

pISSN: 2797-3778

eISSN: 2777-0036

Jurnal

PADMA

PENGABDIAN DHARMA MASYARAKAT

Vol. 2

No. 1

JANUARI 2022



UNIVERSITAS PAMULANG

Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang, Kota Tangerang Selatan,
Banten 15417 - Telp: (021) 7412566,
email: perkusi_mnj@unpam.ac.id

DEWAN REDAKSI

Pelindung

Udin Ahidin, Universitas Pamulang

Ketua Penyunting

Denok Sunarsi, Universitas Pamulang

DEWAN EDITOR

Haedar Akib, Universitas Negeri Makassar

Heri Erlangga, Universitas Pasundan

Denok Sunarsi, Universitas Pamulang

TIM PRODUKSI

Arga Teriyan

LAYOUT

Mahnun Mas'adi

Aidil Amin Effendy

TATA USAHA

Ahmad Nurhadi

MITRA BEBESTARI

Atie Rachmiate, Universitas Islam Bandung/ LLDIKTI Wilayah IV

Nandan Lima Krisna, Universitas Persada Indonesia YAI

Rudi Salam, Universitas Negeri Makassar

Dodi Ilham, IAIN Palopo

Azhar Affandi, Universitas Pasundan

Wayan Ardani, Universitas Mahendradatta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT., sehingga redaksi dapat menyusun Jurnal Pengabdian Dharma Masyarakat PADMA ini. dimaksudkan untuk media komunikasi ilmiah antara para pengabdi, dosen, mahasiswa, dan masyarakat ilmiah dalam pengabdian kepada masyarakat.

Penerbitan edisi kali ini, ditampilkan 20 artikel pengabdian, team redaksi mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang turut membantu sehingga Jurnal Ilmiah ini pada Volume 2, No. 1, Januari 2022 ini dapat terbit sesuai jadwal. kami tetap mengharapkan tulisan-tulisan dari anda semua, khususnya pengabdi, dosen, mahasiswa yang berasal dari Universitas Pamulang, maupun yang berasal dari luar.

Redaksi menyadari bahwa dalam penyusunan Jurnal Pengabdian Dharma Masyarakat PADMA ini masih terdapat banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, Redaksi mengharapkan saran dan kritik yang dapat menyempurnakan Jurnal PADMA ini, sehingga dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

Pamulang, 01 Januari 2022

Tim Redaksi

DAFTAR ISI

- ¹Arief Budi Santoso, ²Ahmad Badar, ³Lia Amalia, ⁴Listiyah Fitri, ⁵Suci Indah Sari,
⁶Vikry Aditya Rahman A
PEMANFAATAN UBI UNGU SEBAGAI BAHAN PEMBUATAN PUDING UNTUK MENAMBAH
PENGHASILAN BAGI WARGA RT 009 CILANDAK JAKARTA SELATAN
Hal 1 - 4
- ¹Annisa Zahra Amalina, ²Lukman Fahmi Hidayat, ³Lulu Maesaroh,
⁴Muhammad Azhari Samudra, ⁵Sri Rahayu
MENJADI AKTIF, KREATIF, DAN MANDIRI BERSAMA ANAK RUMAH YATIM
DHUFA RAYDHA AULIA
Hal 5 - 8
- ¹Astriyati, ²Lianah, ³Dede Sumarni, ⁴Serly Marsela, ⁵Nirmala Hidayah
PENGEMBANGAN SISTEM PENJUALAN USAHA RUMAHAN MELALUI PLATFORM DIGITAL
MARKETING SEBAGAI SOLUSI DI MASA PANDEMI
Hal 9 - 11
- ¹Achmad Sofyan Rasyid, ²Bintoro Yudho Joko Handoyo, ³Denny Kurniawan,
⁴Dyah Sumbiharsih, ⁵Dwi Marsudi, ⁶Sarwani
PELATIHAN MANAJEMEN KOPERASI PEGAWAI DI LEMBAGA PEMBINAAN KHUSUS ANAK
KELAS II JAKARTA
Hal 12 - 29
- ¹Hilmi Fabeta Pratama, ²Hendry Juli Widodo, ³Bedali Gulo, ⁴Intan Permata Hati,
⁵Mukhlis Catio, ⁶Hamsinah
STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN HASIL PENJUALAN
PRODUK ANAK DIDIK PEMASYARAKATAN DI LEMBAGA PEMBINAAN KHUSUS ANAK
KELAS II JAKARTA
Hal 30 - 36
- ¹Dewi Afriyanti, ²Dheakurnia Salsabila, ³Nurma Yunitasari, ⁴Safiranti,
⁵Dewi Ulfah Arini
MENCIPTAKAN GENERASI PRODUKTIF BERMENTAL WIRAUSAHA MELALUI PELATIHAN
BISNIS ONLINE BAGI SISWA/I KELAS XII SMK EKONOMIKA DEPOK
Hal 37 - 40
- ¹Heni Lestari, ²Imat Hidayat, ³Muamar Sidiq, ⁴Sham Mahesa Fauzi,
⁵Surya Seftiawan Pratama, ⁶Uwan Rianto
SOSIALISASI MARKETING MANAGEMENT BAGI PETANI TANAMAN HIAS
DI KELURAHAN BOJONGSARI BARU KECAMATAN BOJONGSARI KOTA DEPOK DALAM
RANGKA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT
Hal 41 - 45
- ¹Quliah Alfendah, ²Muhammad Syahid Kadir, ³Martina Gracia Nauli Sibarani,
⁴Riki Haryono, ⁵Leni Dwiarti, ⁶Nanang Qosim Yusuf
MOTIVASI UNTUK MEMBANGKITKAN SEMANGAT PELAKU UMKM KELURAHAN BUARAN
YANG TERDAMPAK PANDEMI COVID 19
Hal 46 - 49
- ¹Muhammad Daffa Saefudin, ²Indra Cahya Firdaus, ³Imam Sholikhin, ⁴Ivan Syah Putra,
⁵Khikmatul Maulidah
SOSIALISASI PENGARUH SOSIAL MEDIA TERHADAP PENDIDIKAN AKHLAK ANAK
Hal 50 - 53

- 1^{*}Yayan Sudaryana, 2^{Tika Dian Pangastuti, 3}Timra Madana Pitri, 4^{Tumpak O.P Sianturi}**
PENERAPAN INTUITIVE BASED MARKETING PADA SUMBER DAYA PETANI TANAMAN HIAS
DALAM MENINGKATKAN KEUNTUNGAN DAN KESEJAHTERAAN PETANI TANAMAN HIAS DI
DESA BOJONGSARI BARU KOTA DEPOK
Hal 54 – 58
- 1^{Dicky Sundawa Firdaus, 2}Sobri, 3^{Gadis Ayu Ningtias, 4}Holi Ismalia, 5^{Dwi Suprapti,}**
6^{Ana Septia Rahman}
MEMBANGUN MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN BAGI SANTRI DI YAYASAN RUMAH QUR'AN
ASKAF BERSINERGI
Hal 59– 63
- 1^{Rianto Budi Kusumah, 2}Martha Riawan Putra Utama, 3^{Appryan, 4}Putri Enjelikal Falah**
EDUKASI PINJAMAN ONLINE DAN PEMANFAATAN TRANSAKSI DIGITAL DI MASA
PANDEMI COVID-19 KEPADA PELAKU UMKM DI DAERAH TANGERANG SELATAN
KELURAHAN BUARAN KECAMATAN SERPONG
Hal 64 – 69
- 1^{Trea Agryani, 2}Mohamad Haekhal Mahessa**
IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN SECARA DIGITALISASI UNTUK MENINGKATKAN
KEMAMPUAN BERWIRAUSAHA SEJAK USIA DINI MELALUI EDUKASI SERTA PENYULUHAN
DALAM MASA PANDEMI COVID-19
Hal 70 – 75
- 1^{Nia Latifah, 2}Ika Kusumawati, 3^{Tri Widagdo, 4}Rachmat Yumadhi, 5^{Hendra Efendi}**
EDUKASI PENGGUNAAN DAN MANFAAT WHATSAPP BUSINESS TERHADAP
MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM RUMAH KESADARAN DAN IPEMI
Hal 76 – 79
- 1^{Ichwan Putra Arianto, 2}Aceng Hidayat, 3^{Eko Budi Prasetyo, 4}Refika Larasati,**
5^{Tuti Murni Wati Telaumbanua}
PELATIHAN KOMPETENSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI ERA PANDEMI
PADA PELAKU UMKM KELURAHAN BUARAN TANGERANG SELATAN
Hal 80 – 84
- 1^{Paeno, 2}Reni Hindriari, 3^{Komarudin, 4}Yossy Wahyu Indrawan, 5^{Agus Suhartono}**
MENANAMKAN MORAL KEPADA ANAK MELALUI KREATIFITAS DI DESA CIDOKOM, KEC.
GUNUNG SINDUR, KAB. BOGOR, JAWA BARAT
Hal 85 – 88
- 1^{Jasmani, 2}Udin Ahidin, 3^{Pranoto, 4}Baliyah Munadjat, 5^{Devi Fitria Wilandari}**
MENGEMBANGKAN KREATIFITAS REMAJA DAN MEMANFAATKAN SOSIAL MEDIA UNTUK
PROMOSI USAHA DI MASA PANDEMI DI RT. 001/ RW. 008, CIRENDEU
Hal 89 – 92
- 1^{Sutrisno, 2}Yanurianto, 3^{Hadi Winata, 4}San Ridwan Maulana, 5^{Abdul Khoir}**
MENGIMPLEMENTASIKAN GERAKAN SADAR LINGKUNGAN KEPADA MASYARAKAT
SETEMPAT
Hal 93 – 96
- 1^{Guruh Dwi Pratama, 2}Theobaldus Boro Tura, 3^{Ali Zaenal Abidin, 4}Reza Octovian,**
5^{Dijan Mardiaty}
MENINGKATKAN PENGETAHUAN DALAM MENGHADAPI COVID-19
Hal 97 – 101

**¹Puji Harjianto, ²Janudin, ³Sudiarto, ⁴Ratna Dumilah, ⁵Yeti Kusmawati
MENUMBUHKAN JIWA KREATIF PADA ANAK DI MASA PANDEMI COVID 19**

Hal 102 - 106

PANDUAN SINGKAT BAGI PENULIS JURNAL Pengabdian Dharma Masyarakat

Hal 107

**PEMANFAATAN UBI UNGU SEBAGAI BAHAN PEMBUATAN PUDING UNTUK
MENAMBAH PENGHASILAN BAGI WARGA RT 009 CILANDAK
JAKARTA SELATAN**

**^{1*}Arief Budi Santoso, ²Ahmad Badar, ³Lia Amalia, ⁴Listiyah Fitri, ⁵Suci Indah Sari,
⁶Vikry Aditya Rahman A**

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*suciindahhsariiii@gmail.com](mailto:suciindahhsariiii@gmail.com)

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan mengedukasi sekaligus memotivasi warga RT 009 / RW 006 Cilandak Jakarta Selatan untuk mengolah salah satu hasil pertanian yang banyak dihasilkan yaitu ubi ungu. Pengabdian ini akan kelompok kami fokuskan untuk pembuatan pudding dengan berbahan dasar ubi ungu. Pudding yang banyak digemari semua kalangan dari anak-anak, ibu-ibu bahkan bapak-bapak memiliki peluang yang cukup besar bagi warga Gang Haji Satra RT 009 / RW 006 Cilandak Jakarta Selatan untuk berwirausaha. Dengan melihat resep yang tersebar di internet warga bisa membuat dan menghasilkan keuntungan jika menjual produk olahan ubi ungu. Kegiatan dilakukan di warga Gang Haji Satra RT 009 / RW 006 Cilandak Jakarta Selatan pada Sabtu, 26 Juni 2021 dan metode kegiatan ini melalui tahapan sosialisasi, menjelaskan secara langsung menggunakan bahasa yang sopan dan menghibur.

Kata Kunci: Pemanfaatan, Olahan Ubi Ungu, Penghasilan

Abstract

This community service aims to educate and motivate residents of RT 009 / RW 006 Cilandak, South Jakarta, to cultivate one of the most widely produced agricultural products, namely purple sweet potato. Our group will focus on this service for making pudding made from purple sweet potato. Pudding, which is loved by all circles, from children, mothers and even fathers, has a big opportunity for residents of Gang Haji Satra RT 009 / RW 006 Cilandak, South Jakarta to become entrepreneurs. By looking at the recipes spread on the internet, residents can make and make a profit if they sell processed purple sweet potato products. The activity was carried out at the residents of Gang Haji Satra RT 009 / RW 006 Cilandak, South Jakarta on Saturday, June 26, 2021 and the method of this activity was through the stages of socialization, explaining directly using polite and entertaining language.

Keywords: Utilization, Purple Potato Processing, Income

PENDAHULUAN

Indonesia sebagai Negara agraris menghasilkan berbagai macam produk olahan pertanian yang salah satunya adalah ubi ungu. Ubi ungu adalah salah satu komoditas pertanian jenis umbi-umbian yang cukup penting di Indonesia sebagai sumber pangan. Ubi ungu merupakan jenis makanan yang dapat diolah menjadi berbagai macam makanan baik tradisional maupun modern. Seperti onde-onde ubi ungu, klepon ubi ungu, donat dan masih banyak lagi olahan yang bisa dibuat dari ubi ungu.

Ubi jalar ungu termasuk tanaman yang mudah tumbuh di daerah tropis. Ubi jalar ungu mengandung zat pati, gula dan serat

seperti selulosa, hemiselulosa dan pectin. Menurut Soejoeti Tarwodjo (2010), bahwa ubi jalar juga memiliki beberapa varian warna diantaranya ubi jalar putih, kuning merah dan ungu. Pada umumnya ubi jalar dimanfaatkan sebagai bahan pembuat makanan karena rasanya yang manis dan teksturnya lembut, di beberapa daerah ubi jalar merupakan salah satu makanan pokok bagi masyarakat karena ubi jalar mengandung karbohidrat yang cukup tinggi yaitu 27,9 gram selain itu juga mengandung protein 1,8 gram, lemak 0,7 gram, vitamin A 7700 SI, Vitamin C 22 mg, dan zat besi sebanyak 0,7 mg Winarti (2010), sedangkan menurut Richanna (2012) ubi jalar memiliki kandungan karbohidrat 75-90 % berat

kering. Tentu dengan produk ini akan dapat memiliki nilai jual kepada masyarakat sebagaimana Kiki Joesyiana (2021) mengatakan pelatihan adalah sebuah bentuk pembangunan ketahanan ekonomi di desa. Dengan kesadaran dan upaya bersama semua komponen termasuk di setiap tingkat usaha kecil dan mikro. Kegiatan pelatihan pemanfaatan ubi ungu sebagai bahan pembuatan ubi ungu dapat meningkatkan penghasilan masyarakat yang membuka lapangan usaha mikro dan kecil. Menurut Al Farisi (2021) meningkatnya jumlah usaha mikro dan kecil di tengah masyarakat akan berdampak terhadap meningkatnya pertumbuhan perekonomian Indonesia. Selain dapat membantu pemenuhan kebutuhan masyarakat usaha mikro dan kecil juga dapat menyerap tenaga kerja sehingga tingkat pengangguran menjadi berkurang.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pemanfaatan Ubi Ungu Sebagai Bahan Pembuatan Puding Untuk Menambah Penghasilan Bagi Warga Rt 009 Cilandak Jakarta Selatan”

METODE

Metode dalam pengabdian kepada masyarakat ini merupakan metode eksperimen kegiatan yang dipraktikkan kepada warga Gang Haji Sastra Rt 009 / Rw 006 Cilandak Jakarta Selatan.

Tahap Persiapan yaitu : Survei awal, Pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran., Penyusunan bahan/materi pelatihan yang meliputi sosialisasi secara langsung dan bahan yang digunakan

Tahap Pelaksanaan kegiatan ini, mulai dari tahap yang akan menjelaskan tentang bagaimana cara pembuatan puding ubi ungu yang kaya manfaat bagi kesehatan dan dapat dijadikan nilai jual dimasyarakat . Untuk melaksanakan kegiatan ini digunakan beberapa metode pelatihan, yaitu : Metode Penyuluhan dan Metode Simulasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagi semua kalangan suka menikmati jajanan yang menyehatkan, namun dari olahan yang sudah dibentuk menarik dan memiliki rasa yang enak. Salah satu jajanan yang banyak disukai adalah pudding. Puding adalah hidangan penutup dengan rasa manis yang terbuat dari agar-agar bersama susu, tepung maizena dan telur kocok. Puding dapat disajikan dalam berbagai kesempatan dengan berbagai variasi rasa, bentuk dan tekstur dimana sebelumnya pudding dibekukan dalam cetakan berbagai ukuran.

Maka dari itu Ubi ungu yang merupakan jenis ubi jalar yang sering ditemui, memiliki warna ungu gelap dengan rasanya yang manis dan gurih yang akan diolah menjadi pudding. Dan akan dimanfaatkan bagi warga untuk menambahkan penghasilan



Gambar 1. Foto Bersama Panitia PKM



Gambar 2. Kegiatan PKM



Gambar 3. Panitia PKM Memberikan Penyuluhan



Gambar 4. Pemberian Hadiah



Gambar 5. Pemberian Cinderamata

PENUTUP

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di lingkungan Warga Rt 009/006 Gg Hj. Satra Cipete Selatan dalam bentuk sosialisasi secara langsung namun tetap memperhatikan protokol kesehatan. Dengan memberikan langkah langkah untuk membuat pudding ubi ungu ini dan juga memotivasi betapa pentingnya manfaat ubi ungu bagi kesehatan warga Rt 009 terkhususnya untuk para ibu ibu. Dengan bahan yang harganya terjangkau pudding ubi ungu bisa menjadi salah satu usaha yang mungkin bisa dilakukan warga Rt 009 dan harga jual cukup menguntungkan. Bisa menjadi cemilan anak anak juga atau saat sedang berkumpul dengan menikmati pudding ubi ungu. Pemasaran dengan platform online juga bisa dilakukan dengan penjualan pudding ubi ungu ini. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah kami lakukan dapat secara rutin dilakukan di lokasi yang sama maupun dilakukan di lokasi yang berbeda namun tetap memperhatikan protocol kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, F. (n.d.). *Manfaat Ubi Ungu Bagi Kesehatan*. Retrieved from theasianparent: <https://id.theasianparent.com/manfaat-ubi-ungu>
- Al Farisi, M.S., Ajriyansyah, Purwanto, A., & Triyana. (2021). Pelatihan Pemasaran Syariah Berbasis Digital bagi Pelaku UMKM di Kelurahan MekarsariCileungsi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-5. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.1>

Kirana, F. A. (2020, Oktober 29). *Cara Membuat Puding Ubi Ungu yang Lembut*. Retrieved from Fimela.com: <https://www.fimela.com/lifestyle/read/4393043/cara-membuat-puding-ubi-ungu-yang-lembut>

Kiki Joesyiana, Prihastuti, A. H., Wahyuni, S., Susanti, D., & Wahyuni, S. (2021). Pengembangan Badan Usaha Milik Desa (BumDes) Untuk Kesejahteraan Ekonomi Masyarakat Desa Bukit Ranah Kabupaten Kampar Provinsi Riau. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(2), 132-139. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i2.24>

Pratiwi, R. A. (2020). Pengolahan Ubi Jalar Menjadi Aneka Olahan Makanan. *Triton*, 42-50.

Haryadi, R. N., Anda Rojali, Khumidin, & M. Fauzan. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3>

Sendari, A. A. (2020, November 11). *Manfaat Ubi Ungu untuk Kesehatan, Kaya Antioksidan Penting*. Retrieved from Liputan6: <https://hot.liputan6.com/read/4250523/10-manfaat-ubi-ungu-untuk-kesehatan-kaya-antioksidan-penting>

MENJADI AKTIF, KREATIF, DAN MANDIRI BERSAMA ANAK RUMAH YATIM DHUAFRA RAYDHA AULIA

¹*Annisa Zahra Amalina, ²Lukman Fahmi Hidayat, ³Lulu Maesaroh,
⁴Muhammad Azhari Samudra, ⁵Sri Rahayu
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia
*zahraannisa1405@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari Pengabdian Kepada Masyarakat Mahasiswa (PKM) ini adalah untuk mengembangkan potensi dan wawasan selama pandemi Covid-19 bersama anak-anak Panti Asuhan Dhuafa Raydha Aulia, Jl. Kesadaran II, Pd. Petir, Kec. Bojongsari, Depok, Tangerang Selatan. Metode kegiatan ini adalah dengan mengunjungi Panti Asuhan Dhuafa Raydha Aulia dan mengadakan beberapa kegiatan belajar-bermain untuk mengisi waktu luang anak-anak sehingga mereka dapat bersemangat untuk berpartisipasi dalam pembelajaran online selama pandemi Covid-19. Hasil dari kegiatan ini adalah anak-anak yang mengikuti kegiatan ini menjadi lebih aktif dalam belajar, menjadi lebih kreatif dengan ide-ide mereka dengan menghasilkan kreasi atau kerajinan, dan juga lebih mandiri karena mampu melakukan tugas dan berani mengekspresikan pendapatnya. Sehingga ke depan anak-anak diharapkan lebih percaya diri dengan potensinya.

Kata Kunci: Belajar, Keaktifan, Kreativitas, Kemandirian

Abstract

The purpose of this Student Community Service (PKM) is to develop potential and insight during the Covid-19 pandemic with the children of the Dhuafa Raydha Aulia Orphanage, Jl. Kesadaran II, Pd. Petir, Kec. Bojongsari, Depok, Tangerang Selatan. The method of this activity is to visit the Dhuafa Raydha Aulia Orphanage House and hold several learning-play activities to fill the children's free time so they can get excited about participating in online learning during the Covid-19 pandemic. The result of these activities is that children who take part in this activity become more active in learning, become more creative with their ideas by producing creations or crafts, and are also more independent because they are able to do assignments and dare to express their opinions. So that in the future the children are expected to be more confident with their potential.

Keywords: Learning, Activeness, Creativity, Independence

PENDAHULUAN

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) merupakan salah satu bentuk sosialisasi mahasiswa Universitas Pamulang untuk membantu masyarakat dan sekitarnya. Rumah Yatim Dhuafa Raydha Aulia, menjadi target tempat PKM dilaksanakan, dengan menerapkan tema Mengembangkan Potensi dan Wawasan di masa pandemi Covid-19 bersama anak-anak Rumah Yatim Dhuafa Raydha Aulia. Menyebarnya wabah Covid-19 ini hingga ke wilayah Indonesia, memberikan dampak yang besar dalam Negara. Tidak hanya pada perekonomian tetapi juga terhadap aktifitas pendidikan.

