan benar dan teratur, serta menjaga kebersihan kuku. Di samping itu, perlu juga untuk menjaga kondisi rambut dalam keadaan bersih, mengikat rambut

(jika panjang rambut melebihi tengkuk) atau menggunakan penutup kepala. Penggunaan masker untuk menutupi hidung dan mulut perlu dilakukan, sehingga mencegah penyebaran droplet. Masker perlu diganti secara berkala, agar memastikan masker dalam kondisi bersih. Di samping itu, perlu dipastikan kondisi tiap individu sehat, saat akan melakukan proses produksi. Kondisi kulit juga perlu dipastikan bersih, saat akan kontak langsung untuk memproduksi makanan. Pastikan menggunakan alat produksi yang bersih dalam mengambil makanan, untuk menghindari makanan yang diproduksi bersentuhan langsung dengan tangan.

Menjaga Kebersihan Alat Produksi

Kebersihan dalam produksi makanan sangat penting untuk menjaga kesehatan dan keamanan konsumen. Alat produksi makanan yang tidak bersih, akan mengakibatkan kontaminasi pada makanan, dan penyakit bagi individu yang mengonsumsinya. Kebersihan alat produksi makanan mencakup kebersihan peralatan dapur dan kebersihan mesin pengolahan.

Penggunaan utensil dan bahan yang aman menjadi faktor penting, agar kebersihan terus terjaga. Perlu dipilih bahan yang dapat dibersihkan dengan mudah, memastikan penggunaan utensil dan peralatan yang tidak berkarat, serta penggunaan bahan dan kontainer yang bisa didaur ulang dan mudah dibersihkan. Faktor utama munculnya bakteri, virus, jamur, atau parasit, karena alat produksi tidak dibersihkan atau lembab. Untuk menjaga alat produksi tetap bersih, diperlukan metode pencucian yang efektif, seperti mengelola proses pemilihan dan perendaman alat produksi, proses pembersihan awal, dilanjutkan dengan pencucian dengan sabun atau deterjen, pembilasan, pencucian kedua, pembilasan akhir, pengeringan, dan penyimpanan yang tepat. Setelah proses pencucian, perlu dilakukan metode sterilisasi yang efektif. Beberapa metode sterilisasi yang bisa dilakukan, yaitu perebusan, penggunaan uap panas, pembersihan dengan alkohol, penggunaan disinfektan, sterilisasi dengan oven, ataupun dengan paparan sinar UV.

Menjaga Kebersihan Area Produksi

Kebersihan ruang produksi harus selalu terjaga dalam kondisi bersih, rapi, dan bebas dari debu, kotoran, maupun serangga yang berpotensi mengontaminasi makanan. Hal ini penting karena ruang produksi yang tidak higienis dapat menjadi sumber kontaminasi, yang berujung pada menurunnya kualitas produk dan potensi risiko kesehatan bagi konsumen. Untuk memastikan

kebersihan dan keamanan ruang produksi, dapat dilakukan dengan langkah-langkah berikut ini.

Salah satu langkah yang dapat dilakukan adalah pengendalian serangga dan hama melalui berbagai metode. Misalnya, penggunaan jebakan serangga dapat membantu menangkap serangga yang terbang di sekitar area produksi tanpa menggunakan bahan kimia berbahaya. Selain itu, penggunaan pestisida yang aman dan sesuai standar kesehatan dapat diterapkan, namun harus dilakukan secara hati-hati untuk menghindari residu yang dapat mencemari makanan.

Upaya lain yang tidak kalah penting adalah menjaga kebersihan dan sanitasi ruangan secara berkala. Ini melibatkan pembersihan rutin menggunakan bahan pembersih yang aman untuk lingkungan produksi makanan, memastikan ventilasi yang baik untuk mencegah kelembapan berlebih, serta pengelolaan sampah yang efisien agar tidak menjadi tempat berkembang biaknya serangga atau hama. Selain itu, pelatihan bagi karyawan produksi mengenai pentingnya kebersihan dan prosedur penanganan hama juga dapat meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab bersama dalam menjaga ruang produksi yang steril.

Pengelolaan Limbah Produksi

Pengelolaan limbah dan sampah juga perlu diperhatikan pengelolaan yang tepat, agar tidak menyebarkan kontaminasi, ataupun menjadi tempat berkembang biaknya serangga dan hama. Sumber kontaminasi umum meliputi sisa makanan, kuman, bakteri, dan bahan kimia. Tanah, air, dan udara juga dapat menjadi sumber kontaminasi jika tidak diidentifikasi dan diatasi dengan baik. Sementara risiko kontaminasi dapat berasal dari waktu yang lama dalam penyimpanan, penggunaan bahan yang kadaluarsa, atau pemrosesan makanan yang tidak higienis.

Mengelola limbah dan sampah produksi penting untuk melindungi lingkungan, menjaga kualitas dan keamanan pangan, dan meningkatkan kinerja produksi. Pengelolaan limbah yang baik akan mencegah pencemaran dan kontaminasi. Dengan pengelolaan limbah yang tepat, pelaku usaha juga melindungi kesehatan pekerja, masyarakat, dan yang paling penting menjaga keamanan produk bagi konsumen.

Akibat Tidak Menjaga Kebersihan

Dalam kaitannya dengan produksi makanan, jika kebersihan saat proses produksi tidak dijaga dengan baik, hal ini berpotensi untuk menciptakan berbagai kontaminasi dan penyakit yang berasal dari bakteri, virus, jamur, dan parasit. Berbagai penyakit akibat kontaminasi makanan, seperti demam, diare, kram perut, muntah, penyakit kuning, kembung, atau mual. Terdapat berbagai penyebab, yaitu:

- Salmonella: bakteri yang terdapat pada makanan dan minuman yang tidak diolah atau tidak dijaga dengan baik,
- Escherichia Coli (E.Coli): bakteri yang ditemukan pada makanan yang tidak higienis,
- Staphylococcus Aureus: bakteri yang dapat menghasilkan racun yang menyebabkan beberapa gejala keracunan makanan, seperti muntah, diare, dan sakit perut,
- Norovirus: virus yang dapat menyebar dengan cepat melalui makanan dan minuman yang terkontaminasi,
- Rotavirus: umumnya menginfeksi anak, tetapi dapat menyebabkan gejala yang serupa pada orang dewasa,
- Hepatitis A (sakit kuning): virus yang dapat menyebar melalui makanan dan minuman yang terkontaminasi,
- Aspergillus: jamur yang dapat memproduksi toksin dan menyebabkan keracunan makanan,
- Candida: jamur yang dapat ditemukan pada makanan yang diawetkan atau dijamurkan,
- Rhizopus: jamur yang dapat tumbuh pada sayuran dan buah-buahan yang telah dipanen,
- Ancylostoma Duodenale: jenis parasit cacing tambang, dan
- Ascaris Lumbricoides: jenis parasit cacing gelang.