Dengan berhentinya proses kegiatan belajar-mengajar tatap muka dan digantikan dengan sistem daring atau online, mengakibatkan banyaknya kekurangan dari pembelajaran yang tersampaikan kepada anak. Bagi kebanyakan anak dan orang tua, untuk mengakses teknologi masih cenderung minim bahkan ada beberapa yang tidak memiliki smartphone atau komputer yang menjadi fasilitas penunjang pembelajaran. Sehingga sedikit menyulitkan bagi mereka dengan menjalani sistem sekolah secara daring atau online ini dan mau atau tidak anak harus bisa beradaptasi dan harus bisa mengeksplorasi teknologi. (Herawati, E., et al. 2021) Dengan pengetahuan kewirausahaan yang mumpuni,

diharapkan akan mampu menumbuhkan sikap kemandirian yang matang, agar biaya hidup dan biaya pendidikan dapat berjalan lancar serta dapat membantu meringankan beban panti, maka mereka perlu diberdayakan untuk perbaikan kualitas hidupnya.

Walaupun pembelajaran dilakukan dirumah dengan metode yang bervariasi, tetapi anak bisa mengalami kejenuhan dalam belajar, sehingga menyepikan pembelajaran yang seharusnya diterima tiap hari disekolah dan juga dengan adanya tugas yang diberikan. Sehingga orang tua harus bisa menyediakan waktu untuk melakukan kegiatan yang menyenangkan, misalnya bermain, baca buku yang disukai, main game, atau olahraga agar anak bisa rileks sesudah belajar.

Begitu juga dengan dilaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini, kami harapkan untuk bisa membantu anak-anak agar dapat menjalani proses pembelajaran daring dengan senang hati. Dan juga membimbing anak-anak bisa terus semangat, sesuai dengan judul kegiatan PKM kami yaitu Menjadi Aktif, Kreatif, dan Mandiri Bersama Anak Rumah Yatim Dhuafa Raydha Aulia.

METODE

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan selama 1 (satu) hari yaitu pada tanggal 06 Maret 2021. Rumah Yatim Dhuafa Raydha Aulia, Jl. Kesadaran II, Pd. Petir, Kec. Bojongsari,

Depok, Tangerang Selatan. Metode kegiatan ini adalah mendampingi dan memberikan pelatihan dan diskusi dengan belajar dan bermain bagi anak-anak. Kami juga memberikan Presentasi agar anak bisa menjadi aktif, kreatif, dan mandiri dalam pembelajaran daring di masa pandemi ini. Berikut kegiatan yang dilakukan bersama anak-anak Rumah Yatim Dhuafa Raydha Aulia

Pola pikir masyarakat semakin kreatif dibandingkan dengan daerah-daerah tertinggal. Pola pikir kreatif seperti mengembangkan keterampilan tangan melalui bahan yang di daur ulang dapat digunakan sebagaimata pencaharian karena alat dan bahan yang digunakan mudah didapat di lingkungan sekitarnya.

Hanid (2013) menjelaskan “Seni kerajinan adalah hal yang berkaitan dengan buatan tangan atau kegiatan yang berkaitan dengan barang yang dihasilkan melalui keterampilan tangan”. Sebagai bagian dari budaya, pelajaran kerajinan tangan masuk kedalam kurikulum yang diajarkan di sekolah dengan memanfaatkan barang-barang bekas, yaitu salah satunya dari bahan stik es krim.

Salah satunya dengan menggunakan teknik seni kolase. Seni kolase adalah jenis karya seni rupa yang dibuat dengan menempel potongan, pecahan, atau kepingan material yang dimanfaatkan sebagai bagian dari bentuk yang digambarkan.



Gambar 1. Seni Kolase

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Em Zul Fajri dan Ratu Aprillia Senja (2014:36) “Kata aktif yang artinya giat bekerja, giat berusaha, mampu bereaksi dan berinteraksi”. Aktif adalah istilah umum yang merujuk kepada sesuatu yang sedang

dan dapat bergerak, bekerja, atau menjalankan fungsinya. Sesuatu yang aktif dapat ditengarai dari pergerakannya maupun segala sesuatu, benda atau orang mengenai hal-hal yang telah dikerjakan atau dilakukan dinamakan aktivitas. Sehingga

aktif disini dapat diartikan bahwa anak dapat lebih berani menekspresikan dirinya dengan berinteraksi seperti hal bertanya, menyampaikan pendapat, dan mengajukan diri.

Kreativitas merupakan potensi yang dimiliki setiap manusia dan bukan yang diterima dari luar diri individu. Sehingga Kreativitas adalah kemampuan yang dimiliki seseorang untuk menemukan dan menciptakan suatu hal baru, cara-cara baru, model baru, yang berguna bagi dirinya dan masyarakat. Kreativitas banyak dilandasi oleh kemampuan intelektual, seperti intelegensi bakat dan kecakapan hasil belajar, tetapi juga didukung oleh faktor-faktor afektif dan psikomotor.

Peserta didik akan kreatif, bila diberi kesempatan merancang/membuat sesuatu, menuliskan ide atau gagasan. Kegiatan tersebut akan memuaskan rasa keingintahuan dan imajinasi mereka. Apabila suasana belajar yang aktif dan kreatif terjadi, maka akan mendorong peserta didik untuk menyenangkan dan memotivasi mereka untuk terus belajar.

Kemandirian yaitu sikap penting yang harus dimiliki seseorang supaya mereka tidak selalu bergantung dengan orang lain. Menurut Haris Mujiman (2011: 1-2) "belajar mandiri merupakan kegiatan belajar aktif,

yang didorong oleh motif untuk menguasai sesuatu kompetensi, dan dibangun dengan bekal pengetahuan atau kompetensi yang telah dimiliki".

Menurut Monks, dkk (dalam Astuti, 2013) mengatakan bahwa "orang yang mandiri akan memperlihatkan perilaku yang eksploratif, mampu mengambil keputusan, percaya diri dan kreatif. Selain itu juga mampu bertindak kritis, tidak takut berbuat sesuatu, mempunyai kepuasan dalam melakukan aktifitasnya, mampu menerima realita serta dapat memanipulasi lingkungan, berinteraksi dengan teman sebaya, terarah pada tujuan dan mampu mengendalikan diri".

PENUTUP

Mengajarkan anak-anak membuat kerajinan seni kolase ini, adapun tujuannya adalah untuk dapat melatih kemampuan berpikir serta dapat berbuat kreatif yang ditunjukkan dengan terwujudnya hasil karya, sehingga terbentuknya sikap dan mental kreatif, berani mencoba, mencipta, dan percaya diri. Sehingga terlaksana nya kegiatan ini bisa membantu anak agar bisa mengisi waktu jenuhnya dikarenakan pembelajaran daring dan dapat mengasah kreatifitas anak agar terus tumbuh kembang dengan baik.



Gambar 2. Foto Hasil Karya Kerajinan Seni Kolase

Dari Paparan yang telah disampaikan terkait pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mahasiswa program studi manajemen universitas pamulang, yang bertempat di Yayasan Rumah Yatim Dhuafa Raydha Aulia, Kec. Bojongsari, Depok, Tangerang Selatan. Meski dalam kondisi yang serba terbatas karena pandemi

Covid-19 tetapi seluruh pelajar masih dapat melakukan pembelajaran secara daring.

Hambatan bagi pelajar dengan pembelajaran daring ini dimulai dari fasilitas yang tidak memadai, kurangnya materi yang tersampaikan dan juga kejenuhan yang dirasakan setiap pelajar. Dengan ini, dituntun lebih atas peran orang tua dalam

membantu anak untuk bisa memahami dan juga menemani agar kegiatan pembelajaran anak dapat terpantau.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dapat membantu dan memotivasi anak agar terus belajar dengan metode yang lebih senang dan ringan. Sehingga kedepannya bagi para pengajar ataupun pengasuh dari pihak sekolah maupun Yayasan Rumah Yatim Dhuafa Raydha Aulia dapat membuat kegiatan serupa yang dapat mempengaruhi keinginan anak untuk terus aktif belajar, kreatif dalam melakukan atau membuat sesuatu dan mandiri di keseharian.

Masa pandemi sangat berdampak bagi kegiatan pendidikan. Akan lebih sulit menerima pembelajaran bagi anak yang kurang mampu memahami jika disampaikan secara daring. Dengan diadakannya kegiatan seperti ini, memberikan solusi anak, agar tidak mengalami kejenuhan.. Berikut ini beberapa solusi yang dapat membangkitkan semangat belajar anak :

1. Menggunakan metode dan kegiatan belajar mengajar yang beragam, agar anak bisa aktif dan antusias mengikutinya.
2. Diberikan waktu untuk anak bermain dan bersosialisasi dengan lingkungan.
3. Diberikan pelatihan untuk menggali keahlian atau skill anak agar anak bisa lebih kreatif.
4. Pemberian penghargaan untuk memotivasi seperti nilai tambahan, hadiah kecil ketika mendapatkan pencapaian yang baik mungkin juga cukup efektif untuk menumbuhkan semangat.
5. Hindari terlalu sering mengkritik anak karena akan mengurangi kepercayaan diri anak. Sebaiknya, puji anak saat anak berhasil melakukan sesuatu.

DAFTAR PUSTAKA

Astuti dan Sukardi. 2013. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemandirian untuk*

Berwirausaha Pada Siswa SMK. Jurnal Pendidikan Vokasi. UNY Vol. 3 No 3. November 2013.

Darmadi, Hamid. 2013. *Dimensi - Dimensi Metode Penelitian Pendidikan Dan Sosial Konsep Dasar dan Implementasi*. Bandung: Alfabeta.

Em Zul Fajri dan Ratu Aprillia Senja. 2014. *Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*. Jakarta: Difa Publisher.

Herawati, E., Putri Puspitasari, Maya Susanti, & Nanih Rahmahdani. (2021). Pelatihan Kewirausahaan bagi Remaja Karang Taruna di Desa Dayeuh. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 17-21. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.4>

Mujiman, Haris. (2011). *Belajar Mandiri*. Surakarta: UNS PRESS.

Oktafia Ika Handarini dan Siti Sri Wulandari. 2020. *Pembelajaran Daring Sebagai Upaya Study From Home (SFH) Selama Pandemi Covid 19*. Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP) Volume 8, Nomor 3, 2020.

Sunarsi, D. (2018). Analisis Motivasi Kerja Tenaga Pendidik Sukarela Pada Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) Bimasda Kota Tangerang Selatan. *Kreatif: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 6(2), 53-65.

Suwanto, S., et al. (2020). Menggali Potensi, Memotivasi Dan Mengarahkan Generasi Muda Menyongsong Dunia Kerja Pada PKBM Cipta Tunas Karya Cipondoh Kota Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 2(2), 132-136.

Yuangga, K. D., et al. (2020). Pengembangan media dan strategi pembelajaran untuk mengatasi permasalahan pembelajaran jarak jauh di pandemi covid-19. *JGK (Jurnal Guru Kita)*, 4(3), 51-58.

PENGEMBANGAN SISTEM PENJUALAN USAHA RUMAHAN MELALUI PLATFORM DIGITAL MARKETING SEBAGAI SOLUSI DI MASA PANDEMI

¹Astriyati, ²Lianah, ³Dede Sumarni, ⁴Serly Marsela, ⁵Nirmala Hidayah

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*dosen02461@unpam.ac.id](mailto:dosen02461@unpam.ac.id)

Abstrak

Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Mahasiswa ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada ibu-ibu anggota PKK yang beralamat di Perum. Koperasi BUGN Blok B4 No. 54 RT 2/RW 10 Kel. Pasir Putih, Kec. Sawangan, Kota Depok. Adapun Metode kegiatan ini adalah mendatangi ibu-ibu PKK RW 10 Pasir Putih tersebut dan memberikan pelatihan dan diskusi bagaimana cara mengembangkan penjualan usaha rumahan melalui platform digital di masa pandemic. Hasil dari kegiatan tersebut adalah para peserta menjadi lebih mengerti cara mengembangkan penjualan usaha rumahan melalui platform digital, sehingga ke depan ibu-ibu PKK Perum. Koperasi BUGN, akan lebih giat lagi dalam meningkatkan penjualan usaha rumahan di masa pandemic seperti sekarang ini.

Kata Kunci: Sistem Penjualan, Usaha Rumahan, Platform Digital

Abstract

The purpose of this Student Community Service (PKM) is to provide knowledge and understanding to PKK members who are located at Perum. BUGN Cooperative Block B4 No. 54 RT 2/RW 10 Kel. Pasir Putih, Kec. Sawangan, Depok City. The method of this activity is to visit the PKK RW 10 Pasir Putih women and provide training and discussions on how to develop home-based business sales through digital platforms during the pandemic. The result of this activity is that the participants understand better how to develop sales of home-based businesses through digital platforms, so that in the future PKK Perum mothers The BUGN Cooperative will be even more active in increasing the sales of home businesses during the current pandemic.

Keywords: Sales System, Home Business, Digital Platform

PENDAHULUAN

Dampak pandemi virus corona (Covid-19) sangat terasa di dunia bisnis dan ekonomi. Dalam waktu yang cukup singkat, pola pemasaran pun berubah terlebih ketika diberlakukan *social distancing* dan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pemasar harus putar otak untuk bisa memasarkan produk atau jasa mereka ke konsumen, sebagai strategi *brand* bertahan di tengah pandemi virus corona. Para pelaku bisnis mengoptimalkan pemasaran *online* dan *digital branding* sebagai sarana komunikasi dengan target konsumennya. Dampak dari bencana wabah virus corona memukul banyak sektor bisnis di Indonesia. Beberapa sektor bisnis yang berpotensi mengalami penurunan penjualan ialah bengkel, restoran, salon, spa, properti, mice, tour&travel, hotel, transportasi,

penerbangan, mal, *fashion*, dan beberapa sektor bisnis lainnya. Meski begitu, ada beberapa sektor bisnis yang berpotensi stabil dan mengalami kenaikan seperti produk kesehatan yang dibutuhkan saat pandemi, *e-commerce*, minimarket, toko sembako, apotek, toko jamu, provider internet, jasa penyedia *video conference*, aplikasi belajar dari rumah, dan lainnya. Untuk tetap dapat bertahan di tengah pandemi ini, para pelaku *brand* harus bisa menyiasatinya. Mulai dari fokus ke pemasaran digital melalui website yang dijadikan *e-commerce*, *social media*, *search engine*, penjualan melalui *marketplace*, dan membentuk tim *reseller* untuk menjual produknya.

Permasalahan Organisasi cukup beragam dari mulai kurangnya koordinasi, pengkaderan mengatur organisasinya sendiri agar mampu berkembang sesuai yang di harapkan penulis ingin melakukan

pengabdian masyarakat dengan tujuan menyadarkan dan membantu ekonomi warga sekitar yang dilakukan ini berjudul “Pengembangan Sistem Penjualan Usaha Rumahan Melalui Platform Digital Marketing Sebagai Solusi Dimasa Pandemic”.

Fokus masalah dalam kegiatan PKM ini adalah bagaimana cara mengembangkan usaha rumahan melalui perkenalan platform digital marketing pada Ibu rumah tangga yang menjalankan usaha nya di rumah saat masa pandemic ini. Ibu rumah tangga yang dimaksud adalah pengurus, anggota dan lingkungan yang memiliki usaha dan yang memulai usaha di sekitar wilayah PKK RW 10 Pasir Putih, Sawangan Depok – Jawa Barat.

Tujuan dari pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah:

- Memberi pemahaman kepada para peserta mengenai pengembangan penjualan usaha rumahan melalui platform digital.
- Memberi pengetahuan kepada para peserta tentang elemen-elemen penting yang harus di perhatikan bagi pelaku UMKM.

- Memberikan pengarahan dan pelatihan cara mudah yang dapat dilakukan UMKM melakukan pemasaran melalui media sosial.
- Memberikan pengetahuan bagaimana strategi untuk mengembangkan bisnis UMKM.

Manfaat dari Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah:

- Para peserta mengetahui akan kegunaan positif dari penggunaan media sosial.
- Para peserta menjadi terbekali pengetahuan tentang cara mudah memasarkan usaha rumah
- an melalui media platform digital.
- Para peserta menjadi mau dan terampil dalam mengembangkan penjualan usaha rumahan di masa pandemi

METODE

Metode yang digunakan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini yaitu metode presentasi atau edukasi bersama anggota karang taruna dengan menjelaskan materi menggunakan metode digital



Gambar 1. Foto Bersama Karang Taruna

Solusi yang dapat di terapkan yaitu kita sebagai masyarakat indonesia yang baik kita harus bisa menjaga lingkungan kita sendiri dengan baik agar terhindar dari pengaruh negative dari lingkungan lain yang tidak diinginkan dan dapat menyebabkan rusaknya generasi muda jika metode ini tidak diterapkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tempat pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Perum Koperasi BUGN Blok B4 nomor 54 RT

02 / RW 10 Kelurahan Pasir Putih, Kecamatan Sawangan – Kota Depok. Adapun waktu pelaksanaan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat di laksanakan pada tanggal 20Maret 2021 hingga 26 Maret 2021:

Materi penyuluhan adalah manajemen pengorganisasian dalam karang taruna di lingkungan warga sekitar Tujuan: Dari rumusan masalah diatas dapat ditarik sebuah tujuan yaitu, untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya manajemen pengorganisasian dalam karang taruna lingkungan dengan baik.

Kegiatan pengabdian ini dilakukan Perum Koperasi BUGN Blok B4 nomor 54 RT

02 / RW 10 Kelurahan Pasir Putih, Kecamatan Sawangan – Kota Depok.



Gambar 2. Foto Bersama PKM

Selesai pelaksanaan Penyampaian materi kepada seluruh ibu ibu PKK yg ada di wilayah sekitar dengan judul pengembangan system jualan rumahan melalui platform digital marketing sebagai solusi dimasa pandemic.

Masyarakat ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi masyarakat dalam mengatasi permasalahan yang terjadi di lingkungan sekitar, sehingga dapat membantu memberikan pemahaman kepada masyarakat yang mempunyai kepedulian terhadap pengorganisasian sekitar.

PENUTUP

Dari paparan yang telah disampaikan terkait pelaksanaan kegiatan PKM Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pamulang, yang bertempat di Perum. Koperasi BUGN Blok B4 No. 54 RT 2/RW 10 Kel. Pasir Putih, Kec. Sawangan, Kota Depok, telah mendorong suasana kebersamaan dan semangat untuk mengembangkan penjualan usaha rumahan melalui platform digital sebagai solusi di masa pandemic ini. Kerinduan masyarakat akan kehadiran dunia kampus tampak dalam pelaksanaan kegiatan tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewanti, R. N., et al. (2021). Penyuluhan Dan Pelatihan Keterampilan Sablon Pigment Pasta Manual Di Karang Taruna 03 Desa Cisauk. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 1(1).
- Eka, P. D., et al. (2020). Pengelolaan Keuangan Ponpes Dalam Rangka Peningkatan Masyarakat Mandiri Di Pantii Asuhan Ikhwaniyah Cinta Yatim Dan Dhuafa. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 3(1), 35-40.
- Haryadi, R. N., Anda Rojali, Khumidin, & M. Fauzan. (2021). Sosialisasi Penggunaan

Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16.

<https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3>

- Paeno, P., et al. (2020). Pemanfaatan Sampah Plastik Untuk Kerajinan Rumah Tangga Taman Belajar Kreatif Mekar Sari. *BAKTIMAS: Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 2(1), 57-61.
- Purwanti, Y., Erlangga, H., Kurniasih, D., Pratama, A., & Sunarsi, D. (2021). Nurjaya, Abdul Manan, Nur Imam Duta Waskita, Dodi Ilham, Denny Aditya Dwiwarman, Agus Purwanto.(2021). The Influence Of Digital Marketing & Innovation On The School Performance. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(7), 118-127.
- Suwanto, S., et al. (2020). Menggali Potensi, Memotivasi Dan Mengarahkan Generasi Muda Menyongsong Dunia Kerja Pada PKBM Cipta Tunas Karya Cipondoh Kota Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 2(2), 132-136.

PELATIHAN MANAJEMEN KOPERASI PEGAWAI DI LEMBAGA PEMBINAAN KHUSUS ANAK KELAS II JAKARTA

¹Achmad Sofyan Rasyid, ²Bintoro Yudho Joko Handoyo, ³*Denny Kurniawan,
⁴Dyah Sumbiharsih, ⁵Dwi Marsudi, ⁶Sarwani
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia
[*dennykurniawan505@gmail.com](mailto:dennykurniawan505@gmail.com)

Abstrak

Koperasi adalah sebuah organisasi ekonomi yang dioperasikan dan dimiliki oleh orang perorang yang bergabung secara sukarela untuk memperjuangkan kepentingan bersama. Kegiatan koperasi dilakukan secara bertahap mulai dari sejak didirikan dalam skala kecil kemudian terus berkembang dalam skala yang besar, maka skala usaha dan cakupan kegiatan usaha juga menjadi lebih besar. Koperasi Konsumen Lapas Anak Jakarta adalah koperasi pegawai yang berada di Lembaga Pembinaan Khusus Anak Kelas II Jakarta yang dibentuk pada tanggal 9 Maret 2018 melalui rapat yang dihadiri oleh Pegawai LPKA Kelas II Jakarta. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan langkah-langkah pendekatan dengan instansi LPKA Kelas II Jakarta, dengan cara workshop dan sosialisasi acara serta pelatihan berupa penjelasan mengenai manajemen koperasi untuk membuat kemandirian koperasi pegawai yang berbasis anggota serta memiliki nilai dan prinsip-prinsip partisipasi, kebersamaan dan kemandirian. Kesimpulan dari hasil workshop dan sosialisasi program pengabdian kepada masyarakat ini adalah: 1. Pelatihan Manajemen Koperasi memberikan pelatihan dan penyuluhan kepada anggota koperasi untuk dapat menjadi koperasi yang mandiri karena koperasi merupakan organisasi yang berbasis anggota serta memiliki nilai dan prinsip-prinsip partisipasi, kebersamaan dan kemandirian. 2. Hasil observasi setelah kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat menunjukkan, Anggota Koperasi LPKA Kelas II Jakarta lebih aktif dalam partisipasi kegiatan koperasi koperasi konsumen lapas anak Jakarta. 3. Hasil Analisa SWOT yang dilakukan harus dilakukan pengembangan dan perbaikan dalam operasional dan manajemen Koperasi LPKA Kelas II Jakarta dengan memperhatikan setiap Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman yang dimiliki dan dihadapi Koperasi LPKA Kelas II Jakarta di masa sekarang maupun di masa yang akan datang.

Kata Kunci: Pelatihan, Manajemen, Koperasi

Abstack

Cooperative is an economic organization that is operated and owned by individuals who join voluntarily to fight for common interests. Cooperative activities are carried out in stages starting from being established on a small scale then continuing to develop on a large scale, so the business scale and scope of business activities also becomes larger. The Jakarta Children's Prison Consumer Cooperative is an employee cooperative located at the Jakarta Class II Child Special Guidance Institute which was formed on March 9, 2018 through a meeting attended by Class II Jakarta LPKA Employees. The method used in this community service activity uses approach steps with LPKA Class II Jakarta institutions, by means of workshops and socialization of events as well as training in the form of explanations about cooperative management to make employee cooperatives independent based on members and have values and principles of participation, togetherness and independence. The conclusions from the results of the workshop and socialization of this community service program are: 1. Cooperative Management Training provides training and counseling for cooperative members to become independent cooperatives because cooperatives are member-based organizations and have the values and principles of participation, togetherness and independence. 2. The results of observations after the Community Service activities show that members of the Jakarta LPKA Class II Cooperative are more active in participating in the cooperative activities of the Jakarta juvenile prison consumer cooperative.

Keywords: Training, Management, Cooperative

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Koperasi merupakan badan usaha yang beranggotakan seseorang atau badan hukum yang melandaskan prinsip kombinasi dari manusia, aset fisik dan non fisik, informasi dan teknologi untuk memperbaiki keadaan ekonomi agar bisa lebih maju. Koperasi juga merupakan gerakan yang bertujuan untuk mensejahterakan anggota koperasi yang berlandaskan asas kekeluargaan. Seiring dengan perkembangan zaman dan pertumbuhan ekonomi nasional, koperasi di Indonesia sedikitnya terdapat dua puluh lima (25) bentuk koperasi. Menurut Siregar & Jamhari (2013) koperasi tersebut adalah, koperasi kerajinan industri, wisata, simpan pinjam, pasar, serba usaha, karyawan, jasa, wanita, perikanan, ternak, pertanian, angkutan, pondok pesantren, KUD, KOPTI, KPRI, ABRI, BMT, pensiun, mahasiswa, pemuda, PKL, dan nelayan. Dari dua puluh lima (25) bentuk tersebut, dapat dikelompokkan menjadi empat jenis, yaitu koperasi konsumsi, koperasi produksi, koperasi simpan pinjam, dan koperasi serba usaha [1].

Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Tahun 2020-2024 yang mengacu pada Visi dan Misi Presiden yang tercantum dalam Peraturan Presiden nomor 18 tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RJMN) tahun 2020-2024 diarahkan untuk mewujudkan struktur ekonomi yang produktif, mandiri dan berdaya saing dengan cara lebih meningkatkan efektivitas dan efisiensi penyelenggaraan pembangunan nasional melalui upaya pemberdayaan Koperasi dan UMKM. Dalam rangka mengoptimalkan perencanaan pembangunan di bidang Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah serta untuk melaksanakan Peraturan Presiden tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN), Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah menyusun Rencana Strategis (Renstra) [2] Kementerian Koperasi dan UMKM 2020-2024 ini juga sebagai panduan bagi seluruh pihak yang berkepentingan terhadap upaya pemberdayaan Koperasi dan UMKM secara nasional. Diharapkan Renstra ini dapat lebih meningkatkan efektivitas dan

efisiensi penyelenggaraan pembangunan nasional melalui upaya pemberdayaan Koperasi dan UMKM.

Menurut Setiawan (2005:59), [3] dalam praktik perkoperasian, baik administrasi organisasi maupun administrasi usaha koperasi tidak dapat berjalan sendiri-sendiri. Keduanya terikat dalam hubungan timbal balik, dalam artian administrasi organisasi menjadi instrumen fundamental bagi terselenggaranya administrasi usaha, sebaliknya administrasi usaha menjadi semacam "ujung tombak" bagi keberhasilan administrasi organisasi. Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu upaya pencapaian tujuan negara dan bangsa Indonesia sesuai Pembukaan Undang-Undang Dasar (UUD) Negara Republik Indonesia Tahun 1945 yaitu untuk memajukan kesejahteraan umum. Selanjutnya, tentang Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) Tahun 2005-2025 [4] yaitu:

1. Peningkatan daya saing usaha kecil dan menengah (UKM) diberbagai wilayah di Indonesia sehingga menjadi bagian integral dari kegiatan ekonomi dan memperkuat basis ekonomi dalam negeri;
2. Pengembangan UKM diarahkan agar menjadi pelaku ekonomi yang makin berbasis iptek dan berdaya saing dengan produk impor, khususnya dalam menyediakan barang dan jasa kebutuhan masyarakat sehingga mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam perubahan struktural dan memperkuat perekonomian domestik;
3. Koperasi yang didorong berkembang luas sesuai kebutuhan menjadi wahana yang efektif untuk meningkatkan posisi tawar dan efisiensi kolektif para anggotanya, baik produsen maupun konsumen di berbagai sektor kegiatan ekonomi sehingga menjadi gerakan ekonomi yang berperan nyata dalam upaya peningkatan kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat; dan
4. Pemberdayaan usaha mikro menjadi pilihan strategis untuk meningkatkan pendapatan kelompok masyarakat berpendapatan rendah dalam rangka mengurangi kesenjangan pendapatan dan kemiskinan melalui peningkatan

kapasitas usaha dan ketrampilan pengelolaan usaha serta sekaligus mendorong adanya kepastian, perlindungan dan pembinaan usaha.

Perkembangan kelembagaan dan usaha koperasi pada Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2020 menunjukkan pertumbuhan jumlah koperasi dengan presentase aktif dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2014 adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Perkembangan Kelembagaan dan Usaha Koperasi Tahun 2009 – 2014

NO	INDIKATOR	2010	2011	2012	2013*	2014**
1	Jumlah Koperasi	177.4	188.1	194.2	203.7	209.48
		82	81	95	01	8
2	Koperasi Aktif	70.35	71.03	71.71	70.26	70.29
	%	%	%	%	%	%
3	Koperasi Yang Melaksana kan RAT	44.71	43.39	47.36	47.28	54.34
	%	%	%	%	%	%
4	Jumlah Anggota (orang)	30.46	30.84	33.86	35.25	36.443.
		1.121	9.913	9.439	8.176	953
5	Modal (Rp. Miliar)	64.78	75.48	102.8	170.3	200.66
		8,73	4,24	26,16	76,86	2,82
6	Volume Usaha (Rp. Miliar)	76.82	95.06	119.1	125.5	200.66
		2.08	2.40	82.69	84,98	2,82
7	Sisa Hasil Usaha (Rp. Miliar)	5.622	6.336	6.661	8.110	14.898.
		,16	,48	,93	,18	,65
8	Jumlah Manager (Orang)	31.56	34.34	36.17	35.06	36.615
		6	2	6	3	
9	Jumlah Karyawan (Orang)	319.	342.8	393.5	438.5	503.83
		938	96	02	41	0

Sumber : Kementerian Koperasi dan Ukm (2014) Diolah Penulis [5]

Keterangan : *) Data Sementara

***) Data Sangat Sementara

Berdasarkan tabel diatas, dapat terlihat jumlah koperasi dari tahun 2010 sampai dengan 2014 terjadi pertumbuhan hampir 1.000 (seribu) unit koperasi dalam setiap tahunnya. Namun, jumlah koperasi yang aktif rata-rata hanya sekitar 70% (tujuh puluh persen) setiap tahunnya. Ini menunjukkan bahwa pada tahun 2010 sampai tahun 2014 terjadi penambahan unit koperasi namun koperasi yang aktif hanya sekitar 70% (tujuh puluh persen). Artinya, perlu pemberdayaan dan pelatihan dalam sebuah organisasi koperasi agar dalam setiap tahunnya tidak hanya unit koperasi saja yang bertambah tapi juga harus

diimbangi dengan koperasi aktif. Tidak hanya pada tahun 2009 -2014 saja, data koperasi dalam lima tahun terakhir yaitu 2015 sampai dengan tahun 2019 terlihat jumlah koperasi dan koperasi aktif cenderung berkurang seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 2. Perkembangan Kelembagaan dan Usaha Koperasi Tahun 2015 - 2019

NO	INDIKATOR	2015	2016*	2017*	2018**	2019**
1	Jumlah Koperasi	8.024	7.599	-	-	-
2	Koperasi Aktif	6.016	5,047	5,773	2,873	3,447
3	Koperasi Yang Melaksanakan RAT	436	175	476	611	769
4	Jumlah Anggota (orang)	882.19	1.871	2.476.	685.089	1.264.94
		5		434		4
6	Volume Usaha (Rp. Miliar)	18.149	4.568	12.728	14.825	16.564
7	Sisa Hasil Usaha (Rp. Miliar)	2.121	256	882	757	836
8	Jumlah Manager (Orang)	1.355	154	-	-	-
9	Jumlah Karyawan (Orang)	13.877	3,324	-	685.089	-

Sumber : Kementerian Koperasi dan Ukm (2020) di Olah Penulis

Keterangan : *) Data Sementara

***) Data Sangat Sementara

Berdasarkan tabel 1 dan table 2 dapat dilihat perkembangan kelembagaan koperasi pada 10 (sepuluh) tahun terakhir dari tahun 2009 sampai dengan 2019 masih banyak perbaikan yang perlu dilakukan untuk mewujudkan Koperasi dan UKM yang memiliki usaha yang berkelanjutan, mandiri dan berdaya saing. Perkembangan koperasi masih membutuhkan dukungan kebijakan yang membantu koperasi dalam merespon perubahan pasar dan perekonomian yang dinamis. Koperasi juga perlu diperkuat sehingga mampu berkontribusi pada perbaikan struktur pelaku usaha nasional menjadi lebih kokoh dan seimbang, baik dalam skala usaha, strata maupun sektoral.

Dinilai dari segi keanggotaan, koperasi Indonesia rata-rata memiliki jumlah anggota yang aktif sejumlah 170 orang (35.237.990) orang anggota/ 206.288 unit koperasi yang bila jumlah sebuah koperasi minimal harus didukung 20 orang anggota (Kementerian Koperasi dan UKM Tahun 2014) [9] maka, data menunjukkan bahwa terjadi pertumbuhan anggota

koperasi di Indonesia yang positif meskipun data juga menunjukkan bahwa 61.449 unit atau sebesar 30%. jumlah koperasi yang ada tidak aktif. Kondisi ini ditegaskan oleh data yang menunjukkan bahwa hanya 71.182 koperasi yang melakukan Rapat Anggota Tahunan atau hanya 35% dari jumlah keragaan koperasi yang melaksanakan Rapat Anggota Tahunan.

Berkaitan dengan penerapan prinsip koperasi, keberhasilan koperasi tidak semata-mata ditentukan oleh perkembangan modal dan usahanya, tetapi yang terutama seberapa jauh nilai kebersamaan untuk saling menolong dalam rangka memenuhi kebutuhan anggota dan masyarakat dapat diwujudkan dalam kegiatan koperasi. Selanjutnya, modal koperasi adalah modal sosial bersama, sehingga keberhasilan usaha koperasi bukan hanya seberapa jauh modal sosial berkembang dalam kegiatan dan usaha koperasi tapi, seberapa jauh juga kebersamaan dalam organisasi koperasi tersebut.

Lembaga Pembinaan Khusus Anak (LPKA) Kelas II Jakarta berupaya untuk mendukung Kementerian Koperasi dan UMKM dalam mengembangkan pelayanan koperasi. Istilah koperasi memiliki arti yaitu suatu perkumpulan yang beranggotakan orang-orang atau badan hukum, yang memberikan kebebasan kepada anggota untuk masuk dan keluar, dengan bekerja sama secara kekeluargaan menjalankan usaha untuk mempertinggi kesejahteraan jasmni para anggota. Menurut Hatta dalam Naim (1994), Koperasi didirikan sebagai persekutuan kaum lemah untuk membela keperluan hidupnya, didahulukan keperluan bersama bukan keuntungan [10].

Undang-undang No. 11 Tahun 2012 [11] tentang Sistem Pengadilan Pidana Anak (SPPA) secara tegas mengamanahkan peran dan fungsi strategis pemasyarakatan dalam sistem peradilan pidana anak. Peran strategis pemasyarakatan mulai bergerak sejak pra-adjudikasi, adjudikasi, hingga post adjudikasi. Peran LPKA Kelas II Jakarta ialah melakukan pelayanan, perawatan, pembinaan, pendidikan, dan pengawasan terhadap anak harus benar-benar memperhatikan hak-hak anak dan prinsip dasar penanganan anak. Keempat prinsip dasar yang melekat pada anak yaitu:

kepentingan terbaik bagi anak, Non diskriminasi, Menghargai pendapat anak dan tumbuh kembang anak harus menjadi pedoman dasar dalam perlakuan anak. Selain kegiatan simpan pinjam, koperasi Lapas Anak Jakarta juga mengadakan sewa lahan kantin sebagai kegiatan untuk memenuhi kebutuhan makanan pegawai dan juga anak didik melalui keluarga yang mengunjungi.

Lembaga Pembinaan Khusus Anak Kelas II Jakarta mulai beroperasi pada tanggal 30 Januari 2017 dengan jumlah pegawai 10 orang. Pada awalnya LPKA Jakarta menggunakan gedung eks. Rutan Salemba dengan kekurangan sarana dan prasarana penunjang kegiatan tugas dan fungsi LPKA semestinya. Pada akhir tahun 2019 Lembaga Pembinaan Khusus Anak Kelas II Jakarta sudah memiliki sebanyak 105 pegawai dan sarana prasarana yang memadai. Awal tahun 2020 Lembaga Pembinaan Khusus Anak Kelas II Jakarta pindah lokasi ke Cinere Gandul dengan menggunakan gedung eks. Lapas Terbuka Jakarta. Lembaga Pembinaan Khusus Anak Kelas II Jakarta berada di Komplek Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Republik Indonesia di jalan Raya Gandul, Cinere. Namun lokasinya yang dipisahkan dengan Kali Krukut maka LPKA Kelas II Jakarta berada di Kota Administrasi Jakarta Selatan. LPKA Jakarta memiliki total luas bangunan Kantor Utama sebesar 725.84 M² dan Bangunan Kunjungan, Dapur, Poliklinik sebesar 631.08 M² serta bangunan sel dengan kapasitas 54 Anak sebesar 350.00 M² dengan jumlah luas keseluruhan bangunan sebesar 1.723.42 M².

Rumusan Masalah

Koperasi Pegawai Lapas Anak Jakarta saat ini masih terbilang baru yang membutuhkan pelatihan dan bimbingan agar dapat mengatasi masalah dan hambatan yang terjadi seperti, hambatan yang menjadikan koperasi lambat untuk berkembang. Hambatan tersebut bisa berasal dari fasilitas koperasi, anggota, masyarakat, pemerintah, lingkungan dan pengurus koperasi itu sendiri. Masalah yang ditemukan pada Koperasi Pegawai Lapas Anak tersebut adalah sebagai berikut:

1. Keterbatasan dana yang dimiliki.

2. Partisipasi para anggotanya masih rendah.
3. Keterbatasan pengetahuan anggota terhadap peran koperasi.
4. Kurangnya pengawasan dari para pengurus koperasi.
5. Kurangnya fasilitas-fasilitas yang dapat menarik perhatian dan peminat karena sebagian karyawan beranggapan bahwa koperasi kurang menjanjikan.
6. Penyelenggaraan kegiatan perkoperasian tidak didasarkan pada perencanaan yang memadai.

Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat

Penanganan berbagai tantangan dan permasalahan pada Koperasi Pegawai Lembaga Pembinaan Khusus Anak Kelas II Jakarta tersebut diatas membutuhkan dukungan kebijakan yang seimbang antara keberpihakan dan pembangunan kemandirian. Hal ini mengingat koperasi pegawai lapas anak masih berada pada skala kecil dan terbilang baru, sehingga dibutuhkan edukasi untuk membangun semangat dan keyakinan berkoperasi. Selanjutnya, tujuan dari pelatihan manajemen koperasi pegawai di lembaga pembinaan khusus anak kelas II Jakarta adalah sebagai berikut:

1. Untuk menerapkan ilmu manajemen koperasi di LPKA Kelas II Jakarta yang mana para anggotanya diberi tanggung jawab dan wewenang untuk melakukan pengorganisasian, perencanaan, dan pengendalian sumber daya koperasi untuk mencapai tujuan koperasi.
2. Untuk membentuk kemandirian koperasi pegawai yang berbasis anggota serta memiliki nilai dan prinsip-prinsip partisipasi, kebersamaan dan kemandirian.

Manfaat Pengabdian Kepada Masyarakat

Keberhasilan usaha koperasi masih banyak ditekankan kepada pencapaian sisa hasil usaha (SHU) koperasi. Namun, tidak seberapa jauh kepentingan bersama anggota yang menjadi tujuan koperasi dapat dicapai. Hal ini didorong juga oleh kriteria penilaian kesehatan koperasi oleh pemerintah yang salah satunya adalah seberapa jauh peningkatan SHU diperoleh. Secara umum, masalah yang masih dihadapi koperasi dan

bisa menghambat perkembangan koperasi di Indonesia berasal dari pengelolaan koperasi yang kurang efektif, baik dari segi manajemen maupun keuangan. Untuk itu, manfaat pengabdian kepada masyarakat di LPKA Kelas II Jakarta ini adalah sebagai berikut:

1. Menerapkan ilmu manajemen di LPKA Kelas II Jakarta yang mana para anggotanya diberi tanggung jawab dan wewenang untuk melakukan pengorganisasian, perencanaan, dan pengendalian sumber daya koperasi untuk mencapai tujuan koperasi.
2. Membentuk kemandirian koperasi pegawai yang berbasis anggota serta memiliki nilai dan prinsip-prinsip partisipasi, kebersamaan dan kemandirian.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen

Manajemen adalah ilmu dalam proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian, dan pengendalian sumber daya yang dimiliki untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Istilah manajemen juga mengacu pada dua hal yaitu tugas dan fungsi. Terdapat empat kombinasi fungsi fundamental manajemen dalam rangka mencapai tujuan. Kombinasinya terdiri dari perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), memberi dorongan (*actuating*) dan pengawasan (*controlling*) [1]. Manajemen sebagai fungsi berarti sejumlah tugas yang harus dilaksanakan oleh orang-orang yang diberi wewenang dan tanggung jawab tertentu untuk menjamin keandalan organisasi dalam mencapai tujuan-tujuannya.

Koperasi

Koperasi adalah sebuah organisasi ekonomi yang dioperasikan dan dimiliki oleh orang perorang yang bergabung secara suka rela untuk memperjuangkan kepentingan bersama. Kegiatan koperasi dilakukan secara bertahap mulai dari sejak didirikan dalam skala kecil kemudian terus berkembang dalam skala yang besar, maka skala usaha dan cakupan kegiatan usaha juga menjadi lebih besar. Dengan situasi ini maka diperlukan pengelolaan manajemen mulai dari administrasi sampai dengan pembukuan koperasi yang lebih baik.

Apabila keadaan sistem administrasi sebuah koperasi tidak berjalan dengan baik maka akan mempengaruhi aktivitas usaha dan dapat menghambat pengembangan unit usaha koperasi dan akses keterbukaan informasi kepada anggota koperasi.

Sebagai usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan, koperasi menurut pemikiran Hatta (1945), memiliki prinsip-prinsip yang harus dipenuhi. Prinsip-prinsip tersebut tercatat dalam risalah BPUPKI tanggal 28 Mei-22 Agustus 1945 [6] antara lain:

1. Kerja sama dan tolong menolong;
2. Gotong royong, mengharmoniskan antara kepentingan orang seorang dengan kepentingan umum;
3. Keanggotaan berdasarkan kebebasan dan kesukarelaan;
4. Keadilan dan persaudaraan;
5. *Selfhelp* dan *solidarity*;
6. Auto aktivitas;
7. Tanggung jawab sosial;
8. Organisasi kolektif yang bertujuan mencapai keperluan hidup; dan
9. Pembagian surplus didasarkan atas jasa.

Prinsip Koperasi

Prinsip koperasi dalam konteks sejarah bangsa Indonesia menurut Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1967 tentang Perkoperasian [7] adalah sebagai berikut:

1. Sifat keanggotaan sukarela dan terbuka untuk setiap warga negara Indonesia;
2. Rapat anggota merupakan kekuasaan tertinggi sebagai pemimpin demokrasi dalam koperasi;
3. Pembagian SHU diatur menurut jasa masing-masing anggota;
4. Adanya pembatasan bunga atas modal;
5. Mengembangkan kesejahteraan anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya;
6. Usaha dan ketatalaksanaannya bersifat terbuka; dan
7. Swadaya, swakarta dan swasembada sebagai pencerminan prinsip dasar percaya pada diri sendiri;

Prinsip koperasi kemudian berkembang dan diatur dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 tentang perkoperasian [8] yaitu:

1. Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka;

2. Pengelolaan dilakukan secara demokrasi;
3. Pembagian SHU dilakukan secara adil sesuai dengan jasa usaha masing-masing anggota;
4. Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal; dan
5. Kemandirian

Berbagai macam prinsip koperasi tersebut, secara garis besar terangkum dalam ICA (*International Co-operative Alliance*) yang merumuskan bahwa prinsip koperasi adalah:

1. Keanggotaan koperasi secara terbuka tanpa adanya pembatasan yang dibuat-buat;
2. Kepemimpinan yang demokratis atas dasar satu orang satu suara;
3. Modal menerima bunga yang terbatas (bila ada);
4. SHU dibagi 3 : cadangan, masyarakat, ke anggota sesuai dengan jasa masing-masing;
5. Semua koperasi harus melaksanakan pendidikan secara terus menerus;
6. Gerakan koperasi harus melaksanakan kerjasama yang erat, baik ditingkat regional, nasional maupun internasional;
7. Pendidikan perkoperasian; dan
8. Kerjasama antar koperasi

Sehingga, Koperasi harus melaksanakan Prinsip Koperasi dalam melakukan aktivitasnya yang meliputi:

1. Keanggotaan Koperasi bersifat sukarela dan terbuka;
2. Pengawasan oleh Anggota diselenggarakan secara demokratis;
3. Anggota berpartisipasi aktif dalam kegiatan Koperasi;
4. Koperasi merupakan perkumpulan orang-orang yang melakukan usaha bersama;
5. Koperasi menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan bagi Anggota, Pengawas, Pengurus, dan karyawannya, serta memberikan informasi kepada masyarakat tentang jati diri, kegiatan, dan kemanfaatan Koperasi;
6. Koperasi melayani anggotanya secara prima dan memperkuat Gerakan Koperasi, dengan bekerja sama melalui jaringan kegiatan pada tingkat lokal, nasional, regional, dan internasional; dan
7. Koperasi bekerja untuk pembangunan berkelanjutan bagi lingkungan dan

masyarakatnya melalui kebijakan yang disepakati oleh Anggota.