Perubahan Tata Letak Ruang Produksi

Dari hasil catatan observasi, diketahui bahwa pelaku usaha saat ini masih belum memiliki perhatian penuh terkait kebersihan produksi. Area kebersihan di sekitar tempat produksi juga perlu lebih diperhatikan. Sebagai upaya untuk meningkatkan kebersihan area produksi, selain dilakukan pelatihan tentang PHBS, perubahan tata letak ruang produksi juga dilakukan.

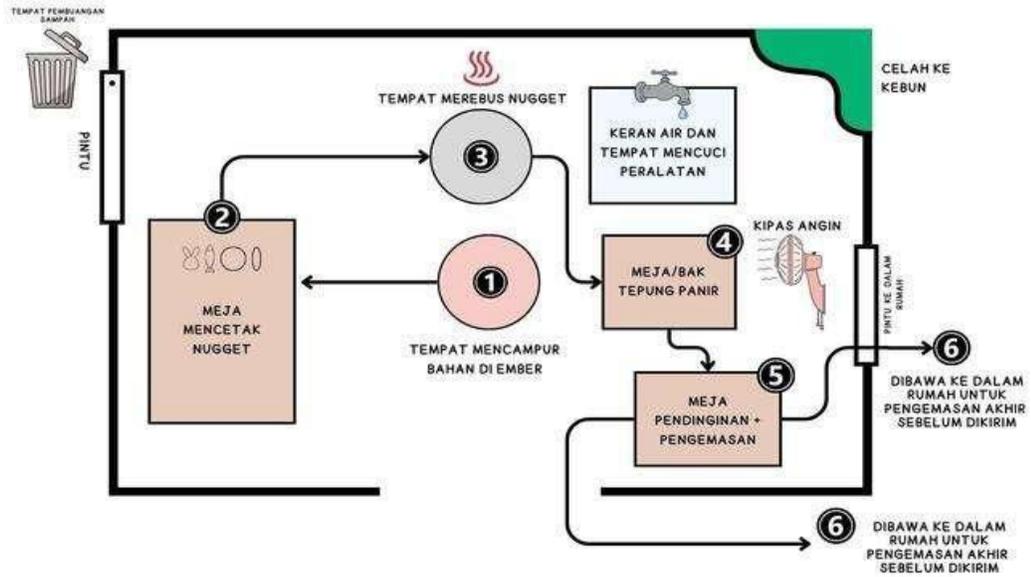
Peningkatan kualitas produk tidak hanya diukur melalui proses produksi yang sesuai standar kebersihan. Namun, kebersihan ruang produksi juga menjadi salah satu faktor kunci. Ruang produksi Nugget Kaila Rasa sangat jauh dari aspek kebersihan. Beberapa kondisi seperti ruang produksi yang tidak dibersihkan secara berkala, ruang produksi masih sangat terbuka dan berdebu, serta posisi ruang produksi yang sangat dekat dengan pembuangan sampah. Dengan melihat kondisi tersebut, maka selanjutnya dilakukan perubahan tata letak ruang produksi agar lebih efisien, serta mempertimbangkan aspek kebersihan.



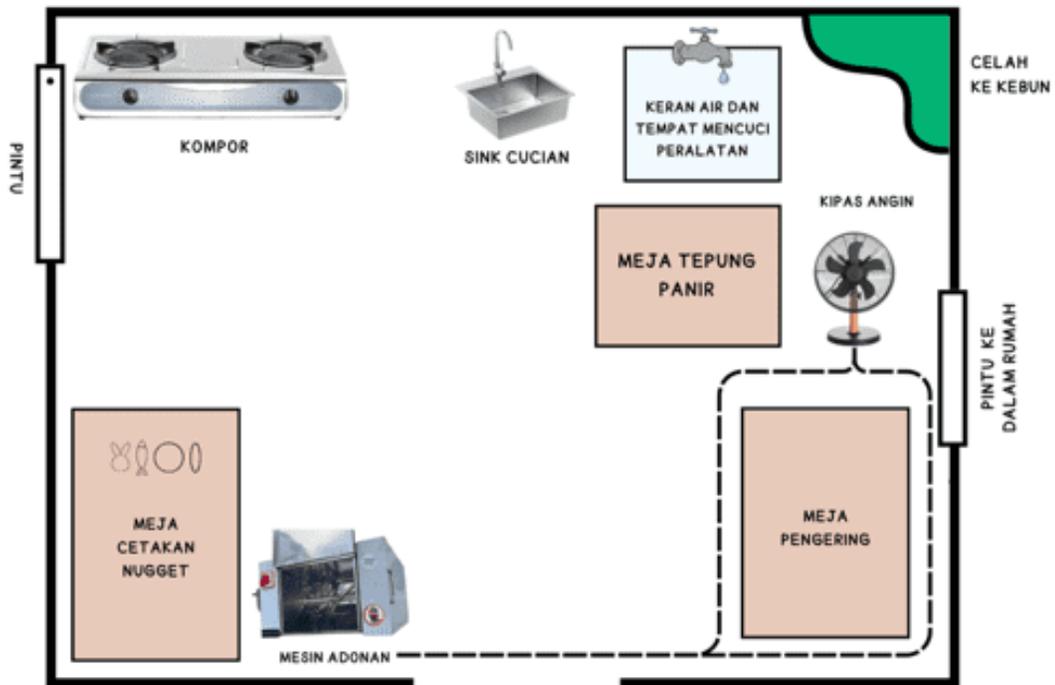
Ruang produksi nugget kaila rasa sebelum dilakukan perubahan.

Proses perubahan tata letak sesuai alur proses produksi dengan standar kebersihan dilaksanakan untuk meningkatkan kualitas hasil produksi, agar sesuai standar dari Kementerian Kesehatan. Dilakukan pengukuran ruangan dan penyusunan denah yang dapat mengakomodir efektivitas ruang gerak dan efisiensi proses produksi dengan merujuk kepada kesesuaian alur produksi. Aspek kesehatan dan kebersihan juga menjadi pertimbangan berdasarkan masukan dari narasumber praktisi kesehatan, dr. Borries Foresto Buharman, Sp.PD. Kelompok Usaha Nugget Kaila Rasa juga memberikan pertimbangan dan masukan berdasarkan pengalaman mereka, terkait denah yang disusun.

DENAH RUANG PRODUKSI



DENAH RUANG PRODUKSI



Gambar 17. Tata Letak Ruang Produksi (Atas: Sebelum Perubahan, Bawah: Setelah Perubahan)

Fasilitas Peremajaan Alat Produksi

Proses produksi Nugget Kaila Rasa yang dilaksanakan selama ini masih bergantung pada metode manual dan sederhana, yaitu dengan mengandalkan tenaga manusia. Selain itu, lokasi produksi yang terletak di wilayah terpencil yang masih belum memiliki infrastruktur yang memadai membuat kegiatan produksi rentan terhadap kontaminasi, sehingga dapat menurunkan kualitas produksi dan rendahnya kebersihan peralatan produksi produk nugget. Oleh sebab itu, dilakukan fasilitasi peremajaan alat produksi dengan bahan *stainless steel*.