Kondisi Perkoperasian Yang Diharapkan Definisi Nilai dan Prinsip Koperasi

Pembaharuan terhadap pengertian koperasi diperlukan agar lebih mudah dipahami oleh anggota maupun masyarakat dalam menyikapi kegiatan usaha yang dilakukan oleh koperasi. Undang-undang Nomor 17 Tahun 2012 pernah memberikan definisi koperasi sebagai “badan hukum yang didirikan oleh orang perseorangan atau badan hukum Koperasi, dengan pemisahan kekayaan para anggotanya sebagai modal menjalankan usaha, yang memenuhi aspirasi dan kebutuhan bersama di bidang ekonomi, sosial, dan budaya sesuai dengan nilai dan prinsip Koperasi” [13]. Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan orang-seorang atau badan hukum Koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan Koperasi menurut Hatta (1994) [15] Koperasi adalah usaha bersama untuk memperbaiki nasib penghidupan ekonomi berdasarkan tolong menolong, semangat tolong menolong tersebut didorong oleh keinginan memberi jasa kepada kawan, berdasarkan seorang buat semua dan semua buat seorang

Koperasi menurut ICA (2002) adalah perkumpulan otonom dari orang-orang yang bersatu secara sukarela untuk memenuhi kebutuhan kebutuhan dan aspirasi-aspirasi ekonomi sosial dan budaya bersama melalui perusahaan yang mereka miliki bersama dan mereka kendalikan secara demokratis [16]. Definisi terakhir yang dirumuskan oleh ICA (*International Cooperative Alliance*) memuat 5 (lima) unsur yang terdiri dari sifat, isi, bentuk, tujuan dan asas penyelenggaraan koperasi. Definisi tersebut dapat diadopsi oleh Indonesia dengan terlebih dahulu menyesuaikan berdasarkan karakteristik bangsa Indonesia.

Berdasarkan perbandingan definisi tersebut, yang ditonjolkan dalam perumusan pengertian koperasi adalah mengenai siapa koperasi itu, atau dengan perkataan lain, rumusan yang mengutamakan koperasi dalam perspektif subjek atau sebagai pelaku ekonomi, yang merupakan sebagian dari

sistem ekonomi. Untuk maksud tersebut dirumuskan dengan kata atau frasa, perkumpulan, organisasi ekonomi, atau organisasi ekonomi rakyat. Terkait dengan pertimbangan tersebut maka definisi koperasi yang dirumuskan sebagai berikut : “Perkumpulan orang-orang yang bersatu secara sukarela dan bersifat otonom untuk memenuhi kebutuhan dan aspirasi ekonomi, social dan budaya melalui usaha bersama yang diselenggarakan berdasarkan asas kekeluargaan”

1. Pemberian status badan hukum.

Pemberian status Badan Hukum Koperasi akan menjadikan Koperasi sebagai Subjek Hukum dan dapat berperan dalam lalu Lintas Hukum. Dengan demikian persepsi masyarakat terhadap resiko berkoperasi menjadi lebih rendah dan meningkatkan minat berkoperasi bagi masyarakat. Peningkatan partisipasi masyarakat dalam kegiatan perkoperasian akan menjadi mekanisme instrumental dalam pembentukan karakter terkait kemandirian, kemampuan menolong diri sendiri dan demokratis. Kelebihan koperasi sebagai badan hukum juga akan dapat meningkatkan penguatan struktur modal koperasi. Pemisahan kekayaan koperasi dari kekayaan anggota sebagai suatu badan hukum menjadi prasyarat untuk memiliki akses pada sumber permodalan di luar anggota, misalkan permodalan dari perbankan.

Ketergantungan koperasi pada modal yang bersumber pada anggota yang tidak mengalami pertumbuhan dalam jumlah maupun kualitas membuat koperasi sulit mengembangkan usaha, oleh karena itu perlu adanya penguatan modal dari sumber lain, dimana hal tersebut akan mudah dilakukan apabila koperasi sebagai badan hukum. Koperasi belum berbadan hukum yang disebut sebagai PraKoperasi, Pemerintah ataupun Gerakan Koperasi harus melakukan pembinaan agar Pra-Koperasi tersebut dapat mengembangkan diri dan menjadikan entitasnya sebagai badan hukum Koperasi.

2. Permodalan

Modal merupakan syarat penting bagi koperasi untuk melakukan kegiatan

dan usaha. Dalam hal ini sesuai ciri khas koperasi sebagai wadah sekelompok orang yang melakukan usaha bersama berazaskan kekeluargaan haruslah ditegaskan dan diberikan pengakuan bahwa ciri dan sumber permodalan koperasi tidak sama dengan usaha swasta sebagai kumpulan modal. Sebagai kumpulan orang maka modal koperasi adalah modal sosial bukan modal berupa uang atau peralatan, penegasan ini bukan berarti bahwa koperasi tidak membutuhkan uang atau dana untuk melakukan usaha. Koperasi tetap membutuhkan uang dan peralatan yang didapat dari para anggotanya, karena itu semakin banyak orang yang berhimpun sebagai anggota koperasi maka akan semakin kuat permodalan koperasi, karena semakin banyak orang yang bersedia menyetorkan sebagian kekayaannya untuk disimpan sebagai modal koperasi, maka semakin banyak orang yang berhimpun menjadi anggota koperasi akan semakin besar modal berupa uang yang dapat dihimpun.

Memang harus diakui bahwa salah satu permasalahan yang biasanya dihadapi oleh koperasi dalam melakukan kegiatan atau usaha adalah permasalahan kurangnya modal berupa uang/atau peralatan. Pembuat peraturan perundang-undangan harus melakukan pengaturan kembali tentang modal koperasi yang berupa uang/peralatan sehingga dapat mendukung tujuan utama dari orang-orang yang mendirikan koperasi yaitu meningkatkan kemampuan dan kesejahteraan ekonomi para anggota. Maju atau mundurnya koperasi tidak bersumber pada laba melainkan pada partisipasi anggota sebab laba atau rugi yang terjadi akan jatuh ke tangan anggota juga. Maka bila diinginkan agar koperasi sebagai suatu institusi ekonomi menjadi lebih besar dan maju maka anggota harus bersedia berpartisipasi lebih besar lagi wujud partisipasi ini adalah peningkatan kesediaan para anggota untuk meningkatkan besarnya simpanan ke koperasinya. Permodalan koperasi yang berupa uang bersumber dari modal sendiri dan modal luar. Modal sendiri

terdiri dari simpanan wajib, simpanan pokok, hibah dan cadangan.

Kedepannya, koperasi harus mampu memaksimalkan pendanaan yang berasal dari anggota karena anggota merupakan kekuatan utama dari koperasi. Koperasi harus lebih mengaktifkan simpanan wajib dengan meningkatkan volume pelayanan yang diterima oleh anggota, makin banyak pelayanan yang diberikan koperasi kepada para anggotanya, makin besar simpanan wajib anggota. Akumulasi dana simpanan wajib tersebut membawa konsekuensi tambahan modal berupa uang ke koperasi secara langsung. Koperasi juga harus melakukan terobosan dengan lebih mengaktifkan simpanan anggota yang sifatnya sukarela. Simpanan anggota tersebut dapat disebut sebagai simpanan khusus yaitu simpanan yang disetor anggota sebagai perkuatan modal sendiri koperasi dan dapat diambil saat keanggotaan berakhir.

Simpanan ini sifatnya sukarela oleh karena itu pengurus koperasi harus dapat mempromosikan kepada anggota untuk secara aktif mengajak para anggota untuk menambah jumlah dan besarnya simpanan yang bersifat sukarela ini, salah satunya mungkin dengan memberikan insentif balas jasa yang menarik selayaknya dengan yang diberikan oleh perbankan. Permodalan koperasi dapat pula bersumber dari modal luar dalam hal ini adalah mendapatkan pinjaman dari siapapun, baik dalam bentuk uang ataupun barang. Ketentuan dan syarat untuk menerima dan mendapatkan pinjaman ini hendaknya diatur secara jelas dan tegas di dalam Anggaran Dasar dan Rumah Tangga Koperasi. Ketentuan tersebut sebagai pedoman dari kewenangan para pengurus koperasi dalam hal melakukan pinjaman atas koperasi.

3. Hasil Usaha Koperasi

Terminologi surplus dan defisit koperasi mengikuti peristilahan yang digunakan oleh *International Cooperative Alliance* (ICA) dan *International Labour Organization* (ILO) yang menggunakan istilah surplus untuk kelebihan

pendapatan Koperasi diatas biayanya, sebaliknya berlaku pula istilah defisit.

Terminologi surplus dan defisit dianggap lebih sesuai digunakan di dalam Koperasi dari pada terminologi laba/rugi karena Koperasi tidak berorientasi kepada laba. Istilah Sisa Hasil Usaha (SHU) yang selama ini dikenal dikalangan praktisi koperasi juga tidak digunakan lagi karena istilah SHU memberi kesan cenderung bernilai positif, padahal SHU sangat dimungkinkan bernilai negatif (dalam perusahaan disebut rugi). Penggunaan istilah surplus dan defisit di dalam koperasi dilandasi oleh pemikiran bahwa tujuan koperasi adalah untuk mempromosikan ekonomi anggotanya. Dalam konteks seperti ini, koperasi tidak mengenal dan tidak memperoleh laba sebagai obyek pajak, yang ada adalah Sisa Hasil Usaha, yaitu selisih antara seluruh pemasukan dengan biaya biaya serta penyisihan-penyisihan lain; dan ini kemudian dikembalikan kepada anggota atas dasar besarnya pelayanan yang diperoleh anggota yang bersangkutan.

Dalam transaksi yang dilakukan antara koperasi dengan anggota atau transaksi dari, oleh dan untuk anggota koperasi, maka anggota memberikan pemasukan dengan menyetor dana kepada koperasi yang dipakai sebagai sumber dana untuk membiayai kegiatan pelayanan yang dilakukan koperasi. Pada akhir tahun buku ketika diadakan perhitungan antara pemasukan yang didapat dari anggota dengan biaya-biaya yang harus dikeluarkan koperasi maka jika terjadi selisih surplus maka surplus ini dikenal sebagai sisa hasil usaha yang dikembalikan lagi kepada anggota.

Pola seperti itu sekaligus menjelaskan bahwa apa yang diperoleh anggota dari sisa hasil usaha koperasi pada hakekatnya adalah memperoleh kembali uangnya sendiri, yang sebelumnya telah diserahkan kepada koperasi. Dilihat dari sudut SHU bersih, tidak dapat dipersamakan dengan penghasilan yang dirumuskan dalam perpajakan, jadi SHU dalam konsep murni koperasi bukanlah laba. Dalam pola seperti itu koperasi hanya memberikan pelayanan kepada anggota yang benar

benar merupakan pemilik dan pelanggan koperasi. Ketentuan diatas tentunya akan lain kalau koperasi melakukan transaksi dengan non anggota atau masyarakat sekitar koperasi. Sangat erat hubungannya antara Hasil Usaha dengan pendapatan koperasi, maka berkaitan dengan yang disampaikan diatas pendapatan koperasi yang berdampak kepada kewajiban perpajakan adalah pemasukan atau pendapatan koperasi yang berasal dari transaksi koperasi dengan non anggota sedangkan transaksi dengan anggotanya sendiri bukanlah pendapatan koperasi karena dikembalikan lagi kepada anggota.

4. Kegiatan usaha simpan pinjam

Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1992 [17] hanya sedikit menempatkan pengaturan mengenai koperasi atau usaha simpan pinjam, selebihnya dituangkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 9 Tahun 1995 tentang Koperasi Simpan Pinjam [18]. Kedua 57 peraturan perundang-undangan tersebut dinilai belum mengakomodasi perkembangan usaha simpan pinjam saat ini, misalkan mengakomodasi usaha simpan pinjam dengan pola syariah. Saat ini koperasi/usaha simpan pinjam (KSP/USP) baru menggunakan pola konvensional padahal bisnis keuangan lainnya sudah banyak yang merambah ke pola syariah. KSP/USP dalam memobilisasi dana anggota memiliki kesamaan dengan bank yaitu sebagai lembaga intermediasi dan bergerak dalam bisnis uang.

Simpanan bagi nasabah/masyarakat yang menyimpan di bank dalam bentuk giro, tabungan dan deposito ada jaminan, sehingga telah jelas keamanannya, yaitu dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) sedangkan dana yang terwadahi dalam bentuk Koperasi, maka simpanan anggota di koperasi tidak ada jaminan kepastian dan keamanan seperti halnya LPS padahal baik perbankan ataupun KSP/USP samasama harus menerapkan manajemen resiko terhadap dana yang dikelolanya. Manajemen resiko terhadap dana yang dikelola akan terkait dengan tingkat kepercayaan anggota terhadap

koperasi. Jika anggota memiliki kepercayaan tinggi kepada KSP/USP, maka upaya menghimpun dana melalui simpanan akan lebih meningkat dan akan lebih cepat dalam memobilisasi dana anggota.

Dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat akan bisnis koperasi, hal itu akan semakin memudahkan koperasi merekrut anggota baru. Masyarakat akan berlomba-lomba menjadi anggota koperasi dan memanfaatkan dana koperasi, karena sudah dikelola dengan manajemen yang baik, di mana faktor manajemen risiko sudah melekat di dalamnya. Dalam rangka mengembangkan KSP/USP tersebut, sudah selaiaknya dalam RUU yang baru untuk menawarkan model.

Analisa SWOT

Analisis SWOT adalah suatu instrumen eksternal dan internal perusahaan yang sudah banyak dipakai. Analisis ini fokus pada basis data perkembangan organisasi atau perusahaan menggunakan pola 3-1-5. Arti dari pola tersebut adalah analisis dilakukan berdasarkan data perkembangan perusahaan atau organisasi tiga tahun sebelum analisis, kemudian tahun analisis dilakukan dan pasca analisis untuk perkembangan lima tahun ke depan. Kegiatan analisis ini dilakukan agar strategi yang diambil organisasi bisa dipertanggungjawabkan berdasarkan fakta dan dasar yang kuat (Rahma, 2018).

Seperti yang telah diketahui, analisis SWOT (Strength Weaknesses Opportunities Threats) terbagi menjadi empat bagian yaitu:

1. **Strength (S)** atau disebut sebagai analisis kekuatan. Adalah situasi ataupun kondisi yang merupakan gambaran kekuatan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Yang harus dilakukan dalam menggunakan analisis ini adalah setiap perusahaan atau organisasi perlu menilai kekuatan dan kelemahan yang dimiliki kemudian dibandingkan dengan para pesaing-pesaingnya. Misalnya jika kekuatan perusahaan tersebut unggul di dalam kualitasnya, maka keunggulan itu dapat dimanfaatkan untuk mengisi segmen pasar yang membutuhkan tingkat kualitas yang lebih baik.

2. **Weaknesses (W)** atau disebut sebagai analisis kelemahan. Adalah situasi ataupun kondisi yang merupakan gambaran kelemahan dari suatu organisasi atau perusahaan pada saat ini. Weaknesses merupakan cara untuk menganalisis kelemahan yang ada dalam sebuah perusahaan ataupun organisasi. Yang mana kelemahan tersebut dapat menjadi kendala yang serius dalam kemajuan suatu perusahaan atau organisasi. Misalnya jika perusahaan tersebut terdapat kendala dalam pemasaran yang kurang baik, maka perusahaan harus meneliti kekurangan-kekurangan yang di miliki yang berhubungan dengan sektor pemasaran. Agar nantinya permasalahan tersebut tidak membuat perusahaan menjadi kalah saing dan mudur di bandingkan perusahaan lainnya.

3. **Opportunity (O)** atau disebut sebagai analisis peluang Adalah situasi atau kondisi yang merupakan gambaran peluang yang ada dari sisi luar suatu organisasi atau perusahaan dan gambaran tersebut dapat memberikan peluang berkembangnya suatu organisasi atau perusahaan di masa depan. Opportunity merupakan analisis yang digunakan untuk mencari peluang ataupun terobosan yang memungkinkan suatu perusahaan ataupun organisasi bisa berkembang. Baik dimasa kini ataupun masa yang akan datang. Misalnya sebuah perusahaan industri minuman berada di daerah yang panas. Yang mana daerah tersebut sangat membutuhkan minuman segar dengan harga yang terjangkau. Maka perusahaan tersebut memiliki peluang untuk menciptakan produk minuman yang segar dan harganya terjangkau.

4. **Threats (T)** atau disebut sebagai analisis ancaman. Adalah situasi atau kondisi yang merupakan gambaran ancaman dari suatu perusahaan atau organisasi dalam menjalankan suatu usaha. Theart merupakan cara menganalisis tantangan atau ancaman yang harus dihadapi oleh suatu perusahaan ataupun organisasi dalam menghadapi berbagai macam faktor lingkungan yang tidak menguntungkan. Yang mana ancaman

tersebut dapat menyebabkan kemunduran suatu perusahaan. Jika tidak segera diatasi, maka ancaman tersebut akan menjadi penghalang bagi suatu usaha yang akan dijalankan. Misalnya sebuah organisasi kelompok pengrajin rotan di daerah pedesaan. Dengan kondisi lingkungan yang semakin modern serta banyaknya kebakaran hutan yang terjadi membuat mereka semakin sulit untuk memperoleh bahan baku, Maka organisasi tersebut dapat menganalisis hal-hal apa yang menyebabkan tantangan atau ancaman tersebut terjadi.

Menurut Sondang P. Siagian ada pembagian faktor-faktor strategis dalam analisis *SWOT* yaitu:

- Faktor berupa kekuatan: Yang dimaksud dengan faktor-faktor kekuatan yang dimiliki oleh suatu perusahaan termasuk satuan-satuan bisnis didalamnya adalah: antara lain kompetisi khusus yang terdapat dalam organisasi yang berakibat pada pemilikan keunggulan komparatif oleh unit usaha dipasaran. Dikatakan demikian karena satuan bisnis memiliki sumber keterampilan, produk andalan dan sebagainya yang membuatnya lebih kuat dari pada pesaing dalam memuaskan kebutuhan pasar yang sudah dan direncanakan akan dilayani oleh satuan usaha yang bersangkutan.
- Faktor kelemahan: Yang dimaksud dengan kelemahan ialah keterbatasan atau kekurangan dalam hal sumber, keterampilan, dan kemampuan yang menjadi penghalang serius bagi penampilan kinerja organisasi yang memuaskan
- Faktor peluang: definisi peluang secara sederhana peluang ialah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi suatu satuan bisnis.
- Faktor ancaman: Pengertian ancaman merupakan kebalikan pengertian peluang yaitu faktor-faktor lingkungan yang tidak menguntungkan suatu satuan bisnis jika tidak diatasi ancaman akan menjadi bahaya bagi satuan bisnis yang bersangkutan baik

untuk masa sekarang maupun dimasa depan.

MATERI DAN METODE PELAKSANAAN

Sosialisasi Program

Sosialisasi program dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran mengenai program pengabdian kepada masyarakat dengan tema manajemen koperasi. Selain itu, dalam kegiatan ini pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) juga memberikan pemahaman dan pelatihan kepada anggota koperasi agar dapat berperan aktif dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan sebagai anggota koperasi.

Wawancara

Wawancara pada kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai tanggapan dan menggali lebih dalam mengenai Koperasi LPKA Kelas II Jakarta dalam manajemen koperasi serta operasional usaha. Selain itu, kegiatan wawancara ini juga sangat berguna untuk menentukan rencana tindak lanjut, baik mengenai waktu, tempat, hingga menentukan sasaran atau objek pelatihan.

Observasi

Setelah melakukan sosialisasi program dan wawancara pada anggota koperasi lapas anak Jakarta. Peserta PKM melakukan observasi dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana implementasi manajemen Koperasi di LPKA Kelas II Jakarta dan melakukan telaah terhadap kegiatan PKM tentang manajemen koperasi.

Realisasi Pemecahan Masalah

Sesuai dengan tujuan dari Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini yaitu untuk menerapkan ilmu manajemen koperasi di LPKA Kelas II Jakarta dimana para anggotanya diberi tanggung jawab dan wewenang untuk melakukan pengorganisasian, perencanaan, dan pengendalian sumber daya koperasi untuk mencapai tujuan koperasi dan membentuk kemandirian koperasi pegawai yang berbasis anggota serta memiliki nilai dan prinsip-prinsip partisipasi, kebersamaan dan kemandirian.

Peserta Program PKM

Peserta kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah seluruh anggota koperasi aktif yang berada di LPKA Kelas II Jakarta.

Tempat dan Waktu

Lokasi pada pengabdian ini adalah di Lembaga Pembinaan Khusus Anak Kelas II Jakarta yang beralamatkan di Jl Raya Gandul Cinere pada tanggal 19 Januari 2021. Jam 08:00 s/d selesai.

Metode Kegiatan

Metode kegiatan PKM ini melalui langkah langkah pendekatan dengan instansi LPKA Kelas II Jakarta, dengan cara workshop dan sosialisai acara serta pelatihan berupa penjelasan mengenai manajemen koperasi untuk membuat kemandirian koperasi pegawai yang berbasis anggota serta memiliki nilai dan prinsip- prinsip partisipasi, kebersamaan dan kemandirian

Pelatihan manajemen koperasi konsumen di LPKA Kelas II Jakarta dirancang untuk memberikan pelatihan dan pengetahuan tentang manajemen koperasi melalui rangkaian kegiatan identifikasi, pengkajian serta proses belajar yang terencana. Untuk mengatasi permasalahan yang ada, tim melakukan pelatihan-pelatihan bagi karyawan dan anggota Koperasi. Adapun metode pelatihannya sebagai berikut :

Hari Pertama : Analisis lingkungan dan manajemen koperasi dengan cara memberikan kuisisioner dan wawancara kepada anggota Koperasi Pegawai di Lembaga Pembinaan Khusus Anak Kelas II Jakarta

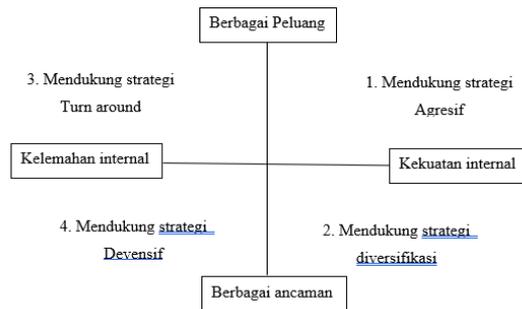
Hari Kedua : Pelatihan Manajemen Koperasi dengan memberikan penyuluhan tentang sistem manajemen Koperasi Konsumen di Lembaga Pembinaan Khusus Anak Kelas II Jakarta

Hari Ketiga : Observasi program dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana implementasi hasil pelatihan manajemen Koperasi di LPKA Kelas II Jakarta dan telaah terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang manajemen koperasi yang telah dilakukan.

Analisis SWOT

Dengan menggunakan cara penelitian dengan metode analisis SWOT ini ingin menunjukkan bahwa kinerja koperasi dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT. Cara membuat analisis SWOT penelitian menunjukkan bahwa kinerja koperasi dapat

ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut harus dipertimbangkan dalam analisis SWOT.



Gambar 1. Diagram Analisis SWOT

Kuadran 1 : Kekuatan dan Peluang, ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Koperasi memiliki kekuatan dan peluang, sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Startegi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*)

Kuadran 2 : Kekuatan dan Ancaman, meskipun menghadapi berbagai ancaman, Koperasi masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3 : Peluang dan Kelemahan, Koperasi menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak , ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question mark* pada BCG matrik. Fokus strategi Koperasi adalah meminimalkan masalah- masalah internal Koperasi sehingga dapat merebut peluang pasar yang baik.

Kuadran 4 : Ancaman dan Kelemahan, ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, Koperasi tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

Menurut Rangkuti dalam menganalisa SWOT ada lima macam model pendekatan yang digunakan. Model pendekatan dalam menganalisa SWOT tersebut adalah sebagai berikut:

1. Matrik SWOT:Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi koperasi dapat disesuaikan

- dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki perusahaan.
2. Matrik Boston Consulting Group: Matrik BCG diciptakan oleh Boston Consulting Group (BCG) yang mempunyai beberapa tujuan diantaranya adalah untuk mengembangkan strategi pangsa pasar untuk portofolio produk berdasarkan karakteristik cash-flownya, serta untuk memutuskan apakah perlu meneruskan investasi produk yang tidak menguntungkan. Matriks BCG juga dapat digunakan untuk mengukur kinerja manajemen berdasarkan kinerja produk di pasaran.
 3. Matrik Internal dan Eksternal: Matrik ini dapat dikembangkan dari model Boston Consulting Group (GE-Model) parameter yang digunakan meliputi parameter kekuatan internal perusahaan dan pengaruh eksternal yang dihadapi. Tujuan penggunaan model ini adalah untuk memperoleh strategis bisnis ditingkatkan korporat yang lebih detail.
 4. Matrik Space: Adalah untuk mempertajam analisis agar perusahaan dapat melihat posisi dan arah perkembangan dimasa akan datang. Matrik space dapat memperlihatkan dengan jelas kekuatan keuangan dan kekuatan industri pada suatu perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut secara *financial relative* cukup kuat untuk mendayagunakan keuntungan kompetitif secara optimal melalui tindakan agresif dalam merebut pasar.
 5. Matrik Grand Strategy. Matrik ini biasa digunakan untuk memecahkan masalah yang sering dihadapi dalam penggunaan analisis SWOT yaitu untuk menentukan apakah perusahaan ingin memanfaatkan posisi yang kuat atau mengatasi kendala yang ada dalam perusahaan.
 - 1) Strategi SO: Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran koperasi, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
 - 2) Strategi ST: Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan dalam yang dimiliki koperasi untuk mengatasi ancaman.

- 3) Strategi WO: Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada
- 4) Strategi WT: Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan perusahaan meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Koperasi Pegawai di Lembaga Pembinaan Khusus Anak Kelas II Jakarta dibentuk pada tanggal 9 Maret 2018 melalui rapat yang dihadiri oleh Pegawai LPKA Kelas II Jakarta yang dilaksanakan di Jl. Percetakan Negara No 88 A Jakarta Pusat. Keputusan pendirian Koperasi Pegawai LPKA Kelas II Jakarta melalui rapat akhirnya diperoleh susunan pengurus koperasi yaitu : Ketua Koperasi, Sekretaris dan Bendahara Koperasi. Jumlah anggota koperasi pada saat awal mula pendirian berjumlah 65 (enam puluh lima) orang. Kegiatan yang dilakukan anggota berupa iuran bulanan, simpan pinjam dan cicilan barang.

Kepengurusan diresmikan melalui Surat Keterangan (SK) Kepala LPKA Kelas II Jakarta. Setelah dua tahun kepengurusan, kemudian diadakan Rapat Akhir Tahun (RAT) sekaligus pembentukan pengurus yang baru. Kedudukan LPKA Kelas II Jakarta berpindah lokasi di Jl. Raya Gandul Cinere Depok pada awal tahun 2020. Kegiatan Rapat Akhir Tahun (RAT) dan pembentukan pengurus koperasi pegawai yang baru dilaksanakan pada tanggal 12 Maret 2020 di Jl. Raya Gandul Cinere.

Terdapat penambahan anggota baru sebanyak 33 orang pegawai yang memperoleh SK pindah dan bergabung ke LPKA Kelas II Jakarta. Total jumlah anggota menjadi 98 orang. Hasil rapat anggota menghasilkan pengurus baru melalui voting dari anggota yang hadir yaitu : Ketua, Sekretaris, Bendahara dan Dewan Pengawas Koperasi yang berjumlah 3 orang. Kemudian dilakukan serah terima pembukuan dan saldo keuangan koperasi dari pengurus koperasi yang lama ke pengurus koperasi yang baru.

Pengurus koperasi yang baru dengan visi mengedepankan keterbukaan keuangan

dan misi mensejahterakan anggota, kemudian merumuskan Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga (ART) koperasi. Pengurus koperasi yang baru juga memulai proses untuk berbadan hukum.

Dalam Anggaran Rumah Tangga (ART) terdapat aturan yang menjadi dasar pengelolaan keuangan dan pembukuan koperasi. Proses berbadan hukum dilakukan dengan menghubungi notaris yang memiliki kualifikasi dalam pengurusan badan hukum koperasi. Koperasi pegawai di LPKA Kelas II Jakarta digolongkan dalam koperasi konsumen. Penggolongan ini didasarkan pada aktivitas koperasi yang tidak hanya simpan pinjam saja melainkan ada kegiatan persewaan lahan kantin. Nama koperasi menjadi Koperasi Konsumen Lapas Anak Jakarta dan nomor surat perizinan koperasi adalah: AHU-0003578.AH.01.26 TAHUN 2020.

Visi dan Misi Koperasi pegawai di LPKA Kelas II Jakarta

Sedangkan secara umum visi itu merupakan serangkaian kata yang menunjukkan impian, cita-cita atau nilai inti sebuah keinginan sekelompok orang atau secara pribadi dengan pandangan yang jauh ke masa depan demi mencapai sebuah tujuan yang diinginkan.

Misi adalah suatu pernyataan tentang apa yang harus dikerjakan dalam usaha mewujudkan suatu visi yang telah dibuat. Misi itu ibarat langkah-langkah kecil yang dibagi untuk mempermudah serta bentuk usaha nyata dalam memberikan arah sekaligus batasan-batasan proses pencapaian tujuan.

1. Visi

Menjadi koperasi pegawai berkualitas yang mampu membangun serta meningkatkan perekonomian dengan mengedepankan keterbukaan keuangan

2. Misi

- a) Memberikan layanan prima
- b) Menyediakan produk dan jasa yang lengkap sesuai kebutuhan konsumen dan anggota
- c) Meningkatkan tali persaudaraan, royalti dan kebersamaan diantara sesama anggota koperasi dan perusahaan

Menjalankan manajemen organisasi yang transparan dan akuntabel dengan didukung sistem informasi yang handal.

Struktur Organisasi Koperasi pegawai di LPKA Kelas II Jakarta



Gambar 2. Struktur Organisasi Koperasi Konsumen Lapas Anak Jakarta

ANALISIS MATRIKS SWOT STRATEGI PENGEMBANGAN KOPERASI PEGAWAI DI LPKA KELAS II JAKARTA.

Kekuatan (Strength)

- 1. Penggunaan teknologi modern
- 2. Komunikasi antara pengurus dan anggota koperasi
- 3. Ketersediaan barang dan jasa di koperasi
- 4. Partisipasi anggota koperasi
- 5. Kedisiplinan anggota koperasi
- 6. Fasilitas kegiatan koperasi
- 7. Bentuk usaha berbadan hukum
- 8. Modal koperasi yang memadai

Kelemahan (Weakness)

- 1. Kurangnya tenaga profesional dalam pengelolaan koperasi
- 2. Pengurus masih merangkap jabatan
- 3. Pembukuan yang kurang baik
- RAT yang belum sepenuhnya berjalan

Peluang (Opportunity)

- 1. Perbedaan harga yang dihasilkan koperasi
- 2. Kesiediaan koperasi dalam bermitra dengan badan usaha lain
- 3. Adanya dukungan dari kementerian
- 4. Pelaksanaan penyuluhan dan pendidikan koperasi.
- 5. Realisasi bantuan dana dari Pemerintah Pusat / Kementerian.
- 6. Respon pengurus dan anggota koperasi.
- 7. Perkembangan teknologi informasi

Ancaman (Threat)

- 1. Menurunnya kualitas pelayanan karena terbatasnya SDM koperasi

2. Ancaman gulung tikar koperasi jika tidak dikelola dengan baik
3. Adanya anggapan pegawai yang masih negatif terhadap koperasi
4. Pegawai yang lebih memilih berbelanja di mini market atau belanja online

Strategi SO

1. Memperbaiki sarana prasarana koperasi
2. Menghayati manfaat sumberdaya lokal yang akan dikembangkan untuk menopang koperasi yang mantap dan mandiri
3. Memberikan pengetahuan tentang manfaat Koperasi kepada para pemuda

Strategi WO

1. Untuk Koperasi Pegawai di LPKA Kelas II Jakarta dapat mensyaratkan pegawai baru untuk menjadi anggota koperasi
2. Pelatihan tentang manajemen perkoperasian, kewirausahaan dan penggunaan teknologi oleh Dinas Koperasi dan UMKM
3. Memperluas jaringan untuk mengembangkan akses pasar

Strategi ST

1. Memberikan harga yang bersaing kepada anggota koperasi
2. Membuat koperasi lebih menarik dan modern dengan mengutamakan kebutuhan utama pegawai seperti pulsa, elektronik, sembako dan sebagainya
3. Strategi low cost berubah menjadi strategi diferensiasi.

Strategi WT

1. Pemberian hibah untuk pengembangan modal Koperasi LPKA Kelas II Jakarta
2. Pemberian pengetahuan tentang pengelolaan koperasi dan kewirausahaan yang diberikan oleh pihak akademisi melalui program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM)

Strategi SO

Strategi SO yang harus diambil Koperasi LPKA Kelas II Jakarta yang utama adalah kepemilikan sarana dan, prasarana pendukung kelancaran usaha dari aktivitas usaha koperasi seperti komunikasi, transportasi, listrik, komputer, air bersih, kantor dan tempat usaha yang memadai.

Pada umumnya Koperasi LPKA Kelas II Jakarta masih belum memiliki akses terhadap alat-alat komunikasi modern seperti jaringan internet. Koperasi LPKA Kelas II Jakarta sudah menggunakan

komputer tetapi belum tersambung dengan jaringan internet dan tidak menggunakan *software* penjualan dan persediaan barang sehingga masih lamban dalam memberikan berbagai pelayanan kepada anggota. Jadi Koperasi LPKA Kelas II Jakarta harus lebih tanggap dan lebih cepat dalam memperoleh informasi agar tidak tertinggal dengan badan usaha lain, karena untuk memenuhi keinginan anggotanya koperasi harus selalu mengikuti perkembangan zaman.

Yang kedua yaitu peran anggota koperasi di masa depan harus mampu membangun koperasi yang lebih maju dengan pola *adaptif management* yang berbasis lokal, agar ke depan anggota koperasi dapat menghayati manfaat sumberdaya lokal yang akan dikembangkan untuk menopang koperasi yang mantap dan mandiri; serta harus bisa menuangkan sumberdaya alami setempat secara lintas sektor dengan dukungan analisa *science-technology* untuk membina anggota koperasi yang memiliki daya unggul.

Ketiga adanya partisipasi pegawai untuk menjadi anggota koperasi. Hal ini akan berdampak pada kaderisasi pengurus dan anggota koperasi. Hal ini dapat dilakukan dengan cara memberikan penjelasan dan sosialisasi pada para pegawai. Pengetahuan anggota atau pengurus koperasi terhadap makna dan hakekat koperasi, manfaat koperasi, hak dan kewajiban anggota atau pengurus di dalam berkoperasi saat ini belum sepenuhnya dapat dikatakan baik.

Keikutsertaan anggota ini diwujudkan dalam bentuk pencurahan pendapat dan pikiran dalam pengambilan keputusan, dalam pengawasan, kehadiran dan keaktifan dalam rapat anggota, pemberian kontribusi modal keuangan, serta pemanfaatan pelayanan yang diberikan oleh koperasi. Partisipasi anggota merupakan kunci keberhasilan organisasi dan usaha koperasi.

Strategi WO

Dalam perkembangannya, koperasi memiliki syarat keanggotaan yang ditentukan dari keaktifan anggotanya, seperti Koperasi LPKA Kelas II Jakarta dapat mensyaratkan pada pegawai baru untuk menjadi anggota aktif Koperasi LPKA Kelas II Jakarta, sehingga koperasi dapat memiliki strategi pengembangan kader yang kompetitif. Minimnya partisipasi anggota

juga tidak secara mutlak merupakan kesalahan anggota dan juga koperasi.

Banyak faktor yang mempengaruhi tingkat partisipasi anggota, salah satunya belum pahamnya anggota terhadap perannya di dalam koperasi atau koperasi yang belum dapat memberikan pelayanan atau fasilitas secara maksimal kepada anggota sehingga dapat menimbulkan rasa enggan dari anggota untuk menjalankan peran anggotanya. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat partisipasi anggota, organisasi koperasi dapat menentukan strategi-strategi yang dapat merangsang partisipasi anggota dalam menjalankan perannya.

Dalam upaya meningkatkan partisipasi anggota dapat digunakan berbagai cara yang tentunya disesuaikan dengan kondisi yang ada pada koperasi tersebut. Salah satu contohnya adalah dengan mengajak anggota untuk terlibat langsung dalam kegiatan-kegiatan di koperasi, dan juga melibatkan anggota dalam pengambilan keputusan penting di koperasi. Mengingat betapa pentingnya partisipasi anggota, koperasi diharapkan tidak lagi menunggu anggota berpartisipasi secara aktif akan tetapi koperasi yang mengajak langsung anggota untuk berpartisipasi.

10. Pelatihan dan penyuluhan anggota dan pengurus untuk meningkatkan kualitas sumber daya anggota dan pengurus serta meningkatkan kemampuan manajerial. Kualitas dan ketrampilan yang dimiliki anggota dan pengurus koperasi itu sangat penting karena dengan meningkatkan ketrampilan dan dapat memajukan koperasi. Jaringan pasar merupakan suatu tempat untuk mencari pangsa pasar yang lebih luas agar dapat memperoleh keuntungan yang lebih besar.

Bahwa Pelayanan koperasi umumnya terfokus pada internal koperasi yang belum terbentuk jaringan antar koperasi. Koperasi akan lebih berdaya saing jika koperasi mampu membentuk jaringan usaha. Melalui jaringan yang kuat, koperasi akan mampu berkiprah di pasar global dengan meningkatkan mutu pelayanan. Dapat dijelaskan bahwa jaringan adalah suatu faktor pendukung yang mempunyai kekuatan yang menentukan dalam

melaksanakan usaha ekonomi dan program lainnya.

Strategi ST

Koperasi LPKA Kelas II Jakarta harus mampu menerapkan manajemen keuangan yang baik sehingga koperasi dapat mengatur pengeluaran dan penerimaan sampai dengan menentukan strategi harga jual yang tidak memberatkan anggotanya. Pengetahuan seperti ini dapat diperoleh dengan bantuan pihak pemerintah dalam hal ini adalah Dinas Koperasi dan UMKM yaitu dengan adanya pelatihan mengenai manajemen pengelolaan koperasi termasuk manajemen keuangan.

Koperasi LPKA Kelas II Jakarta dapat memiliki usaha lain seperti menjual pulsa, elektronik dengan harapan akan dapat menambah penghasilan koperasi. Namun dengan kondisi saat ini preferensi pegawai untuk lebih memilih berbelanja di mini market disebabkan karena menjamurnya minimarket dilingkungan sekitar kita. Harga yang bersaing dan tempat yang bersih serta nyaman menjadi keunggulan minimarket. sehingga tidak boleh dipungkiri bahwa hadirnya minimarket membawa kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.

Jadi jelas bahwa koperasi yang diidamkan di masa yang akan datang adalah koperasi modern, berlandaskan kearifan tradisional, serta digerakkan oleh jiwa yang dinamis dan enerjik, dan profesional. Jika koperasi di masa yang akan datang telah mampu berjalan sesuai laju modernisasi dan tetap berlandaskan kearifan tradisional, maka target koperasi untuk kesejahteraan masyarakat Indonesia bukanlah tidak mungkin.

Strategi WT

Peranan pemerintah / kementerian sangat penting untuk pemberian bantuan bagi pengembangan modal Koperasi LPKA Kelas II Jakarta karena stabilitas modal koperasi memang harus dipertimbangkan misalnya modal yang berkurang karena anggota yang keluar.

Pemberian tambah pengetahuan pengelolaan koperasi dan kewirausahaan oleh pihak akademisi melalui program Pengabdian Kepada Masyarakat. Pemerintah banyak memberikan dana Pengabdian Kepada Masyarakat kepada pihak akademisi dengan tujuan agar dapat

mentransformasikan ilmu pengetahuan kepada masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) pada Koperasi LPKA Kelas II Jakarta dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelatihan Manajemen Koperasi memberikan pelatihan dan penyuluhan kepada anggota koperasi untuk dapat menjadi koperasi yang mandiri karena koperasi merupakan organisasi yang berbasis anggota serta memiliki nilai dan prinsip-prinsip partisipasi, kebersamaan dan kemandirian.
2. Hasil Observasi setelah kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat menunjukkan, Anggota Koperasi LPKA Kelas II Jakarta lebih aktif dalam partisipasi kegiatan koperasi koperasi konsumen lapas anak Jakarta.

Saran

Dengan demikian penulis memberikan masukan sebagai berikut:

Di sisi lain, pembangunan kemandirian koperasi perlu dikedepankan mengingat koperasi merupakan organisasi yang berbasis anggota serta memiliki nilai dan prinsip-prinsip partisipasi, kebersamaan dan kemandirian. Pelaksanaan kebijakan tersebut membutuhkan koordinasi dan kerjasama antara pemerintah dan gerakan koperasi, serta pemangku kepentingan lainnya.

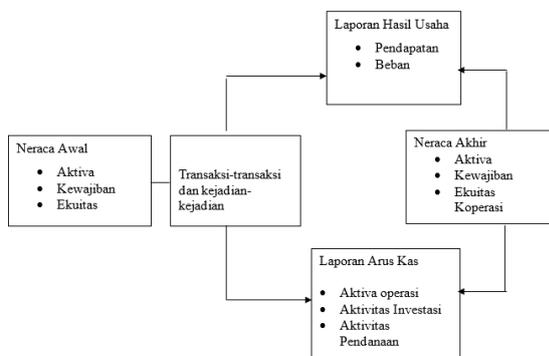
pemberian kuesioner sebagai pretest di awal kemudian dilakukan penyampaian materi tentang administrasi koperasi kemudian dilanjutkan dengan diskusi dan pengisian kuesioner sebagai posttest. Hasil pengisian kuesioner akan dianalisa secara kualitatif dan deskriptif. Tujuannya adalah untuk mengetahui pemahaman anggota dan pengurus koperasi tentang sistem administrasi pembukuan koperasi.

Kegiatan pencatatan administrasi koperasi sangat penting bagi koperasi dalam melakukan kegiatan operasionalnya, karena administrasi koperasi dapat berfungsi untuk memberikan kejelasan dari tujuan yang akan dicapai. Meningkatkan kesejahteraan anggota merupakan program utama koperasi melalui pelayanan usaha. Dalam penyelenggaraan administrasi organisasi sebuah koperasi diperlukan adanya pembukuan yang terpisah antara buku daftar anggota, buku daftar pengurus dan pengawas, buku simpanan anggota, kartu anggota, buku notulen rapat pengurus dan rapat anggota. Buku daftar anggota memuat nomor urut anggota, nama lengkap, umur, jenis kelamin, alamat, tanggal menjadi anggota, tanda tangan anggota. Hasil laporan keuangan tertulis dari pengawas terhadap kebijakan pelaksanaan pengelolaan keuangan koperasi disampaikan kepada anggota. Dalam pengelolaan administrasi koperasi, pengurus melakukan pencatatan keuangan sesuai dengan standar akuntansi keuangan yang berlaku.

SOLUSI PERMASALAHAN

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2011 tentang Akuntan Publik [19] dalam rangka menjalankan kewenangan OJK untuk melakukan pengawasan kegiatan penyelenggaraan Jasa Keuangan seperti yang diatur dalam Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan [20] maka dalam Rancangan Undang-Undang tentang Koperasi yang baru akan mengatur bahwa sepanjang cakupan pelayanan jasa simpan pinjam oleh Koperasi hanya dilakukan untuk anggota Koperasi. Maka, Koperasi penyelenggara jasa layanan Simpan Pinjam dikecualikan dari pengawasan dan pemeriksaan yang dilaksanakan oleh OJK.