Bahan *stainless steel* lebih baik untuk produksi makanan karena memiliki sifat antikorosi, tahan terhadap korosi, dan tidak bereaksi dengan bahan kimia dalam makanan, sehingga aman dan higienis. Permukaannya yang halus dan tidak berpori meminimalkan risiko kontaminasi bakteri dan mudah dibersihkan. Selain itu, stainless steel tahan terhadap suhu tinggi, membuatnya ideal untuk proses memasak, penyimpanan, dan pemrosesan makanan, sekaligus memiliki daya tahan yang tinggi untuk penggunaan jangka panjang.



Alat produksi dengan material stainless steel.

Selanjutnya, dilaksanakan pelatihan penggunaan peralatan, serta peningkatan pemahaman terkait teknik pembersihan dan perawatan alat produksi, agar dipastikan adanya optimalisasi penggunaan alat produksi baru sesuai standar yang higienis. Harapannya, penggunaan alat produksi dapat bertahan lama, karena kebersihan terjaga, dan diharapkan dapat memperpanjang waktu penggunaan alat produksi. Hal ini diharapkan juga berdampak terhadap efisiensi pengadaan alat produksi. Pemeliharaan peralatan perlu dilaksanakan secara optimal, dan alat produksi juga ditempatkan sesuai alur proses produksi.

Penutup

Kebersihan dan sanitasi merupakan hal terpenting untuk memastikan adanya kualitas produk yang sehat dan aman dari berbagai aspek kebersihan. Namun, perubahan perilaku hidup bersih membutuhkan kesadaran dan konsistensi. Hal yang perlu diperhatikan adalah, pertama, pemahaman kondisi dan kesiapan para pelaku usaha terkait peningkatan aspek kebersihan dan sanitasi. Dengan pemahaman akan kondisi pelaku usaha pelatihan, maka dapat dipertimbangkan alternatif metode dan aktivitas yang dapat memastikan adanya peningkatan pengetahuan serta upaya untuk mendorong perilaku hidup bersih dan sehat. Kedua, dengan menggunakan pendekatan partisipatif aktif, agar perubahan tata letak ruang produksi dapat terus terjaga, baik dari aspek kebersihan maupun efisiensi alur proses produksi. Tingginya fluktuasi jumlah produksi dari hari ke hari, serta faktor lain seperti kondisi ruang produksi yang masih terbuka, dapat membuat dinamis perubahan area produksi (sesuai dengan kondisi cuaca dan hanya mengedepankan praktis dan tingkat kemudahan tanpa pertimbangan aspek kebersihan). Sehingga, diharapkan adanya pemantauan secara berkala, agar ditemukan formula yang lebih sesuai dengan kondisi lapangan dan kebutuhan dari kelompok usaha. Terakhir, perlu dipastikan bahwa perawatan peralatan produksi yang baru diremajakan dilakukan oleh pelaku usaha. Diperlukan dorongan untuk lebih konsisten dalam mempraktikkan perawatan alat produksi yang baru, serta dilakukan pemantauan secara berkala agar peralatan produksi terus dijaga kebersihannya (rutin dicuci dan dilakukan proses sterilisasi, serta penyimpanan di tempat yang kering dan bersih).

Inovasi Produk dan Teknologi Produksi untuk Meningkatkan Daya Saing

Bram Manuel

Pendahuluan

Kata inovasi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia merujuk pada pembaharuan atau penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada atau yang sudah dikenal sebelumnya. Dalam ranah bisnis dan ilmu manajemen, inovasi merupakan hal yang esensial. Ia menjadi salah satu faktor kunci dalam meningkatkan daya saing dan perkembangan suatu bisnis.

Daya saing dan pertumbuhan merupakan salah satu aspirasi utama bisnis dalam kegiatan ekonomi. Hal yang sama juga tercermin pada konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Di Indonesia, kebanyakan bisnis berada pada tingkatan UMKM. Data dari Kamar Dagang dan Industri Indonesia (KADIN) menyampaikan bahwa di tahun 2023 pelaku usaha UMKM berjumlah 66 juta dan berkontribusi terhadap 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia senilai Rp9.580 triliun, serta mampu menyerap 117 juta pekerja. Dengan mempertimbangkan peranan UMKM bagi ekonomi Indonesia, maka pertumbuhan dan perkembangannya menjadi salah satu fokus utama kebijakan ekonomi pemerintah Indonesia.

Inovasi dan teknologi dalam dunia bisnis atau usaha memiliki keterkaitan satu sama lain. Mosi tersebut muncul karena inovasi dapat menjadi landasan bagi teknologi yang menunjang pengembangan aktivitas pada *status quo*. Inovasi dan teknologi dapat diterapkan di berbagai bidang, seperti manajemen, kewirausahaan, pendidikan, dan bisnis.

Luecke (2003) mengemukakan bahwa inovasi adalah proses mewujudkan, menggabungkan, serta menyempurnakan suatu gagasan yang diimplementasikan dalam rangka menciptakan nilai baru bagi suatu produk, proses, atau jasa. Inovasi secara sederhananya adalah melakukan sesuatu yang baru. Sehingga peran inovasi sangat penting dalam suatu bisnis karena dapat mendukung bisnis dalam menemukan cara baru atau yang belum pernah ada

untuk meningkatkan produktivitas, kualitas produk atau layanan, dan keuntungan.

Teknologi merujuk pada penerapan pengetahuan untuk melakukan tugas atau aktivitas tertentu dengan lebih efektif (Skolnikoff, 1993). Hal ini tidak hanya mencakup representasi fisik seperti alat dan mesin, tetapi juga teknologi dan proses intelektual yang dimanfaatkan untuk memecahkan masalah dan mencapai hasil yang diinginkan. Oleh karena itu, teknologi memiliki peran penting dalam konteks usaha dan bisnis, karena berkontribusi dalam pelaksanaan proses bisnis yang lebih efisien dan efektif.

Dalam konteks usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), inovasi memegang peranan penting untuk menciptakan UMKM yang tumbuh dan berkembang. Sekretaris Kementerian Koperasi dan UKM (KemenKopUKM), Arief Rahman Hakim, mengemukakan bahwa penting bagi UMKM untuk mendekati diri dengan inovasi yang didukung dengan teknologi produksi supaya mampu meningkatkan nilai tambah produk dan usaha (Melani, 2024). Integrasi teknologi pada proses produksi menurutnya akan membantu UMKM untuk berkembang dari proses tradisional ke produksi modern. Sehingga pada akhirnya berkontribusi pada visi KemenKopUKM untuk menjadikan UMKM lebih tangguh, inklusif, dan kompetitif untuk mendukung Indonesia Emas 2045.

Sebagai salah satu UMKM yang beroperasi di industri makanan olahan, Kelompok Usaha Nugget Kaila Rasa memiliki aspirasi untuk dapat meningkatkan daya saing dalam rangka mencapai kinerja usaha yang lebih baik. Kondisi awal dari bisnis menghadapi beberapa tantangan, salah satunya dari proses produksi yang terbatas dengan alat bantu manual serta produk tunggal yang kurang inovatif. Maka dari itu, program pengembangan inovasi produk dan teknologi produksi menjadi salah satu intervensi yang dilakukan untuk mengembangkan usaha Nugget Kaila Rasa.

Program Pengembangan Teknologi Produksi

Observasi awal mengidentifikasi kondisi produksi Kelompok Usaha Nugget Kaila Rasa yang masih dilakukan secara manual. Proses produksi produk utama usaha, yaitu nugget, secara umum terdiri dari enam proses utama, yaitu: (1) Meracik bahan baku menjadi adonan, (2) Memotong/Membentuk adonan menjadi bagian kecil, (3) Merebus potongan adonan dalam panci, (4) Membalurkan rebusan adonan tepung panir, (5) Mengeringkan/Mendinginkan nugget, dan terakhir (6) Mengemas nugget.

Ketika melaksanakan proses produksi tersebut, para pekerja didukung dengan alat bantu seadanya. Alat bantu yang digunakan selama proses produksi meliputi, seperti ember plastik, adukan berbahan dasar kayu, serta tong/drum besi yang dialihfungsikan menjadi panci rebus.



Alat produksi nugget kaila rasa sebelum dilakukan intervensi.

Pelaksanaan proses produksi dengan kondisi awal yang diamati membutuhkan waktu yang cukup lama. Kondisi tersebut juga membuat situasi ketika terjadi peningkatan permintaan di waktu tertentu, seperti di bulan menjelang Ramadhan, tidak dapat dimanfaatkan dengan baik. Tidak hanya dari aspek waktu, kualitas produksi juga menjadi terdampak dengan terbatasnya alat bantu produksi Nugget Kaila Rasa. Keseragaman ukuran, rasa, serta higienitas produk menjadi tergantung pada keahlian dari pekerja ketimbang mengikuti standar produksi.

Intervensi yang dilakukan terhadap *status quo* Kelompok Nugget Kaila Rasa adalah melalui pengadaan alat produksi modern tepat guna serta pelatihan penggunaan alat produksi. Proses produksi utama yang dikembangkan dengan teknologi adalah proses pengadukan/pembuatan adonan. Pembuatan adonan, yang semula dilakukan dengan tangan atau menggunakan ember dengan adukan kayu, dikembangkan dengan memanfaatkan mesin pengaduk adonan dengan kapasitas 5 kg bertenaga listrik.



Mesin pengaduk adonan (doughmaker)

Proses produksi kedua yang dikembangkan adalah proses perebusan adonan. Proses ini awalnya dilakukan dengan satu kompor gas dengan drum besi yang dialihfungsikan menjadi panci rebus. Alat bantu pada proses ini dikembangkan menjadi dua set kompor gas dengan panci stainless steel berkapasitas 100 liter. Untuk mendukung sanitasi pada proses produksi, turut dilengkapi juga set bak cuci berbahan stainless steel yang digunakan ketika adonan ditiriskan pasca proses perebusan. Berikut ini gambaran proses instalasi alat bantu yang dikembangkan untuk pada proses produksi ini.

Proses ketiga yang dikembangkan adalah proses mengeringkan/meniriskan nugget. Proses ini mulanya dilakukan pada meja berbahan bambu tanpa alas yang sekaligus digunakan juga sebagai tempat kerja untuk mengepak nugget. Alat bantu yang dikembangkan untuk proses produksi ini adalah *cooling rack* berbahan dasar *stainless steel* dan rak susun industrial tempat meletakkan *cooling rack* pada proses pendinginan nugget.

Setelah alat bantu produksi selesai diinstalasi, berikutnya dilakukan pelatihan dan pendampingan operasional alat bantu dalam proses produksi Nugget Kaila Rasa. Pendampingan ini dilakukan kepada Bapak Mardana selaku pemilik usaha, serta kepada para karyawannya.



Instalasi alat produksi baru.



Pendampingan Operasional Alat Bantu Operasional

Dengan adanya instalasi teknologi produksi baru, proses produksi usaha Nugget Kaila Rasa berkembang dari produksi berbasis tenaga manusia menjadi

produksi dengan bantuan mesin dan alat bantu modern. Tabel 1 merangkum perubahan proses produksi Nugget Kaila Rasa setelah adanya pengembangan teknologi produksi. Dengan produksi yang modern, diharapkan akan membantu usaha Nugget Kaila Rasa untuk memanfaatkan peluang di pasar dengan lebih baik.

Tabel 8. Perbandingan Proses Produksi Nugget Kaila Rasa

No.	Tahapan Produksi	Kondisi Awal	Pasca Pengembangan
1	Meracik bahan baku menjadi adonan.	Diracik menggunakan tangan dengan alat bantu seperti ember dan adukan kayu.	Menggunakan mesin dough maker.
2	Memotong/membentuk adonan menjadi bagian kecil.	Dibentuk dengan tangan dengan alat bantu seperti sendok dan spatula plastik.	Dibentuk dengan tangan dengan alat bantu seperti sendok dan rolling pin kecil berbahan stainless.
3	Merebus potongan adonan dalam panci.	Direbus dengan satu tungku kompor gas dengan drum besi sebagai panci rebusan dan dibilas pada ember plastik.	Direbus pada dua tungku kompor gas dengan panci rebus berbahan stainless steel dan dibilas pada bak cuci berbahan stainless steel.
4	Membalut rebusan adonan dengan tepung panir.	Dibalurkan di atas meja dengan alat bantu baskom plastik.	Dibalurkan di atas meja dengan alat bantu baskom stainless steel.
5	Menrisikan dan mendinginkan nugget.	Ditiriskan pada meja bambu tanpa alas.	Ditiriskan dengan cooling rack yang diletakan pada rak susun industrial.

6	Mengemas nugget.	Dikemas ke dalam plastik kemasan dengan tangan/ secara manual, label kemasan dimasukkan ke dalam plastik dan menempel pada produk.	Dikemas ke dalam plastik kemasan dengan tangan/ secara manual, label kemasan dimasukkan ke bagian yang terpisah dengan produk atau ditempelkan sebagai stiker di bagian luar plastik kemasan.
---	------------------	--	---

Workshop Inovasi Produk Nugget Kaila Rasa

Observasi awal juga turut mengungkapkan kondisi usaha Nugget Kaila Rasa dari aspek produknya. Kondisi awal Nugget Kaila Rasa memproduksi satu jenis produk saja, yaitu nugget, meski dipasarkan dengan beberapa bentuk. Adapun bahan baku utama dari nugget yang diproduksi adalah tepung terigu dan tepung tapioka yang diracik dengan garam dan bumbu dan dibalurkan tepung panir.