Pengawasan dan pemeriksaan koperasi simpan pinjam atau usaha simpan



Gambar 3. Hubungan Dalam Informasi Akuntansi

Kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilakukan di LPKA Kelas II Jakarta tentang manajemen dan pembukuan dalam administrasi koperasi dilakukan dengan

pinjam dilaksanakan oleh pembina Koperasi dan Akuntan Publik yang independen untuk menjamin kesahihan dan akurasi penyajian informasi keuangannya kepada publik. Dengan demikian Rancangan Undang-Undang tentang Koperasi yang baru harus memperhatikan pengaturan-pengaturan yang sudah berlaku dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2011 tentang Akuntan Publik agar tidak saling tumpang tindih dalam pengaturannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bambang Agus Sumantri. Erwin Putera Permana. 2017. *Manajemen Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Umk) Perkembangan Teori, Praktik, dan Strategi* Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- BPUPKI. 1945. *Badan Penyelidik Usaha-Usaha Persiapan Kemerdekaan Indonesia*.
- Haryadi, R. N., Anda Rojali, Khumidin, & M. Fauzan. (2021). *Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10–16. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3>
- International Co-operative Alliance | ICA 1994. <https://www.ica.coop/en>. di Akses November 2020.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (RESTR) *Rencana Strategis Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah Tahun 2020 – 2024*.
- Kemntrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. <http://www.depkop.go.id/data-koperasi>. Diakses November 2020.
- Mochtar Naim. 1994. *Hatta Dan Pembangunan Ekonomi Koperasi di Indonesia dalam Pemikiran Pembangunan Bung Hatta*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.
- Mochtar Naim. 1994. *Hatta Dan Pembangunan Ekonomi Koperasi di Indonesia dalam Pemikiran Pembangunan Bung Hatta*. Jakarta: Pustaka LP3ES Indonesia.
- Moh Nazir, 2011. *Metode Penelitian*. Cetakan 6. Bogor: Penerbit Ghalia.
- Niswonger dkk. 2001. *Dasar-dasar Akuntansi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pasal 85 Undang-undang No. 11 Tahun 2012 tentang Sistem Peradilan anak.
- Pemerintah Nomor 9 Tahun 1995 tentang Koperasi Simpan Pinjam
- Rangkuti, F. (1998). *Analisis SWOT teknik membedah kasus bisnis*, Jakarta: PT Gramedia.
- Rangkuti, Freddy. 2017. *Analisis swot teknik membedah kasus bisnis: reorientasi konsep perencanaan strategis untuk menghadapi abad 21*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) Tahun 2005- 2025.
- Setiawan, A.H. 2005. *Sistem Pembukuan Dalam Administrasi Koperasi*. *Jurnal Dinamika Pembangunan* vol.2 No.1 Juli 2005:57-65.
- Simamora, Henry. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional (jilid 1)*. Jakarta : Salemba Empat.
- Siregar, A. P., & Jamhari. (2013). *Analisis Kinerja Koperasi Unit Desa di Daerah Istimewa Yogyakarta*. *Agro Ekonomi*, 24(2), 113–124.
- Sondang P. Siagian. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bumi Aksara, Jakarta. *perencanaan strategis untuk menghadapi abad 21*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Terry, George R. 2009. *Prinsip-Prinsip Manajemen*, terj. J. Smith. D.F.M. Jakarta: Bumi Aksara.
- Yusup, Febrianawati. 2018. *Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif*. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan* Vol. 7 No. 1. Januari-Juni 2018 (17-23). Universitas Islam Negeri Antasari: Banjarmasin.

STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN HASIL PENJUALAN PRODUK ANAK DIDIK PEMASYARAKATAN DI LEMBAGA PEMBINAAN KHUSUS ANAK KELAS II JAKARTA

¹Hilmi Fabeta Pratama, ²Hendry Juli Widodo, ³Bedali Gulo, ⁴Intan Permata Hati,
⁵Mukhlis Catio, ⁶Hamsinah

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*hendry.juli@gmail.com](mailto:hendry.juli@gmail.com)

Abstrak

Kegiatan PKM ini menggunakan metode dalam bentuk pelatihan keterampilan melalui ceramah, demonstrasi dan Tanya jawab dan sasaran kegiatan PKM ini adalah pelaku anak didik kelas II Jakarta. Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian ini dapat dilaksanakan dengan sangat baik dengan menggunakan sistem online daring (zoom), juga ditunjukkan adanya rasa antusias yang tinggi dari para peserta sebanyak 30 orang yang mengikuti kegiatan pelatihan dan peserta juga dapat memahami seluruh penjelasan materi dengan baik serta merasa puas dan senang adanya kesesuaian materi dengan kebutuhan yang diinginkan para peserta dalam pengembangan bisnisnya. Adapun faktor pendukung pelatihan ini dapat berjalan dengan baik adanya dukungan dari pihak (LPKA) serta pihak dari Universitas Pamulang untuk mengikuti pelatihan tersebut. Sedangkan faktor penghambatnya yaitu adanya kondisi pandemik Covid-19 mengakibatkan proses kegiatan PKM harus dilaksanakan melalui sistem daring dan tingkat pengetahuan dari sebahagian pelaku LPKA yang sangat kurang memahami penggunaan teknologi internet.

Kata Kunci: Digital Marketing, Anak Didik Pemasyarakatan khusus Kelas II Jakarta

Abstract

This PKM activity uses methods in the form of skills training through lectures, demonstrations and questions and answers and the target of this PKM activity is the perpetrators of Jakarta class II students. The results of the implementation of this service activity can be carried out very well using the online online system (zoom), it is also shown that there is a high enthusiasm of the participants as many as 30 people who take part in the training activities and participants can also understand all the explanations of the material well and feel satisfied and satisfied. happy with the suitability of the material with the needs of the participants in developing their business. The supporting factors for this training can run well with support from the party (LPKA) as well as parties from the University of Pamulang to take part in the training. While the inhibiting factor, namely the Covid-19 pandemic condition, resulted in the process of PKM activities having to be carried out through an online system and the level of knowledge of some LPKA actors who did not really understand the use of internet technology.

Keywords : Digital Marketing, Special Class II Jakarta Correctional Boys

PENDAHULUAN

Pemasaran digital adalah suatu bentuk usaha atau kegiatan yang dijalankan oleh tenaga pemasaran, baik itu perusahaan maupun individu dalam rangka melakukan pemasaran sebuah produk atau merek, baik itu produk barang maupun produk jasa dengan melalui pemanfaatan teknologi informasi digital, seperti menggunakan media elektronik, maupun menggunakan media berbasis internet (Septiano, 2017). Digital marketing yang berbasis media elektronik dapat menggunakan iklan di

televise maupun di radio, sedangkan yang berbasis pada media internet seperti pemasaran melalui media social maupun-commerce. Perkembangan teknologi informasi dan pemasaran melalui digital marketing diramalkan akan menjadi titik perubahan Teknik memasarkan suatu produk barang dari memasarkan secara konvensional beralih menggunakan pemasaran digital, bukan hanya pada elemen pemasaran melainkan akan berimbas kepada seluruh kegiatan Bisnis secara keseluruhan baik itu sebuah Bisnis yang

sudah berskala besar dan nasional maupun Bisnis perorangan yang mempunyai skala kecil.

Terdapat indikator-indikator yang dipakai pada saat sekarang, diantaranya adalah melonjaknya biaya yang dialokasikan oleh perusahaan-perusahaan dalam rangka memasarkan produk dengan iklan secara digital, semakin bertambahnya pemilik ponsel pintar yang menunjang banyak kegiatan yang dilakukan oleh masyarakat, meningkatnya akses infrastruktur komunikasi melalui jaringan kabel maupun nonkabel demi terwujudnya akses data dan internet yang berkualitas tinggi sampai ke pelosok negeri, dan juga semakin meningkatnya kecepatan dalam mengakses internet melalui ponsel yang di dorong perkembangan era 4G dan akan memasuki era 5G. dalam penjelasan ini pemasaran digital adalah kegiatan mengenalkan suatu produk dan juga mencari konsumen dan pelanggan baru dengan menggunakan berbagai platform teknologi informasi internet, seperti e-commerce, media social dan lain sebagainya. Pemasaran digital biasanya juga dinamakan dengan pemasaran secara online atau pemasaran produk melalui suatu website yang dikembangkan untuk kegiatan jual beli, istilah digital marketing telah tumbuh dalam popularitas dari waktu ke waktu, khususnya di Indonesia. Pemasaran digital juga menjadi istilah umum untuk pemasaran produk atau layanan pemasaran produk menggunakan teknologi website ataupun aplikasi, terutama yang menggunakan internet.

Perkembangan digital marketing sejak tahun 1990 memasuki era 2010 telah mengubah merek dan strategi Bisnis. Banyak pelaku usaha dan perusahaan memanfaatkan digital marketing untuk memasarkan produk maupun jasa mereka. Iklan dan promosi digital marketing sangat mudah untuk dijalankan dan memiliki tingkat efisiensi yang tinggi, karena platform digital semakin banyak penggunaannya dalam kegiatan sehari-hari, masyarakat semakin beralih melakukan kegiatan Pembelian secara online dari pada pergi ke toko fisik. Menurut Schiffman Leon (2015), menjelaskan tentang jejaring social (Social Networking) adalah sebuah komunikasi secara virtual dan digital, dimana orang-

orang bias membagi informasi mengenai dirinya sendiri kepada orang lain, informasi yang dibagikan tersebut biasanya mengenai ketertarikan yang sama dan dengan siapa saja mereka memiliki hubungan, jejaring social tidak hanya juga sebagai komunikasi virtual akan tetapi sudah masuk ke ranah pemasaran sebagai media memasarkan suatu produk yang cukup efektif dan efisien, karena menawarkan kemudahan dan kecepatan mendapatkan informasi. Social media yang banyak penggunaannya diantaranya adalah Facebook, Youtube dan Instagram.

Pada satu studi menjelaskan tiga dimensi dalam perilaku konsumen ketika memutuskan melakukan Pembelian online yang mendasari seseorang konsumen melakukan elektronik word of mouth (Schiffman Leon, 2015).

1. Tie Strength (kekuatan ikatan) menjelaskan seberapa dekat dan kuat hubungan antara pencari informasi mengenai suatu produk yang dijual secara online, dengan sumber informasi tersebut, seperti konsumen yang telah melakukan Pembelian online.
2. Similarity (kesamaan) menjelaskan bahwa posisi konsumen berada pada suatu kelompok yang sama dilihat dari segi demografi dan gaya hidup
3. Source Credibility (sumber yang terpercaya) persepsi pencari informasi tentang suatu produk yang dijual secara online terhadap tingkat kepercayaan sumber informasi.

Dunia internet dewasa ini tidak hanya berfungsi sebagai penghubung satu orang dengan sebuah perangkat atau gadget, namun dengan orang lain di belahan dunia manapun bias dengan terhubung satu sama lain. Pemasaran digital yang di desain sedemikian rupa oleh para software engineering masing-masing platform penyedia layanan pemasaran digital dapat dimanfaatkan oleh para penjual dan pembeli untuk saling berinteraksi dan berinteraksi. Disatukan manfaat, pemasaran digital dapat memudahkan perusahaan atau tenaga pemasaran dalam memantau perkembangan penjualan suatu produk yang dipasarkan dan juga dapat mengontrol dan mengevaluasi apa saja kebutuhan dan keinginan dari konsumen akan suatu jenis

produk tertentu, manfaat pemasaran digital bagi para konsumen atau pembeli yaitu dapat melihat informasi mengenai detail informasi tentang suatu produk yang ditawarkan melalui website atau aplikasi, sehingga mempermudah konsumen dalam melakukan pencarian produk yang dibutuhkan dan diinginkannya. Pemasaran digital mampu menjangkau semua lapisan masyarakat kapanpun dan dimana pun tanpa melihat lagi geografis dan status social. Konsumen dapat dengan mudah melakukan transaksi jual beli terhadap penjual produk dan menentukan keputusan pembeliannya dengan sangat mudah melalui platform website, aplikasi maupun media social yang sudah banyak berkembang dengan bebas tanpa harus berat muka secara langsung.

Lembaga Pembinaan Khusus Anak Kelas II Jakarta mulai beroperasi pada tanggal 30 Januari 2017 dengan jumlah pegawai 10 orang. Pada awalnya LPKA Jakarta menggunakan gedung eks. Rutan Salemba dengan ketiadaansarana dan prasarana penunjang kegiatan tugas dan fungsi LPKA semestinya. Hingga sampai dengan akhir tahun 2019 Lembaga Pembinaan Khusus Anak Kelas II Jakarta sudah memiliki sebanyak 105 pegawai dan sarana prasarana yang memadai. Awal tahun 2020 Lembaga Pembinaan Khusus Anak Kelas II Jakarta pindah lokasi ke Cinere Gandul dengan menggunakan gedung eks. Lapas Terbuka Jakarta.

Gambaran umum tentang perkembangan anaktifitas belanja online pada LAPAS Anak Kelas II Jakarta adalah untuk mendorong semangat anak-anak apabila setelah keluar dari LAPAS mereka bias memulai Bisnis dengan cara berjualan online di media social maupun di e-commerce. Dengan perkembangan zaman yang mulai berubah dari tradisional menuju revolusi digital, para anak-anak LAPAS juga dituntut untuk bias menyesuaikan dengan perkembangan tersebut, diantaranya dalam kegiatan belanja atau membeli kebutuhan dan keperluan.

METODE

Tahap perencanaan dilakukan dengan pembentukan dan pembekalan tim yang terdiri dari 4 orang dan selanjutnya menyusun proposal yang kemudian

diajukan. Program ini dilaksanakan pada bulan Januari 2021.

Tahap persiapan dilaksanakan selama satu minggu yaitu berupa persiapan administrasi dan materi.

Tahap evaluasi dilakukan untuk memberikan solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh Lembaga Pembinaan Khusus Anak Kelas II Jakarta dalam proses Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk. Tahap ini dilakukan analisis kuesioner dan diukur melalui aplikasi. Indikator keberhasilan pada tahap ini adalah didapatkan solusi dari permasalahan tersebut dan menjadi acuan untuk kedepannya dan juga terus berkembang dan berjalannya program ini. Selain itu indikator keberhasilan lainnya adalah untuk mengetahui berbagai cara penjualan Produk melalui penjualan lewat online.

Penyampaian materi tentang Strategi Digital Marketing Untuk Meningkatkan Hasil Penjualan Produk Anak Didik Pemasarakatan di Lembaga Pembinaan Khusus Anak Kelas II Jakarta akan dilakukan menggunakan metode ceramah dengan Teknik presentasi materi lewat Aplikasi Zoom, kemudian dilanjutkan dengan diskusi, serta pembagian kuesioner.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Analisis Data

Berdasarkan hasil penelitian kepada 25 orang responden melalui kuesioner yang disebarakan terlah di dapat gambaran karakteristik responden dalam tabel 4.1 berikut ini.

Tabel 1 karakteristik responden

Umur	Frekuensi	Persen
18-24	10	10
25-38	5	0.5
39-45	5	0.5
>45	5	0.5
Total	25	25

Jenis Kelamin

Pria	25	25
18-24	25	25

Uang Saku

Rp. 150.000-Rp.250.000	0	0
Rp. 500.000-Rp.1.000.000	10	10
Rp. 1.000.000-Rp.2.000.000	10	10
> Rp.2.000.000	5	5
Total	25	25

Lama Menjadi Konsumen Online		
3-6 bulan	5	5
>6 bulan	5	5
1 tahun	10	10
> 1 tahun	5	5
Total	25	25

Pembelian		
Rp.250-500 ribu	10	10
<Rp.1 Jt	5	5
>Rp.1.5 Jt	5	5
>Rp. 2 Jt	5	5

Tabel 2 Kepercayaan Konsumen Online

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	MEAN
Produk <i>online</i> yang tersedia bermacam-macam jenis (Xa1)	15	55	20	9	1	3,7400
Produk <i>online</i> yang ada mengikuti trend <i>ter-update</i> (Xa2)	32	37	29	1	1	3,9800
Saya puas dengan kualitas produk yang dijual secara <i>online</i> (Xa3)	20	37	27	14	2	3,5900
Produk <i>online</i> dikemas semenarik mungkin (Xa4)	0	22	52	24	2	2,9400
Merek yang digunakan pada produk <i>online</i> sesuai dengan yang saya perkirakan (Xa5)	9	24	39	28	0	3,1400
Total mean						3,4780

Sumber : Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan Tabel 1 Karakteristik responden dilihat dari usia saat ini usia 18-24 tahun berjumlah 10 orang (10%) lebih banyak berminat berbelanja online melalui facebook. Hal ini dikarenakan pada usia ini orang-orang sangat memperhatikan produk-produk yang mengikuti arus zaman (trend). Jika dilihat dari karakteristik jenis kelamin, jumlah responden berjenis kelamin laki-laki 25 orang Hal ini menunjukkan bahwa wanita lebih berminat membeli produk-produk online karena mayoritas produk yang ditawarkan dalam bisnis online adalah bidang fashion yang sangat digemari laki-laki Karakteristik responden dilihat dari karakteristik uang yang dimiliki, hasil yang diperoleh adalah responden dengan uang saku sebesar Rp 500.000- Rp 1.000.000 dengan persentase 67,0%. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik responden dengan uang saku Rp 500.000-Rp 1.000.000 mendominasi dibandingkan dengan karakteristik responden uang saku yang lain. Jika dilihat dari karakteristik lamanya menjadi konsumen online dan pembelian yang dilakukan, dalam karakteristik ini ternyata didominasi oleh orang yang selama 3-6 bulan telah berbelanja online dengan persentase sebesar 42% dan pembelian sebesar Rp 250.000-Rp 500.000 dengan jumlah nilai persentase 52%. Dari hasil tersebut dapat

disimpulkan bahwa responden mayoritas melakukan pembelian online kisaran Rp 250.000-Rp 500.000 dan dalam jangka waktu 3-6bulan.

1. Uji Reabilitas

SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik CronbachAlpha (α) dan nilai alpha harus > 0,6 (Ghozali, 2009). Berdasarkan teori dan pengukuran reliabilitas data pada tabel 4.4, dapat disimpulkan bahwa nilai reliabilitas semua variable diatas 0,6 maka reabilitas ke empat variable dapat diterima.

Tabel 3. Uji Reabilitas

Indikator	Cronbach's Alpha if Item Deleted
xa1	.865
xa2	.849
xa3	.850
xa4	.858
xa5	.862
xb1	.862
xb2	.870
xb3	.858
Xb4	.861
Xc1	.854
Xc2	.861
Xc3	.849
Xc4	.851
Y1	.864
Y2	.865

2. Uji Validitas

Tabel 4. Uji validitas

KMO and Bartlett's Test	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.810
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	Df
	Sig.

Indikator	Anti-image Correlation	Validitas
xa1	.833	Valid
xa2	.895	Valid
xa3	.740	Valid
xa4	.714	Valid
xa5	.702	Valid
xb1	.823	Valid
xb2	.686	Valid
xb3	.760	Valid
Xb4	.899	Valid
Xc1	.944	Valid
Xc2	.837	Valid
Xc3	.908	Valid
Xc4	.842	Valid
Y1	.800	Valid
Y2	.746	Valid
Y3	.757	Valid
Y4	.820	Valid

Berdasarkan terlihat bahwa rata-rata indikator yang masuk dalam pengujian

validitas mendapatkan hasil nilai dari tabel 4.5 adalah diatas atau $\geq 0,5$. Maka ditarik kesimpulan bahwa semua indikator yang masuk kedalam pengujian validitas terbilang valid dan mampu mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis linear berganda sebesar $.085$ (t)= $.936$ dan tingkat signifikansi sebesar $.351$ yang berarti variabel kepercayaan konsumen mempengaruhi minat beli konsumen online akan tetapi pengaruh tersebut tidak signifikan. Ini artinya kepercayaan konsumen memiliki peran dalam mempengaruhi minat beli konsumen dalam membeli produk melalui Media Sosial Internet atau sering dikenal pembelian online terutama dalam lingkup keamanan saat bertransaksi online, akan tetapi pengaruh dari variabel kepercayaan konsumen ini tidak terlalu signifikan. Karena seseorang terkadang melakukan transaksi pembelian online karena tergiur dengan kemudahan-kemudahan yang ditawarkan dalam proses pembelian produk tersebut seperti konsumen dapat menghemat waktu dan biaya dalam hal menempuh perjalanan untuk sampai ke toko produk tersebut, katalog online juga menyediakan pilihan produk yang lengkap dan beragam. Penemuan ini menghasilkan temuan yang berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mcknight et al (2008) melakukan penelitian mengenai pengaruh kepercayaan terhadap niat untuk bertransaksi secara online. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap niat untuk bertransaksi secara online. Pengujian hipotesis 3 menunjukkan adanya pengaruh pada variabel pengetahuan tentang media sosial internet terhadap minat beli konsumen online. Jika dilihat dari nilai rata-rata yang diperoleh untuk variabel pengetahuan tentang media sosial internet adalah sebesar $3,79$ yang menjelaskan bahwa tingkat pengaruh variabel ini terhadap minat beli konsumen online adalah tinggi. Dari hasil analisis regresi berganda variabel pengetahuan tentang media sosial internet diperoleh hasil sebesar $-.008$ (t)= $-.110$ dan sinifikansi sebesar $.913$ yang

artinya pengetahuan tentang media sosial internet berpengaruh negative dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen online. Ini berarti bahwa semakin baik/tinggi pengetahuan seseorang mengenai media sosial internet maka semakin rendah minat beli konsumen online, hal ini dikarenakan apabila seseorang sudah lebih menguasai tentang media internet maka mereka telah mengetahui positif-negatifnya tentang keberadaan internet khususnya dalam lingkup jual-beli online dimana terdapat kasus-kasus penipuan, link 56 palsu yang meperjual belikan produk palsu atau produk yang keberadaannya direkayasa atau hal lain sehingga hal tersebut menyebabkan minat beli konsumen online menurun/rendah. Temuan dalam penelitian ini berbeda dengan penemuan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Oliver dan Shapiro (1993) yang menyatakan bahwa semakin kuat pengetahuan teknologi yang dimiliki seseorang (pembeli), semakin besar kepercayaan pengguna dan semakin besar kemungkinan dalam menciptakan minat bertransaksi online. Jika dilihat dari hasil pengujian uji f diperoleh hasil estimasi f sebesar $44,615$ dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000$ dan hasil uji determinasi menjelaskan bahwa minat beli konsumen online dipengaruhi sebesar $56,9\%$ oleh variabel kualitas produk, kepercayaan konsumen dan pengetahuan tentang media sosial internet. Hal ini menjelaskan bahwa kualitas produk, kepercayaan konsumen dan pengetahuan tentang media sosial internet secara bersama-sama dapat mempengaruhi minat beli konsumen online.