Sesi pembelajaran pembuatan produk baru.

Mengamati kondisi awal yang dihadapi oleh Nugget Kaila Rasa, intervensi yang dilakukan adalah dengan mengadakan *workshop* inovasi produk baru. Produk baru yang dikembangkan adalah produk dengan bahan baku utama yang serupa dengan produk nugget. Adapun produk yang di dilakukan identifikasi peluang inovasi produk dengan bahan baku serupa dengan nugget.

**LEMBAR KERJA PENGEMBANGAN PRODUK BARU
KELOMPOK USAHA NUGGET NESYA JAYA RASA**

Nama Tim & Anggota :

Produk :

RESEP

Nama Bahan	Jumlah	Satuan
<i>(Contoh: Air)</i>	<i>(Contoh: 5)</i>	<i>(Contoh: Liter)</i>

PROSES PEMBUATAN

No.	Judul	Penjelasan
	<i>(Contoh: Rebus tepung)</i>	<i>(Contoh: Panaskan air sebanyak 2 Liter, masukkan tepung sedikit-sedikit sambil diaduk selama 3 menit)</i>

Gambar 18. Lembar Kerja Inovasi Produk Baru

Intervensi kepada Kelompok Usaha Nugget Kaila Rasa dilakukan dengan pendekatan *workshop*. Tahapan awal dari *workshop* adalah persiapan resep dan lembar kerja yang digunakan selama proses *workshop* di lokasi produksi Nugget Kaila Rasa. Resep yang direncanakan untuk digunakan pada sesi *workshop* adalah resep berbahan dasar utama tepung terigu dan tapioka, yaitu Cireng, Cilok, dan Baso Aci. Gambar 18 mengilustrasikan lembar kerja yang digunakan selama proses *workshop*.

Lembar kerja terdiri atas tiga bagian isian. Pertama adalah identitas kelompok dan produk baru yang dikerjakan. Awalnya *workshop* direncanakan untuk dilakukan secara berkelompok, dengan masing-masing kelompok mengerjakan satu produk baru yang disiapkan. Namun, ketika realisasi di lapangan, pengembangan produk baru dikerjakan secara bersama-sama dengan semua peserta *workshop*. Bagian kedua pada lembar kerja adalah tabel mengenai resep dari produk yang akan dikerjakan. Isian ini digunakan sebagai panduan bagi peserta *workshop* untuk mengolah, mengevaluasi, dan mengembangkan resep produk dalam satuan yang bisa diseragamkan untuk satu *batch* produksi. Bagian terakhir dari lembar kerja adalah isian proses pembuatan produk baru. Bagian ini menjadi catatan langkah-langkah yang dikerjakan selama *workshop* supaya peserta memiliki draf proses produksi yang bisa dikembangkan lebih lanjut.

Aktivitas *workshop* diikuti oleh Bapak dan Ibu Rawi selaku pengelola usaha Nugget Kaila Rasa bersama dengan para ibu karyawan. Kegiatan *workshop* diawali dengan *briefing* kepada para peserta tentang mekanisme kegiatan, penggunaan lembar kerja, serta resep yang akan digunakan. Kemudian dilanjutkan dengan mengerjakan satu per satu resep produk baru yang sudah disiapkan. Tim melakukan pendampingan kepada peserta selama mengerjakan pembuatan produk baru dan membantu pencatatan poin-poin perbaikan dari resep yang sedang dikerjakan. Di akhir sesi *workshop* berhasil dikerjakan dua produk baru berbahan dasar tepung terigu dan tapioka, yaitu Cireng dan Cilok. Adapun resep baso aci tidak dikerjakan karena muncul beberapa faktor kendala operasional penjualan produk pada saat diskusi bersama peserta di tahap *briefing*. Produk yang sudah selesai kemudian dibagikan kepada para peserta dan tim pengabdian kepada masyarakat untuk secara bersama dievaluasi kualitasnya.



Memberikan arahan tentang penggunaan mesin.



Mengamati proses pembuatan adonan cilok dengan mesin doughmaker.



Menikmati cilok dan cireng produk hasil workshop (atas) dan mencatat evaluasi produk (bawah).

Penutup

Inovasi dan teknologi produksi merupakan hal esensial dalam menciptakan daya saing bisnis. Eksplorasi produk dan proses baru yang lebih efektif dan efisien menjadi proses bisnis yang penting untuk menghidupkan semangat inovasi supaya tetap relevan dengan kebutuhan pasar. Program pengabdian kepada masyarakat yang melibatkan Kelompok Usaha Nugget Kaila Rasa ini telah berupaya untuk mengembangkan semangat inovasi dan proses produksi yang lebih modern. Diharapkan dengan adanya program intervensi ini, bisnis yang dijalankan oleh Bapak Mardana dan rekan-rekan akan mampu terus bertumbuh, menciptakan daya saing, serta memberikan manfaat bagi pemilik, pekerja, dan orang-orang di sekitar. Untuk dapat mencapai harapan tersebut, perlu diperhatikan ketika melakukan pendampingan pasca program intervensi, diantaranya adalah memastikan pemahaman terhadap operasionalisasi teknologi produksi yang aman dan tepat guna. Pencatatan proses produksi juga perlu dilakukan supaya bahan baku dan langkah produksi terdokumentasi dengan baik, dan proses produksi dapat dilakukan dengan standar kualitas yang seragam. Sehingga apabila ada perbaikan atau inovasi dari resep, bahan baku, atau proses produksi, dapat direkam dengan baik dan tidak mengganggu operasional bisnis. Terakhir dilakukan perawatan secara berkala terhadap teknologi produksi untuk memastikan kebermanfaatan dalam jangka panjang.

Pembelajaran untuk Langkah ke Depan

Untuk memastikan bahwa pelatihan dan pendampingan yang diberikan memiliki dampak yang bermanfaat, diperlukan pengukuran perubahan kompetensi peserta sebelum dan sesudah pelatihan dilaksanakan. Pengukuran ini dapat dilakukan melalui beberapa metode. Pertama, menggunakan pre-test dan post-test untuk menilai pengetahuan peserta terkait materi pelatihan, sehingga perubahan tingkat pemahaman dapat diidentifikasi. Kedua, menganalisis hasil praktik peserta dalam tiap kelompok aktivitas, seperti misalnya melakukan analisis grafik tren penjualan sebelum dan sesudah menerima pendampingan, mempraktikkan PHBS, dan mengujicoba produk baru yang akan memberikan gambaran mengenai peningkatan kemampuan dan perubahan perilaku peserta. Ketiga, mengevaluasi hasil coaching selama proses pendampingan berlangsung, yang mencerminkan sejauh mana peserta mampu menerapkan pembelajaran yang diperoleh. Dengan pendekatan ini, dampak pelatihan dan pendampingan dapat diukur secara komprehensif dan objektif.