PENUTUP

Simpulan

Adapun kesimpulan yang ada untuk menjawab rumusan masalah yaitu:

Digital marketing dapat dilakukan dengan beberapa cara seperti SMO dan SEO yang bertujuan sama yaitu mempopulerkan sebuah website ataupun instansi tertentu, sehingga website ataupun instansi tertentu dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas khususnya pengguna internet.

Dalam memaksimalkan SEO dapat dilakukan dengan menggunakan tool stools pembuatan website yang SEO friendly

seperti wordpress dan adapun cara lain adalah dengan melakukan promosi pada website lain seperti menaruh link website yang dibuat pada forum ataupun memasukkan link website yang dibuat pada artikel-artikel website yang lain, dan hal ini harus dilakukan secara berkesinambungan sehingga banyak orang akan mengunjungi website yang dibuat hal ini akan menaikkan rating website yang dibuat pada search engine. Dalam memaksimalkan SMO adalah dapat menggunakan beberapa sosial media seperti Facebook atau pun Twitter yang harus dilakukan disini adalah memperbanyak friend pada page yang dibuat dan menaruh linklink website yang dibuat pada wall ataupun melakukan posting pada friend, dengan aturan bahwa setiap friend yang ada pada friend kita memiliki jaringan yang lain Kedua hal ini tidak dapat dilakukan dalam tempo waktu yang singkat tetapi harus dilakukan secara berulang-ulang dan harus memiliki relasi yang baik pada sosial media.

1. Dampak yang didapat adalah kenaikan pengunjung website signifikan hal ini membuat masyarakat lebih mengenal resto Raja Rasa tersebut.
2. Dampak yang dirasakan langsung oleh resto Raja Rasa adalah pengunjung resto meningkat dan ketertarikan terhadap resto Raja Rasa tersebut serta masyarakat yang lebih mengenal resto Raja Rasa.
3. Untuk mengetahui dampak dari fitur trafik kunjungan dapat dilihat dengan menggunakan aplikasi yang telah dibuat.

DAFTAR PUSTAKA

Agus. 2012. Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga. Hennig-Thurau, T. et al., 2004. Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), pp.38-52.

Anang, T. N, 2010, Sukses Bisnis Toko Online, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama

Baum, David, 1999, E-commerce, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama

Bakos, J. Y. (1991), A strategic analysis of electronic marketplaces. *MIS quarterly*, 295-310.

Chaffey, D., & Smith, P. R. (2013). *Emarketing Excellence. Planning and optimizing your digital marketing*. Abingdon: Routledge.

Chiang dan Dolakia. (2003), "Factors Driving Consumer Intention To Shop Online: An Empirical Investigation," *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 13, No. 1-2, pp. 177-18

Dellarocas, C., 2003. The Digitization of Word of Mouth: Promise and Challenges of Online Feedback Mechanisms. *Management Science*, 49(10), pp.1407-1424. Available at: <http://ssrn.com/abstract=393042> \n <http://pubsonline.informs.org/doi/abs/10.1287/mnsc.49.101407.17308>.

Engler, T.H., Winter, P. & Schulz, M., 2015. Understanding online product ratings: A customer satisfaction model. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 27, pp.113-120. Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jretconser.2015.07.010>.

Evans, Dave and Jake Mckee, 2010, *Sosial Media Marketing*, Indianapolis, Wiley Publishing, Inc.

Filieri, R., 2015. What makes online reviews helpful? A diagnosticity-adoption framework to explain informational and normative influences in e-WOM. *Journal of Business Research*, 68(6), pp.1261-1270.

Available at: [10.1016/j.jbusres.2014.11.006](http://dx.doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.006) \n <https://ejwl.idm.oclc.org/login?url=http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=101922563&site=ehostlive> \n <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S014829631400349X>.

Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2015.12.019>.

Filieri, R., 2016, What makes an online consumer review trustworthy? *Annals of Tourism Research*, 58, pp.46-64. Available at: <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2015.12.019>.

Guo, G. et al., 2014. Leveraging prior ratings for recommender systems in e-commerce. *Electronic Commerce Research and Applications*, 13(6), pp.440-455. Available

- at:<http://dx.doi.org/10.1016/j.elerap.2014.10.003>.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). Exploratory factor analysis. *Multivariate data analysis*, 7th Pearson new international ed. Harlow: Pearson.
- Hermawan, Haryadi, R. N., Anda Rojali, Khumidin, & M. Fauzan. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10–16. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3>
- Hu, N., Pavlou, P. A., & Zhang, J. (2006). Can online reviews reveal a product's true quality?: Empirical findings and analytical modeling of online word-of-mouth communication. In J. Feigenbaum,
- Islam, M. et al., 2014. Customer Perceptions in Buying Decision Towards Branded Bangladeshi Local Apparel Products. *European Scientific Journal*, 10(7), pp.482–497.
- J. Chuang, & D.M. Pennock (Eds.), *Proceedings of the 7th ACM conference on electronic commerce* (pp. 324–330). ACM
- Huang, P., Lurie, N. H., & Mitra, S. (2009). Searching for experience on the web: An empirical examination of consumer behavior for search and experience goods. *Journal of Marketing*, 73, 55–69.
- Jansen, B.J. (2009). "Twitter Power: Tweets As Electronic Word Of Mouth," *Journal Of The American Society For Information Science And Technology*, 20.
- Jeoung, E. (2011). "Restaurant Experiences Triggering Positive Electronic Word Of Mouth Motivations," *Journal Of The American Society For Information Science And Technology*.
- Kannaiah, R.S.D., 2015. Consumers ' Perception on Online Shopping. *Journal of Marketing and Consumer Research*, 13(2), pp.14–21. Available at: [http://researchonline.jcu.edu.au/39753/1/Dr.Desti Consumers perception on Online Shopping.pdf](http://researchonline.jcu.edu.au/39753/1/Dr.Desti%20Consumers%20perception%20on%20Online%20Shopping.pdf). Khaniwale, M., 2015. Consumer Buying Behavior. *International Journal of Innovation and Scientific Research*, 14(2), pp.278–286. Available at: <http://www.ijisr.issr-journals.org/abstract.php?article=IJISR-14-129-01>.
- Kotler and Armstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, edisi kedua belas, jilid 1, Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip Dan Gary Armstrong. 2012. *Principles Of Marketing*. New Jersey: Pearson Preantice Hall
- Kotler, Lackermair, G, D. Kailer and K, Kanmaz, 2013, *Importance Of Online Product Reviews From A Consumer's Perspective*, 1(1), pp.1-5.
- Laudon, Kenneth, 2007, *Sistem Informasi Manajemen – Mengelola Perusahaan Digital*, edisi sepuluh, Salemba Empat.
- Li, N. and Zhang, P. (2002), "Consumer online shopping attitudes and behavior: an assessment of research. Margono, 2004, *Metodelogi Penelitian Pendidikan*, Jakarta, Rineka Cipta.
- Mark. Sci. 31 (3), 372–386
- Mukhopadhyay, S. dan Chung T, 2015, Preference Instability, Consumption And Online Rating Behavior. *International Journal of Research In Marketing*. Available at:<http://dx.doi.org/10.1016/j.ijresmar.2015.11.007>
- Moe, W.W., Schweidel, D.A. (2012). Online product opinions: incidence, evaluation, and evolution.
- Mudambi, S. M., & Schuff, D. (2010). What makes a helpful review? A study of customer reviews on Amazon. com. *MIS quarterly*, 34(1), 185-200.
- Setiadi, Nugroho J, 2003, *Perilaku Konsumen*, Jakarta, Kencana.
- Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta.
- Nurjaya, et al.(2021). The Influence Of Digital Marketing & Innovation On The School Performance. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(7), 118-127.

MENCIPTAKAN GENERASI PRODUKTIF BERMENTAL WIRAUSAHA MELALUI PELATIHAN BISNIS ONLINE BAGI SISWA/I KELAS XII SMK EKONOMIKA DEPOK

^{1*}Dewi Afriyanti, ²Dheakurnia Salsabila, ³Nurma Yunitasari, ⁴Safiranti,
⁵Dewi Ulfah Arini

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*dewiafriyanti99@gmail.com](mailto:dewiafriyanti99@gmail.com)

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat diselenggarakan dengan tujuan untuk memberikan pemahaman tentang wirausaha; pemahaman atas cara memulai bisnis online; pemahaman tantangan dan ancaman dalam bisnis online, serta pemahaman tentang menarik minat calon pembeli pada *marketplace*. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan teknik penyuluhan (pemaparan materi) dan diskusi. Materi kegiatan mengenai adanya peluang berwirausaha di masa pandemi Covid-19 sebagai strategi menarik minat siswa-siswa SMK untuk menyalurkan ide kedalam bisnis online yang dapat menghasilkan keuntungan, sehingga akan banyak terciptanya generasi produktif yang bermental wirausaha yang nantinya dapat diterapkan dan ditularkan ke masyarakat luas. Target materi pada kegiatan penyuluhan PMKM tercapai dengan cukup baik, dapat dilihat dari hasil pemahaman dari materi kegiatan. Untuk menerapkan hasil dari kegiatan masih diperlukan penanaman nilai-nilai yang menjadi potensi sikap dan kepribadian dalam berwirausaha perlu ditingkatkan dengan cara mengintegrasikan nilai-nilai percaya diri, kreativitas, keberanian mengambil resiko, berorientasi pada hasil, kepemimpinan, dan kerja keras dalam pembelajaran mata pelajaran kewirausahaan yang berorientasi pada praktek, studi kasus, dan mendatangkan narasumber dari dunia usaha dan dunia industri.

Kata Kunci: Produktif, Wirausaha, Bisnis Online, Siswa

Abstract

Community service activities are held with the aim of providing an understanding of entrepreneurship; understanding of how to start an online business; understanding of challenges and threats in online business, and understanding of attracting potential buyers to the marketplace. The implementation of community service activities is carried out with counseling techniques (material presentation) and discussion. Activity material regarding the existence of entrepreneurship opportunities during the Covid-19 pandemic as a strategy to attract vocational students to channel ideas into online businesses that can generate profits, so that there will be many productive generations with an entrepreneurial mentality that can later be applied and transmitted to the wider community. The target material for the PMKM extension activity was achieved quite well, it can be seen from the results of understanding of the activity material. To implement the results of the activity, it is still necessary to inculcate values that become potential attitudes and personalities in entrepreneurship, which need to be improved by integrating the values of self-confidence, creativity, courage to take risks, results-oriented, leadership, and hard work in learning entrepreneurship subjects. practice-oriented, case studies, and bring in speakers from the business world and the industrial world.

Keywords: Productive, Entrepreneur, Online Business, Student

PENDAHULUAN

Kehadiran teknologi yang maju dapat mengubah banyak hal, termasuk gaya hidup dan kebiasaan masyarakat dalam melakukan aktivitas jual beli. sebelum adanya teknologi yang maju aktivitas jual beli dilakukan dengan cara konvensional. Akan tetapi disaat teknologi telah maju aktivitas jual beli dapat dilakukan secara online melalui beberapa platform digital. Platform digital ini sangat

bermanfaat sebagai media yang saat ini dapat digunakan oleh masyarakat. Dengan adanya platform digital ini dapat membantu masyarakat dalam melakukan aktivitas jual beli dengan lebih mudah tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Masyarakat dapat menjadi seorang wirausaha dengan memanfaatkan platform digital yang saat ini banyak digunakan. Sesuai dengan Teori sifat kewirausahaan (*trait theory*) teori yang lebih

fokus pada ciri personal (kepribadian) wirausaha sebagai faktor penting dalam mencapai keberhasilan berwirausaha. Karakter dasar seorang memang relevan untuk kewirausahaan, namun sifat kepribadian saja tidak cukup untuk menjelaskan atau memahami sifat dasar kewirausahaan.

Platform digital saat ini sudah sangat familiar digunakan oleh masyarakat sekitar terutama bagi generasi muda seperti siswa-siswa sekolah menengah kejuruan. Saat ini siswa-siswa SMK dapat memanfaatkan platform digital sebagai sarana tempat pembelian kebutuhan sekolah. Selain itu, platform digital dapat digunakan oleh siswa-siswa SMK dalam mengembangkan ide bisnisnya secara online. Dengan adanya platform digital ini dapat melahirkan wirausaha-wirausaha muda baru di kalangan siswa SMK. Menurut Zimmerer dan Scarborough (2005), wirausaha adalah seseorang yang menciptakan bisnis baru dengan mengalami resiko dan ketidakpastian agar mendapatkan keuntungan dan pertumbuhan dengan mengidentifikasi peluang dan memanfaatkan sumber daya.

Saat ini dunia sedang dilanda pandemi covid-19 yang mempunyai dampak yang sangat besar bagi kehidupan masyarakat di dunia. Salah satu dampaknya yaitu semua sekolah di tutup untuk mengurangi penyebaran kluster covid-19. Yang menyebabkan kegiatan sekolah dilakukan secara online atau daring. Bukan hanya kegiatan sekolah saja yang dilakukan secara online, tetapi juga perdagangan kebanyakan dilakukan melalui online, dimana masyarakat dapat memesan barang yang dibutuhkan melalui aplikasi online dan barang tersebut diantar oleh kurir. Dengan adanya sistem belanja online, para siswa/i SMK juga dapat memulai usaha salah satunya menjual kerajinan tangan dimana hal tersebut akan menambah uang jajan mereka. Selain itu juga waktu luang mereka tidak terbuang sia-sia dan mereka akan belajar pengetahuan lain yaitu mengenai wirausaha.

Bisnis online merupakan aktivitas jual beli yang dapat dilakukan melalui website, media sosial dan marketplace. Bisnis online dapat menjadi solusi agar tetap mendapatkan penghasilan walau hanya dirumah saja. Pandemi covid 19 yang terjadi selama hampir

2 tahun mengharuskan untuk berjaga jarak dan tidak keluar rumah jika tidak ada kepentingan yang mendesak. Siswa siswi SMK yang selama ini belajar dirumah tentu memiliki waktu luang lebih banyak daripada ketika aktif disekolah dengan melakukan kegiatan-kegiatan produktif seperti membangun bisnis pada taraf pemula seperti bisnis online. Dengan adanya solusi bisnis online ini dapat membantu masyarakat khususnya siswa SMK dapat berpenghasilan walau hanya dirumah saja dengan memanfaatkan platform digital seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada. Siswa-siswa SMK dapat memanfaatkan platform digital tersebut untuk mengembang ide-ide yang dimiliki untuk membuat bisnis online. Selain itu, adanya platform digital tersebut dapat melahirkan generasi muda seperti siswa SMK agar tetap produktif dimasa pandemi ini dengan belajar bisnis online sehingga terciptanya wirausaha-wirausaha muda. Dari penjelasan diatas jelasnya Indonesia membutuhkan wirausaha dalam memajukan dan mendukung perekonomian bangsa, oleh sebab itu peran serta generasi muda penting didalamnya, khususnya bagi siswa sebagai anak muda dan harapan bangsa sebagai pilar perjuangan dan pembangunan butuh di ajar dan di bina menjadi seorang yang mempunyai mental seorang wirausaha, yang mempunyai wawasan/pengetahuan, mental, dan motivasi yang tinggi, dan pembentukan jati diri.

Dengan latar belakang yang sudah kami paparkan, kami ingin menjadikan waktu dan siswa/i menjadi generasi yang produktif dengan mengambil tema "Menciptakan Generasi Produktif Bermental Wirausaha Melalui Pelatihan Bisnis Online Bagi Siswa" kepada Siswa-Siswi SMK Ekonomika Depok. Yang beralamat lengkap di Jl. Grogol Raya No.2 RT003 RW009 Kel. Grogol Kec. Limo Kota Depok, Jawa Barat, 16512.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan melakukan peninjauan lapangan dan koordinasi dengan mitra. Survey awal yang dilakukan oleh tim pengusul untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh mitra terkait banyaknya ide kreatif siswa-siswa SMK yang berpotensi membuka peluang berwirausaha. Pelaksanaan

pengabdian kepada masyarakat dilakukan secara daring pada tanggal 17 Oktober 2021 melalui google meet. Metode kegiatan pengabdian yang digunakan adalah metode penyuluhan (pemaparan materi) dan diskusi

yang dipilih untuk menyampaikan materi. Pemanfaatan laptop dan power point membantu peserta pelatihan lebih mudah memahami dan mengingat materi pelatihan dengan waktu pelatihan yang terbatas.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Melalui *Google Meet*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil diskusi tersebut dapat disimpulkan bahwa setelah adanya kegiatan sosialisasi tentang Menciptakan Generasi Produktif Bermental Wirausaha Melalui Pelatihan Bisnis Online Bagi Siswa ini, menjadikan siswa-siswi mengetahui tentang bisnis online, mengetahui cara memulai bisnis online, mulai mencari peluang dalam bisnis online di tengah pandemi, mengetahui tantangan dan hambatan dalam bisnis online, platform digital untuk kegiatan digital marketing dalam bisnis online, cara menarik minat calon pembeli melalui marketplace, cara menarik minat calon pembeli melalui marketplace, cara membuat caption produk dengan menarik, dan cara membuat caption produk dengan menarik.

Untuk itu kegiatan ini dapat digunakan sebagai pemahaman untuk siswa-siswi SMK agar mengerti cara memulai bisnis sehingga dapat menuangkan ide-ide kreatifitas mereka. Pada kegiatan PMKM ini disambut hangat oleh siswa-siswi SMK Ekonomika Depok. Mereka juga penuh perhatian mendengarkan dengan baik para pemateri saat menjelaskan materi-materi tersebut. Selain itu, mereka juga berperan aktif dengan menjawab pertanyaan yang diajukan oleh pemateri. Hal tersebut dilakukan agar menjawab keluh kesah dari mereka dalam memulai bisnis online dan menjadi wirausaha muda. Sehingga mereka dapat mengerti dan tidak salah dalam mengambil keputusan untuk membangun bisnis online.

Selain itu dalam kegiatan PMKM ini mahasiswa prodi akuntansi program sarjana

juga memberikan soal kuis dalam bentuk quizizz sebagai hiburan serta untuk mengetahui apakah materi yang disampaikan oleh pemateri dapat diterima dan tersampaikan dengan baik sehingga siswa-siswi dapat mengerti apa materi yang dibawa dalam PMKM ini. Hasil quizizz membuktikan bahwa materi yang telah disampaikan oleh pemateri dapat dimengerti oleh siswa-siswi SMK sehingga banyak yang menjawab soal kuis tersebut dengan benar. Kegiatan PMKM ini memberikan banyak manfaat bagi siswa-siswi SMK Ekonomika Depok untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan bagaimana memulai suatu bisnis serta keuntungan jika membuka bisnis. Karena di masa pandemi ini membangun bisnis online dapat memberikan keuntungan, serta dapat meningkatkan perekonomian keluarga walau bisnisnya dilakukan secara online dan dari rumah.

Kita sebagai mahasiswa ingin membagikan ilmu-ilmu yang telah dipelajari dalam perkuliahan dan menuangkannya dalam kegiatan PMKM ini agar dapat memberikan manfaat kepada masyarakat luas khususnya siswa-siswi SMK Ekonomika Depok. Kegiatan ini juga memberikan manfaat bukan hanya untuk siswa-siswi SMK saja, tetapi memberikan manfaat juga bagi kami selaku Mahasiswa yang melaksanakan kegiatan ini. Sehingga kami termotivasi untuk melaksanakan lagi kegiatan pengabdian mahasiswa kepada masyarakat nantinya dengan mengangkat tema yang lebih bermanfaat lagi bagi masyarakat khususnya siswa-siswi SMK sebagai generasi muda yang

mempunyai ide-ide kreatif yang bagus. Sehingga akan banyak generasi-generasi muda yang produktif untuk menjadi wirausaha-wirausaha muda.

Dengan terciptanya wirausaha-wirausaha muda dapat menciptakan lapangan pekerjaan serta meningkatkan perekonomian baik untuk keluarga maupun untuk bangsa Indonesia. Walau Indonesia masih dilanda pandemi covid-19, itu tidak menyurutkan para generasi muda untuk tetap memulai bisnis baik secara online maupun offline. Semoga dengan adanya kegiatan ini para siswa-siswi yang belum tertarik pada bisnis online menjadi tertarik untuk memulai bisnis online sehingga dapat terciptanya generasi produktif yang bermental wirausaha.

PENUTUP

Berdasarkan hasil pelaksanaan PMKM ini, dapat disimpulkan bahwa potensi kepribadian wirausaha dan minat berwirausaha siswa-siswa SMK Ekonomika Depok dapat meningkat karena sudah mengetahui beberapa cara untuk memulai bisnis online. Kegiatan PMKM ini sangat mendukung untuk proses belajar mengajar mata pelajaran kewirausahaan yang ada pada kurikulum SMK Ekonomika Depok dan memberikan motivasi berwirausaha serta memanfaatkan internet maupun marketplace sebagai sarana berwirausaha.

Minat dalam menjadi seorang wirausaha yang dimiliki oleh siswa-siswi SMK sebaiknya dapat ditingkatkan lagi oleh semua pihak, orang tua, masyarakat, pendidik, maupun pemerintah. Penanaman nilai-nilai yang menjadi potensi sikap dan kepribadian dalam berwirausaha perlu ditingkatkan dengan cara mengintegrasikan nilai-nilai percaya diri, kreativitas, keberanian mengambil resiko, berorientasi pada hasil, kepemimpinan, dan kerja keras dalam setiap mata pelajaran di sekolah dan dapat dilakukan dalam lingkungan keluarga sejak anak masih usia dini. Selain itu, perlu adanya pembelajaran kewirausahaan yang berorientasi pada praktek, studi kasus, dan mendatangkan narasumber dari dunia usaha dan dunia industri.

DAFTAR PUSTAKA

- <https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-kewirausahaan-menurut-para-ahli/#:~:text=pada%20saat%20ini,-,Menurut%20Kasmir,di%20berbagai%20kesempatan%20yang%20ada.>
- Haryadi, R. N., Anda Rojali, Khumidin, & M. Fauzan. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimaggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16.
<https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3>
- <https://m.liputan6.com/hot/read/4631368/16-tujuan-wirausaha-menurut-para-ahli-pahami-lebih-jauh#:~:text=Tujuan%20wirausaha%20adalah%20membuat%20atau%20menciptakan%20sesuatu%20yang%20baru%20%26%20berbeda.&text=Tujuan%20wirausaha%20adalah%20inovatif%20%20kreatif,diri%20di%20lingkungan%20dan%20masyarakat.>
- Meredith, Geoffrey G., Nelson, Robert E., and Neck, Philip, A. (2000). *The Practice of Entrepreneurship*. Geneva, International Labour Office
- Rachbini, D.J. (2001), *Pengembangan Ekonomi & Sumber Daya Manusia*, Penerbit Grasindo, Jakarta.
- Sunarsi, D., et al. (2021). Penyuluhan Wirausaha Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga Dengan Daur Ulang Barang Bekas Desa Mekarsari Kabupaten Bogor. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 1(2).