Gamifikasi Pre-test dan Post-test

Memberikan pendampingan, pelatihan dan edukasi terhadap pelaku usaha kecil atau mikro bukanlah hal yang mudah. Latar belakang pendidikan yang rendah seringkali menjadi tantangan tersendiri. Dalam proses evaluasi intervensi, pada awalnya dilakukan dengan skema yang lazim: pelaku usaha diminta untuk mengisi lembar soal pre-test dan post-test. Pendekatan ini rupanya tidak optimal dilakukan. Kemampuan membaca dan memahami teks membuat pelaku usaha kesulitan untuk mengerjakan pre-test dan post-test.



Peserta mengerjakan soal pre- dan post-test.

Namun demikian, untuk dapat menarik kesimpulan apakah intervensi ini memberikan dampak yang nyata, evaluasi tetap harus dilakukan. Cara tradisional tidak sesuai dengan situasi ini. Sehingga, dilakukan modifikasi metode evaluasi dengan format berbeda. Peserta, dimana dalam hal ini adalah kelompok pelaku usaha, diminta untuk menjawab pertanyaan pre- dan post-test dengan benar atau salah melalui sebuah permainan yang interaktif. Permainan ini dilakukan dengan seorang instruktur membacakan pertanyaan, kemudian peserta diminta untuk memberikan jawaban dengan *response board* bertuliskan “benar” atau “salah” yang disimbolkan dengan *thumb-up* dan *thumb-down* dalam waktu sepuluh detik. Cara ini dilakukan untuk menyiasati tantangan akan rendahnya kemampuan membaca dan memahami teks. Dengan cara ini, peserta dapat berpartisipasi dengan lebih aktif dan evaluasi program dapat dilakukan dengan lebih optimal.

Berikut ini merupakan beberapa contoh soal yang digunakan untuk mengukur pemahaman peserta dan mengevaluasi program intervensi.

Workshop Pencatatan Keuangan

1. **Benar atau Salah:** Mencatat pesanan penjualan membantu kita mengingat pesanan pelanggan dengan lebih baik.
2. **Benar atau Salah:** Pesanan penjualan adalah permintaan dari pelanggan untuk membayar utang.

3. **Benar atau Salah:** Dengan mencatat pesanan, kita bisa mengetahui barang apa saja yang sudah terjual.
4. **Benar atau Salah:** Tidak mencatat pesanan dapat menyebabkan kesalahan dalam menghitung pendapatan.
5. **Benar atau Salah:** Mencatat pesanan tidak membantu dalam mengetahui produk mana yang paling laris.

Workshop Kebersihan dan Sanitasi Produksi

1. **Benar atau Salah:** Salah satu kebersihan produksi makanan adalah kebersihan peralatan dapur.
2. **Benar atau Salah:** Tidak ada bakteri dan virus yang bisa menyebabkan penyakit dari kontaminasi makanan.
3. **Benar atau Salah:** Menjaga kebersihan tubuh dengan cara menggunting kuku.
4. **Benar atau Salah:** Ada 6 langkah cuci tangan menurut World Health Organization.
5. **Benar atau Salah:** Tidak perlu pakai sabun dan deterjen, untuk mencuci dengan bersih dan efektif.
6. **Benar atau Salah:** Metode steril yang efektif, salah satunya dengan cara perebusan.



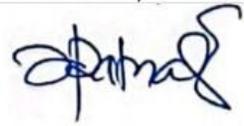
Peserta mengikuti “permainan” pre- dan post-test.

Mengukur Perubahan Perilaku

Dalam upaya untuk memastikan keberlanjutan penerapan perilaku aspek kebersihan dan kesehatan produksi berdasarkan materi yang telah diajarkan, selanjutnya para pelaku usaha diberikan penugasan dalam bentuk video. Peserta, dalam hal ini para pelaku usaha, dibagi menjadi dua kelompok, dan tiap kelompok diberikan tugas untuk membuat video pelaksanaan produksi sesuai standar kebersihan dan sanitasi. Waktu untuk membuat video selama 2 minggu sejak sesi pelatihan diberikan. Pada video yang telah dikumpulkan, dapat terlihat bahwa pelaku usaha berhasil untuk mempraktikkan cara mencuci tangan (sesuai standar WHO), menggunakan sarung tangan plastik saat melakukan produksi, serta menggunakan utensil dan bahan yang aman serta mudah dibersihkan.

Coaching

Untuk melengkapi program intervensi dan mengukur efek dari program intervensi, dilakukan coaching sebanyak tiga kali selama program berlangsung. Di bawah ini merupakan salah satu contoh hasil coaching yang sekaligus menunjukkan kemampuan peserta untuk melakukan analisis trend penjualan. Dalam proses coaching tersebut, pelaku usaha sudah mampu menganalisis tren penjualan produk di pasar dan mengidentifikasi pasar mana yang paling sering melakukan pemesanan, pasar yang paling jarang melakukan pemesanan, hingga pasar yang paling banyak mengembalikan produk. Selain itu, melalui proses coaching ini, pelaku usaha juga menjadi paham bahwa ketika lebih sering terjadi retur barang maka diperlukan evaluasi untuk mengetahui penyebab retur dan memperbaiki masalah tersebut. Sehingga, pelaku usaha dapat terus memenuhi pesanan dari pelanggan dan memberikan kualitas produk terbaik.

Formulir Coaching		
Coachee	: Bu Rawi	
Coach	: Ratna	
Tanggal	: 02 September 2024	
Output Coaching yang disasar		
- Konsistensi pencatatan pesanan		
- Kelengkapan pencatatan pesanan		
- Ketepatan dalam melakukan pencatatan pesanan		
- Ketepatan dalam menganalisis pesanan		
No	Action Plan yang Dilakukan	Date
1	Pencatatan pesanan sudah dilakukan secara konsisten setiap harinya.	26.08.2024
2	Pencatatan sudah dicatata untuk setiap varian produk.	26.08.2024
3	Sudah dapat melakukan analisis sederhana seperti: - pasar yang paling sering memesan - pasar yang jarang memesann	31.08.2024
<p>Kesimpulan hasil coaching: Pelaku usaha sudah dapat melakukan pencatatan pecanan secara konsisten, namun masih perlu ditingkatkan dalam hal inisiatif (saat ini masih perlu diingatkan setiap harinya). Pencatatan juga perlu dilakukan untuk barang yang dikembalikan (retur), saat ini hal ini belum dilakukan.</p>		
<p>Tindak Lanjut Selanjutnya: Perlu dicatat juga untuk retur yang terjadi dan melakukan pencatatan secara inisiatif.</p>		
Coachee,		Coach,
		
(Ibu Rawi)		(Ratna)

Gambar 19. Hasil Coaching/Pendampingan

Bekerjasama dengan Para Ahli

Untuk menyelenggarakan program intervensi yang optimal, diperlukan kerjasama dengan banyak pihak, termasuk orang-orang yang ahli dibidangnya. Dalam program ini, dr. Borries Forresto, Sp. PD dilibatkan sebagai narasumber untuk topik Perilaku Hidup Bersih dan Sehat. Mendengar langsung materi dari ahlinya membuat peserta lebih antusias untuk mengikuti program dan mencoba untuk melakukan perubahan perilaku hidup bersih dan sehat, tidak hanya di lokasi produksi, tetapi juga di kehidupan sehari-hari. Selain itu, untuk mengenalkan inovasi kuliner, Maximillianus, yang merupakan seorang chef dan barista, diundang untuk memberikan pelatihan tata boga. Para pelaku usaha diajarkan tentang bagaimana membuat kreasi makanan yang beragam, dengan memanfaatkan bahan baku yang sama seperti nugget.

Mengidentifikasi Masalah dan Kebutuhan Komunitas

- Aisyah, R., Mahmudah, N., Candrasari, A., Sintowati, R., Bestari, R. S., Rosyidah, D. U., Supraba, I. P., & Utami, I. (2024). Improving Health Profiles and Type 2 Diabetes Mellitus Knowledge of Community Groups in Karanglo Village, Grogol, Sukoharjo, Central Java, Indonesia Through the SEE Method. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 10(4), 196. <https://doi.org/10.22146/jpkm.95765>
- Haeruddin, H., Mudzakir, A. K., Rahman, A., Werdani, R. E., & Prakoso, K. (2025). Enhancing Tilapia Pond Productivity Through Carrying Capacity Engineering in Turunrejo Village, Kendal Regency. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 11(1), 6. <https://doi.org/10.22146/jpkm.101369>
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. (2024). PANDUAN PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT TAHUN 2024. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.
- Musarofah, S., & Mahmudah, U. (2022). Kuliah Kerja Nyata Ramadhan dan Penguatan Spiritualitas Komunitas Masyarakat Di Desa Tambang, Ponorogo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 8(2), 76. <https://doi.org/10.22146/jpkm.47916>
- Nurhayani, I., & Hariyanti, R. (2024). Children's Historical Literacy Improvement Program for The First Graders at Brawijaya Smart School. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 10(3), 134. <https://doi.org/10.22146/jpkm.93033>
- Satriagasa, M. C., Kusumandari, A., Suryatmojo, H., Fahmi, F. N., & Chasanah, U. (2022). Community-Based Integrated Water Resources Conservation on Mount Penanggungan in Pasuruan, Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 8(4), 224. <https://doi.org/10.22146/jpkm.56665>
- Sulistiyono, R. E., Artiani, N. A., & Bezariani, C. S. (2024). The "Benderang Sentosa" Waste Management Program Increase The Community Knowledge In Managing Waste To

Achieve A Healthy Environment. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Indonesian Journal of Community Engagement)*, 10(4), 248. <https://doi.org/10.22146/jpkm.93685>

Zunaidi, A. (2024). *METODOLOGI PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*. Yayasan Putra Adi Dharma.

OpenAI. (2025). ChatGPT (v.4) [Large language model]. Retrieved from <https://chatgpt.com/share/680e318c-583c-8011-835e-246428ae82a7>

Identifikasi Teknologi Tepat Guna

Aulia, W., Santosa, I., Ihsan, M., & Nugraha, A. (2023). Pemanfaatan paradigma teknologi tepat guna dalam merancang produk: Sebuah kajian literatur. *Jurnal Desain Indonesia*, 5(2), 70–87. Aliansi Desainer Produk Industri Indonesia.

Aulia, W., Santosa, I., Ihsan, M., & Nugraha, A. (2022). Basis perancangan teknologi tepat guna dari sudut pandang desain sosial: Sebuah kajian literatur. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, Vol. 5.

Menemukan Strategi Efektif dalam Upaya Memperluas Pelanggan dan Menciptakan Peluang Inovasi

Fuchs, C., & Golenhofen, F. J. (2019). Creating customer value through design thinking. In C. Fuchs & F. J. Golenhofen, *Mastering Disruption and Innovation in Product Management* (pp. 77–102). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-93512-6_5

Gaynor, L., Dempsey, H., & White, P. J. (2018). How design thinking offers strategic value to micro-enterprises. *DRS Biennial Conference Series*. <https://dl.designresearchsociety.org/drs-conference-papers/drs2018/researchpapers/192>

Soeparwi, Akbar, R. A., & Munawaroh, F. (2024). Canvassing KUR products at Sharia Pegadaian UPS RS. Suwondo Pati. *ENGAGEMENT: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 21–28. <https://doi.org/10.58355/engagement.v3i1.68>

What is Design Thinking? — Updated 2024. (n.d.). The Interaction Design Foundation. Retrieved December 5, 2024, from <https://www.interaction-design.org/literature/topics/design-thinking>

What is Empathize? — Updated 2024. (n.d.). The Interaction Design Foundation. Retrieved December 5, 2024, from <https://www.interaction-design.org/literature/topics/empathize>

Pembaharuan Kemasan Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk

Keller, K., & Armstrong, G. (2016). Principles of marketing. Sixteenth Editon.

Puspita, A. P. I., & Maulana, N. (2023). Pemberdayaan Perempuan Usaha Mikro: Pelatihan Strategi Pemasaran Bagi Kelompok Abuya Mataram. I-Com: Indonesian Community Journal, 3(2), 705–713. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i2.2608>

Yuliana E, Farida I. (2016). Pendekatan Partisipatif Dalam Pemecahan Permasalahan Aspek Produksi dan Pemasaran Abon Ikan (Kasus PadaKelompok Usaha Bersama Tenggeri Kabupaten Sukabumi). J Organ Dan Manajemen,.,6(2):132–45.

Wijayanto, A. ., Khoiruddin, M. ., Widia, S. ., & Maruto, S. N. (2024). Optimalisasi Pembuatan Desain Logo Kemasan di Desa Branjang Sebagai Upaya Penguatan Brand Awareness bagi Produk UMKM Memasuki Digital Marketing. I-Com: Indonesian Community Journal, 4(4), 2615–2624. <https://doi.org/10.70609/icom.v4i4.5549>

Menjaga Kebersihan dan Sanitasi dalam Upaya Peningkatan Kualitas Produk

Adri, A. (2023, March 20). Tiga kasus keracunan makanan akibatkan 259 korban di bogor. kompas.id. <https://www.kompas.id/baca/metro/2023/03/20/tiga-kasus-keracunan-makanan-akibatkan-259-korban>

Indraswari, A. A., Deonisia Arlinta, Debora Laksmi. (2023, February 26). Pangan tercemar akibatkan kerugian ekonomi rp 250,5 triliun setahun. kompas.id. <https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/02/26/pangan-tercemar-merugikan-ekonomi-hingga-rp-2505-triliun-setahun>

Pentingnya Personal Hygiene dalam Mewujudkan Keamanan Pangan – cfns.ugm.ac.id/id/. (n.d.). Retrieved January 2, 2025, from <https://cfns.ugm.ac.id/2020/07/20/pentingnya-personal-hygiene-dalam-mewujudkan-keamanan-pangan/>

Sardjito Hospital. (2019, March 13). Pentingnya sanitasi dalam pengelolaan makanan. Sardjito. <https://sardjito.co.id/2019/03/13/pentingnya-sanitasi-dalam-pengelolaan-makanan/>

https://perpustakaan.poltekkes-malang.ac.id/assets/file/kti/P17451204022/11._BAB_I_.pdf

Mencatat dan Menganalisis Penjualan: Upaya Peningkatan Penjualan Melalui Optimalisasi Analisis Penjualan

- Adriani, D., & Wiksuana, I. G. (2018). Inklusi Keuangan Dalam Hubungannya Dengan Pertumbuhan UMKM dan Tingkat Kesejahteraan Masyarakat di Provinsi Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol. 7, No. 12, pp. 6420 – 6444. [10.33395/owner.v6i2.778](https://doi.org/10.33395/owner.v6i2.778)
- Jayanti, E. & Karnawat, N. B. (2023). Digitalisasi UMKM dan Literasi Keuangan untuk Keberlanjutan UMKM di Kabupaten Cilacap. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*. Vol.31.No. 1. 2023, 51-64.
- Santiara, I., & Sinarwati, N. (n.d.). Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM di Kecamatan Tejakula. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 6(2), 349-355. Doi: 10.25273/capital.v6i2.14514
- Sari, W. P., Sholihah, Z., & Masali, F. (2023). Digital branding umkm melalui komunikasi visual. 8(2), 129–134.
- Sari, M. R., Maulana, N. ., & Setyowati, L. . (2023). Pelatihan Keuangan Guna Meningkatkan Literasi Keuangan Pelaku UMKM Desa Wisata Burai . *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(3), 933–943. <https://doi.org/10.33379/icom.v3i3.2737>
- Savitri, R. V., & Saifudin. (2018). Pencatatan Akuntansi Pada Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Studi Pada Umkm Mr . Pelangi Semarang) Keywords : accounting records , UMKM Kata Kunci : Pencatatan Akuntansi , UMKM Corresponding author : Jurnal Manajemen Bisnis Dan Inovasi, 5(2), 117–125. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/20808/20499>
- Weygandt, Kimmel and Kieso. *Financial Accounting: IFRS Edition*. 5th Edition. Wiley. Wild, Kwok, and Venkatesh. *Fundamental Accounting Principles*. McGrawhill

Inovasi Produk dan Teknologi Produksi untuk Meningkatkan Daya Saing

- Melani, A. 2024. KemenKopUKM Soroti Pentingnya Entaskan Kemiskinan dan Pemanfaatan Teknologi Produksi bagi UMKM. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5702206/kemenkopukm-soroti-pentingnya-entaskan-kemiskinan-dan-pemanfaatan-teknologi-produksi-bagi-umkm?page=3>
- Skolnikoff, Eugene B. (1993). "The Setting". *The Elusive Transformation: Science, Technology, and the Evolution of International Politics*. Princeton University Press
- Luecke, R. (2003). *Harvard business essentials: managing creativity and innovation*. Harvard Business Press.

Profil Penulis

Fitri Safira

Fitri Safira meraih gelar PhD di bidang Ekonomi dari SIU Carbondale dan saat ini menjadi dosen manajemen di PPM School of Management. Ia mengajar statistik bisnis, matematika bisnis, ekonomi bisnis, dan manajemen risiko. Sebelumnya, ia bekerja sebagai konsultan manajemen yang berpengalaman menangani berbagai proyek di bidang manajemen risiko dan pembelajaran organisasi untuk perusahaan swasta, NGO, kementerian, dan BUMN. Selain mengajar, ia juga terlibat dalam proyek pengembangan komunitas yang bertujuan meningkatkan praktik bisnis dan kinerja UMKM. Minat penelitian utamanya mencakup perilaku ekonomi mikro dan preferensi risiko. Ia memiliki ketertarikan dalam bidang pendidikan tinggi dan ingin mengeksplorasi lebih dalam berbagai pendekatan untuk membuat pembelajaran di perguruan tinggi menjadi lebih inklusif.

Martdian Ratna Sari

Martdian Ratna Sari merupakan dosen akuntansi di Sekolah Tinggi Manajemen PPM. Ia memiliki ketertarikan riset di bidang audit forensik dan investigasi serta akuntansi keperilakuan, dengan fokus pembelajaran pada mata kuliah auditing, cost accounting and accouting management, forensic accounting, and advance accounting. Selain meneliti dan mengajar, ia juga memiliki minat dalam pengembangan wirausaha masyarakat, misalnya saja pendampingan bagi UMKM-UMKM se-Jawa Barat di bawah koordinasi KEMNAKER, mendampingi UMKM-UMKM di Desa Cibodas, dan berbagai kegiatan kemasyarakatan lainnya. Berguna dan berdampak merupakan hal yang berbeda, berguna belum tentu berdampak, tetapi berdampak pasti berguna. Sama halnya dengan melakukan kegiatan kemasyarakatan, yang diharapkan adalah dapat berdampak satu sama lain, baik pemberi manfaat maupun penerima manfaat, namun tantangannya adalah hal itu baru akan dapat terpenuhi ketika semua pihak memahami masing-masing perannya dalam memberikan dampak yang optimal.

Yunita Andi Kemalasari

Yunita Andi Kemalasari aktif sebagai seorang dosen di Sekolah Tinggi Manajemen PPM. Ia memiliki minat dalam bidang kepemimpinan dan pengembangan diri, perilaku organisasi, manajemen sumber daya manusia, pengembangan bisnis keluarga, serta penerapan etika dan pembudayaannya dalam organisasi. Ia juga memiliki pengalaman sebagai konsultan dan pengajar pelatihan. Dalam beberapa kesempatan, ia berperan sebagai mentor bagi para mahasiswa, business coach bagi pelaku bisnis dan UMKM, serta fasilitator dalam berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ia terlibat untuk melakukan pendampingan pada program pengembangan komunitas, agar kegiatan masyarakat lebih unggul dan berdaya saing.

Bram Manuel Banuarta Sianturi

Bram Manuel Banuarta S. adalah seorang dosen di Sekolah Tinggi Manajemen PPM. Bidang yang ia minati meliputi manajemen keuangan, risiko, keuangan proyek, dan analitik data. Selain mengajar dan melakukan riset, ia juga terlibat aktif dalam program pengembangan komunitas. Beberapa program yang pernah digelutinya meliputi pengembangan kapasitas usaha pelaku usaha mikro, pengembangan keterampilan self-preneur, serta pendampingan inkubasi wirausaha muda. Melalui keterlibatannya dalam program- program tersebut, ia berharap dapat membawa dampak positif melalui penyebaran semangat belajar sepanjang hayat.