**SOSIALISASI MARKETING MANAGEMENT BAGI PETANI TANAMAN HIAS
DI KELURAHAN BOJONGSARI BARU KECAMATAN BOJONGSARI KOTA DEPOK
DALAM RANGKA PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT**

**^{1*}Heni Lestari, ²Imat Hidayat, ³Muamar Sidiq, ⁴Sham Mahesa Fauzi,
⁵Surya Seftiawan Pratama, ⁶Uwan Rianto**
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia
*myhoneyheni@gmail.com

Abstrak

Produk dan jasa di era digitalisasi saat ini sudah sangat banyak berseliweran di sosial media, produk dan jasa yang melimpah membutuhkan *marketing management* yang baik pula. Jika tanpa di imbangi dengan pemasaran maka akan terjadi penumpukan jumlah produk. Tanaman hias merupakan salah satu produk yang sedang banyak di minati masyarakat, harganya semakin melambung tinggi menjadikan tanaman hias primadona di kalangan pencinta tanaman. Pada masa pandemi covid- 19 saat ini tanaman hias merupakan suatu hobi sekaligus juga bisa menjadi lading bisnis. Tanpa di imbangi dengan ilmu manajemen pemasaran maka tanaman hias hanyalah menjadi penghias rumah saja, dan proses penjualan yang harus sistem cepat karena jika sudah musimnya maka beberapa jenis tanaman hias mengalami pasang surut peminat. Untuk itu guna menghindari tumpukan produk tanaman hias di perlukan strategi pemasaran yang massif sehingga sirkulasi penjualan tanaman hias menjadi lancar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah memberikan pengetahuan terkait *marketing management* agar tanaman hias yang di kelola warga semakin lancar penjualannya dan mengalami peningkatan keuntungan yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat di kelurahan Bojongsari Baru, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok.

Kata Kunci: Kesejahteraan Masyarakat, Marketing Management, Tanaman Hias

Abstract

Products and services in the current digitalization era are already milling about on social media, abundant products and services require good marketing management as well. If it is not balanced with marketing, there will be a balance in the number of products. Ornamental plants are one of the products that are in great demand by the public, prices are increasingly soaring, making ornamental plants the prima donna among plant lovers. During the current COVID-19 pandemic, ornamental plants are a hobby as well as a business field. Without being balanced with marketing management knowledge, ornamental plants only become home decorations, and the sales process must be fast because when it is in season, several types of ornamental plants experience ups and downs of interest. For this reason, in order to smooth the journey of ornamental plant products, a massive marketing strategy is needed so that the circulation of ornamental plant sales becomes. This community service activity (PKM) is to provide knowledge related to marketing management so that ornamental plants managed by residents can sell more smoothly and increase profits which have an impact on the welfare of the community in the Bojongsari Baru village, Bojongsari District, Depok City.

Keywords: Community Welfare, Marketing Management, Ornamental Plants

PENDAHULUAN

Usaha tanaman hias telah berkembang di Indonesia, menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019 sebaran tanaman hias di Indonesia hampir seluruh provinsi memiliki perkembangan yang sama. Adapun jenisnya menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2019 adalah, anggrek, Anthurium Bunga (Tangkai), Anyelir

(Tangkai), Gerbera/Herbras (Tangkai), Gladiol (Tangkai), Heliconia/Pisang-pisangan (Tangkai), Krisan (Tangkai), Mawar (Tangkai), Sedap Malam (Tangkai), Dracaena (Pohon), Melati (Pohon) dan Palem (Pohon). Dari data tersebut provinsi Jawa Barat masih masuk urutan teratas untuk sektor ini.

Geliat usaha di sektor tanaman hias

ternyata memiliki peranan yang sangat penting dalam membantu pertumbuhan ekonomi. Usaha tanaman hias dapat dilakukan secara komersial, mengingat tanaman hias hanya di pandang dalam lingkup rumah tangga dan menjadi hobi saat waktu senggang. Tetapi di balik semua ini menyimpan potensi ekonomi yang sangat baik, bahkan potensi ekspor sangat terbuka lebar.

Masyarakat Kelurahan Bojongsari Baru, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok telah mengembangkan tanaman hias dari hobi menjadi ladang bisnis yang menjanjikan. Dan Depok merupakan salah satu sentra tanaman hias. Kota Depok masih memiliki lahan yang cukup untuk di jadikan usaha tanaman hias, pekarangan rumah warga yang cukup luas dapat di jadikan lahan pengembangan tanaman hias berbagai jenis dan ragam.

Dari berbagai data - data yang di dapatkan, bahwa potensi tanaman hias di Kelurahan Bojongsari Baru , Kecamatan Bojongsari Kota Depok sangatlah berpotensi untuk lebih di kembangkan lagi. Terutama terkait dengan strategi pemasarannya , agar peningkatan penjualan

semakin tinggi dan berdampak pada peningkatan penghasilan masyarakat. Definisi dari American marketing Association (AMA) mencakup kedua perspektif itu: "Marketing is the process of palnng and executing the conception, pricing, promotion, and distribution of ideas, goods, and services to create exchange that satisfy individual and organizational goals". Artinya bahwa pemasaran merupakan suatu proses perencanaan dan menjalankan konsep, harga, promosi,dan distribusi sejumlah ide , barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang mampu memuaskan tujuan individu dan organisasi (Lamb, Hair, McDaniel,2001:06)

Dari pengertian di atas bahwa jika proses konsep, harga, promosi dan distribusi di kelola dengan baik maka penjualan akan meningkat dan keuntungan akan tercapai, sehingga berdampak pda peningkatan laba dan berimbas juga pada sektor lainnya, karena geliat ekonomi terbangun di tempat tersebut.

Untuk itu kegiatan pengabdian masyarakat yang di laksanakan oleh

magister manajemen Unversitas Pamulang mengakat tema tentang Marketing Management, harapannya dengan mengelola bisnis tanaman hias ini sesuai ilmu manajemen harapannya isa membantu petani tanaman hias dapat memahami dan menerapkan ilmu manajemen terkhusus terkait dengan ilmu marketingnya.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Adapun rangkaian kegiatannya adalah melaksanakan tahap persiapan yaitu tim PKM melaksanakan survey ke lokasi , lalu observasi dan rapat koordinasi tim. Setelah melaksanakan tahap awal maka tim PKM langsung merealisasikan agenda sosialisasi untuk memecahkan masalah yang ada dengan pendekatan metode keilmuan. Peserta dari kegiatan PKM ini adalah masyarakat kelurahan Bojongsari Baru, Kecamatan Bojongsari Kota Depok yang lebih tepatnya yang berada di lingkungan RT / RW : 003/ 006.

Tempat dan waktu kegiatan PKM berada di alamat GG Rotan. Jalan POR Pelita Jaya No.10 RT/RW: 003/006, Kelurahan Bojongsari Baru, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok. Dilaksanakan pada hari minggu , 20 Desember 2020.

Metode yang dipergunakan dalam sosialiasi ini adalah diskusi terarah dengan warga masyarakat yang mengelola tanaman hias di Kelurahan Bojongsari Baru Kecamatan Bojongsari kota Depok. Di dalam metode diskusi ini di harapkan menambah wawasan keilmuan terkait pemasaran sehingga dapat di terapkan pada petani tanaman hias guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan pemaparan materi yang mahasiswa sampaikan banyak sekali pertanyaan - pertanyaan yang di tanyakan oleh kelompok tani terkait dengan imu manajemen dan juga strategi apa yang harus di gunakan untuk menambah jumlah konsumen.

Maka kami memberikan solusi dengan era digital saat ini bahwa kita harus memanfaatkan gadget yang telah kita miliki untuk meningkatkan penjualan. Di dalam social media terdapat fitur - fitur yang dapat di akses secara gratis untuk memulai

melakukan penjualan .

Metode ini di sebut dengan digital marketing, target pemasaran digital marketing sangat luas tidak seperti penjualan secara tradisional menunggu konsumen datang ke lokasi, dengan digital marketing target sasaran konsumen tidak hanya di wilayah tersebut tetapi juga wilayah lain seluruh Indonesia bahkan di luar Negara Indonesia juga dapat terjangkau.

Dengan digital marketing, waktu dan biaya juga dapat di tekan seminimal mungkin, waktu berjualan juga tidak mengenal batas waktu, iklan kapan saja bisa di pasang dengan mengaktifkan timer yang telah di sediakan. Saat kita sibuk iklan otomatis muncul sesuai jadwal yang telah di tentukan.

Tahapan memulai digital marketing adalah memiliki akun market place, media social, website dan company profile.

Banyak manfaat yang di dapat dengan pemasaran secara digital yaitu :

1. Selalu terkoneksi dengan konsumen
2. Bisa melayani konsumen dengan cepat via online
3. Dapat membantu brand bisnis

Ini merupakan strategi pemasaran yang dipaparkan dalam pengabdian kepada masyarakat di Kelurahan Bojongsari Baru , Kecamatan Bojongsari, Kota Depok. Marketing Management dapat di gunakan untuk mengembangkan bisnis tanaman hias agar semakin luas pemasarannya sehingga menghasilkan laba yang dapat memberikan kesejahteraan masyarakat.



Gambar 1. tim kelompok PKM berfoto dengan dosen pembimbing PKM Ibu Dr. Endang Sugiarti, SE., MM (Dosen Magister Manajemen Universitas Pamulang)



Gambar 2. diskusi tanya jawab tim PKM mahasiswa Magister Manajemen Universitas Pamulang dengan warga yang mengelola tanaman hias .



Gambar 3. Foto bersama Tim PKM dengan petani tanaman hias Kelurahan Bojongsari Baru , kecamatan Bojongsari Kota Depok.



Gambar 4. team PKM dan dosen pembimbing melihat lokasi tanaman hias milik warga masyarakat Kelurahan Bojongsari Baru , kecamatan Bojongsari Kota Depok

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Mengadakan Pengabdian Kepada Masyarakat Lanjutan dalam pendampingan terhadap marketing management dalam pengembangan bisnis tanaman hias Kelurahan Bojongsari Baru , Kecamatan Bojongsari, Kota Depok
2. Pada Pengabdian Kepada Masyarakat berikutnya di bentuk brand khusus tanaman hias di Kelurahan Bojongsari Baru , Kecamatan Bojongsari, Kota Depok
3. Pada Pengabdian Masyarakat selanjutnya melaksanakan pendampingan atau pembentukkan kelompok-kelompok tani tanaman hias yang lebih terorganisir di daerah Bojongsari baru

Saran

1. Mendorong alokasi dana desa tidak selalu digunakan untuk pembangunan infrastruktur saja, tetapi juga dapat dialokasikan untuk sarana dan prasarana yang lebih dibutuhkan oleh masyarakat khususnya untuk desa wisata berbasis tanaman hias
2. Agar seluruh masyarakat dapat bekerjasama dalam membangun sarana dan prasarana menuju lokasi sehingga menarik minat masyarakat di luar kelurahan Bojongsari untuk datang ke lokasi Tanaman Hias Kelurahan Bojongsari Kecamatan Bojongsari Kota Depok
3. Agar petani tanaman hias mendapatkan perhatian yang lebih dari pemerintah maka harus dibuat kelompok - kelompok tani yang lebih terorganisasi, agar lebih

mudah dalam menyalurkan bantuan untuk pengembangan UMKM.

4. Membentuk brand tersendiri agar lebih mudah di pasarkan secara online.

DAFTAR PUSTAKA

- Lamb, Hair, McDaniel. (2001). *Pemasaran* penerbit Salemba empat (PT Salemba Emban Patria) Jakarta 2001 cetak pertama, buku 1 - 2
- Sugiyanto, Ugeng Budi Haryoko 2020. *Manajemen Pemasaran* penerbit Yayasan pendidikan dan sosial
- Haryadi, R. N., Anda Rojali, Khumidin, & M. Fauzan. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*

(JPMM), 1(1), 10-16.
<https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3>

Kotler ,P dan K.A Fox 1995 (Sugiyanto dan Ugeng 2020) *Strategic Marketing For Education Insstitt* edisi ke - 2 New Jersey; Prentice Hall.

Nurjaya, N., et al. (2021). The Effect of Product Promotion and Innovation Activities on Marketing Performance in Middle Small Micro Enterprises in Cianjur. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 528-540.

<http://bojongsari.depok.go.id/>

<https://www.bps.go.id/>

<http://dkppp.depok.go.id/>

MOTIVASI UNTUK MEMBANGKITKAN SEMANGAT PELAKU UMKM KELURAHAN BUARAN YANG TERDAMPAK PANDEMI COVID 19

¹*Quliah Alfendah, ²Muhammad Syahid Kadir, ³Martina Gracia Nauli Sibarani,
⁴Riki Haryono, ⁵Leni Dwiarti, ⁶Nanang Qosim Yusuf
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia
*quliahalfendah@gmail.com

Abstrak

Data yang didapatkan adanya BI meluncurkan hasil riset kepada UMKM dan hasilnya adalah 87,5 % UMKM berdampak langsung Covid 19, sementara 12,5 % yang kebal terhadap dampak Covid 19 ini, hal ini menunjukkan bahwa rata-rata UMKM belum siap menghadapi pandemi yang belum selesai ini, salah satunya adalah UMKM yang berada di Wilayah Tangerang Selatan. Motivasi, hadir dari dalam diri dan hati setiap insan. Ialah kemauan untuk melakukan sesuatu bukan hanya berdasar pada faktor eksternal seperti imbalan atau pujian, melainkan muncul karena seseorang insan memang benar-benar ingin melakukan suatu tindakan. Tanpa adanya dorongan ataupun paksaan dari luar sekalipun, ia akan tetap terus berusaha demi mencapai tujuan yang diinginkan. Hasil dari pengabdian kepada masyarakat yang diperoleh adalah bertambahnya keilmuan bagi para pelaku UMKM di Kelurahan Buaran Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan agar memiliki pandangan yang lebih baik bagaimana menerapkan ilmu manajemen khususnya dalam membangkitkan motivasi diri, sehingga Motivasi Untuk Membangkitkan Semangat Pelaku UMKM Kelurahan Buaran Yang Terdampak Pandemi COVID 19 dapat berjalan dengan baik. Ilmu yang diperoleh pada pengabdian kepada masyarakat kali ini diharapkan mampu memberikan semangat baru bagi kita dalam menyampaikan materi dan motivasi serta berkontribusi bagi para UMKM, untuk kemajuan usahanya.

Kata Kunci: Motivasi, Covid 19, UMKM, Manajemen SDM

Abstract

The data obtained by BI launching research results to UMKM and the results are that 87.5% UMKM have a direct impact on Covid 19, while 12.5% are immune to the impact of Covid 19, this shows that on average UMKM are not ready to face a pandemic that has not yet occurred. After this completion, one of them is UMKM in the South Tangerang Region. The existence of motivation in a person is very important, especially for employees. Strength and willingness to do something such as work can usually appear on its own when Motivation can also be called a reason, which is formed from two sources, namely oneself and the environment or internal factors and external factors. Of the two, the strongest motivation comes from oneself. The will to do something is not only based on external factors such as rewards or praise, but arises because someone really wants to do an action. Even without any external encouragement, he will keep trying to achieve the desired goal The results of community service obtained are increasing knowledge for UMKM in the Buaran sub-district, Kec. Serpong, South Tangerang City in order to have a better view of how to apply management knowledge, so that the motivation to awaken the spirit of Entrepreneurship in Buaran Village Affected by the COVID-19 Pandemic can run well. The knowledge gained in community service this time is expected to be able to provide new enthusiasm for us in conveying material and motivation as well as contributing to UMKM, for the progress of their business.

Keywords: Motivation, UMKM, Management, Human Resource, Covid 19

PENDAHULUAN

Dalam dunia motivasi keadaan saat ini (Pandemi Covid 19) adalah ujian mental dan spiritual, selalu ada 2 kelompok menghadapi setiap tekanan yaitu menyerah kalah dan kedua adalah naik ke permukaan. Dalam teori motivasi *One Minute Awareness* digambarkan seperti permainan jungkat jangkit, ketika sebelah kanan ditekan kebawah justru sebelah kiri akan naik, hal

ini senada dengan Teori Cahaya Snell yang mengatakan bahwa sudut pantul akan sejajar dengan sudut datang ketika landasannya datar, akan tetapi ketika landasannya pecah dan rusak akan berbeda hasilnya. Hal ini menunjukkan bahwa dalam dunia motivasi bukan beban berat yang terpenting namun seberapa kuat kesadaran hati kita terhadap masalah tersebut.

Dunia UMKM juga akhirnya terbagi dalam 2 bagian, pertama adalah mereka yang menemukan "One Minute Awareness" yang justru menemukan "meaning" dalam penjualan dan memperbaiki kualitas SDMnya dengan fasilitas virtual yang ada, sementara UMKM yang lainnya justru menemukan gagal focus dan gagal membuat strategi baru sehingga tenggelam oleh tekanan Covid 19, hal yang sering kita temui adalah pandangan yang seringkali bertolak belakang, disisi lain ada UMKM yang semakin melejit dan yang lainnya justru menyerah kalah. Dari data yang didapatkan adanya BI meluncurkan hasil riset kepada UMKM dan hasilnya adalah 87,5 % UMKM berdampak langsung Covid 19, sementara 12,5 % yang kebal terhadap dampak Covid 19 ini, hal ini menunjukkan bahwa rata-rata UMKM belum siap menghadapi pandemi yang belum selesai ini, salah satunya adalah UMKM yang berada di Wilayah Tangerang Selatan.

Program ini juga melibatkan organisasi Ikatan pengusaha Muslimah (IPEMI) Kota Tangsel dan Lembaga pelatihan Rumah Kesadaran Tangsel. Dengan harapan para peserta kegiatan ini berani melakukan terobosan untuk berwirausaha kembali dengan mengaktifkan sumber daya yang ada. Kami merasa perlu mengajukan hal ini karena di dalam SDM salah satu fungsi SDM adalah memberikan pelatihan dan bimbingan sehingga melahirkan semangat, memecahkan permasalahan, melahirkan inovasi baru. Ikatan \ Melihat dampak pandemi di Kota Tangsel yang terlalu banyak membuat IPEMI merasa perlu memberikan solusi kepada UMKM untuk memiliki mental positif dengan memiliki "spirituality" dan "skill of life". Sementara Rumah Kesadaran adalah lembaga pelatihan SDM yang sudah terbukti membangkitkan SDM di atas rata-rata, dampak pandemi ini membuat SDM memiliki banyak terapi bisnis dan mental kepada UMKM untuk fokus kepada kualitas diri dengan memiliki CV yaitu *Character* dan *Value*. Dalam pandangan Rumah Kesadaran untuk membangkitkan SDM dibutuhkan keduanya, inilah yang dibutuhkan untuk membangkitkan UMKM yang sedang merasakan dampak langsung dari pandemi Covid-19.

Salah satu pengertian dari motivasi ialah dorongan psikologis yang dapat memberikan dorongan pada seseorang untuk melakukan sesuatu hal demi mencapai tujuan tertentu. Setiap insan memiliki tingkatan atau kadar motivasi yang berbeda-beda adanya.

David Clarence McClelland (1917-1998) pernah menyampaikan sendiri di dalam bukunya "The Achieving Society", terdapat tiga jenis motivasi, ialah motivasi untuk berprestasi, motivasi untuk berkuasa dan

motivasi untuk berafiliasi atau bersahabat. Kemauan seorang insan untuk melakukan sesuatu bukan hanya berdasar pada multi faktor eksternal seperti imbalan atau pujian, melainkan muncul karena seseorang benar-benar ingin melakukan suatu tindakan. Apabila tidak adanya dorongan dari luar sekalipun, ia akan tetap terus berusaha dan melangkah untuk berjuang demi mencapai tujuan yang diinginkan.

METODE

Melihat permasalahan yang dihadapi maka langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini maka diadakan pendekatan kepada instansi terkait yaitu masyarakat dan pelaku UMKM melalui pelatihan motivasi bersama Founder dari Yayasan Rumah Kesadaran Indonesia yaitu Bapak Nanang Qosim Yusuf. Bertujuan untuk meningkatkan motivasi, kemampuan wirausaha dan pendapatan masyarakat yang berdampak \pandemi pada Kelurahan Buaran, Tangerang Selatan.

Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Di Rumah



Kesadaran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bisnis kunci suksesnya adalah manajemen diri (*believe system*) dan *Support System*, inilah yang dilakukan oleh Kolonel Sanders dengan KFC-nya, selain dirinya memiliki kepribadian yang hebat namun juga memiliki "P+S" yaitu *People* dan *Support system* yang hebat. Aturan main yang jelas dan bisa di "duplikasi" oleh timnya, sebuah bisnis yang akan mati ketika hanya dirinya yang bisa dan tidak bisa di turunkan oleh orang lain. Kunci dari semuanya adalah 3 manajemen yang penting yaitu Manajemen keuangan, SDM dan Pemasaran, ketiganya adalah ujung tombak dari kesuksesan sebuah bisnis, apakah dalam situasi pandemi atau

bukan tetap ketiganya sama-sama dibutuhkan.



Gambar 2. Panitia Utama PKM MSDM 1

Dilakukan penandatanganan MOU 3 lembaga yaitu Unpam, PKK dan Rumah Kesadaran, ketiganya menjadi mitra strategis dalam rangka membangunkan potensi hebat dan sumber daya yang ada di Kota Tangsel, salah satunya adalah kontribusi mahasiswa Magister Manajemen Universitas Pamulang.

Acara dimulai pukul 09.00 oleh 2 pembawa acara, yang dibawakan oleh Kak Quliah Alfendah dan Mas Tri Widagdo, acara dihadiri oleh 20 dari perwakilan IPEMI dan PKK Tangerang Selatan. Pada kegiatan tersebut

disponsori oleh produk kecantikan JAFRA dan Tokosayur.co serta pemberian buku oleh Pak Nanang Qosim (Naqoy) tentang Wirausaha karya NAQOY CENTER berjudul "Jejak Makna dari nol menjadi pengusaha mulia, sebuah contoh sukses dari pengusaha asal minang bernama Barizal Koto". Hal tersebut membuat seluruh peserta antusias dalam mengikuti kegiatan tersebut

Sambutan pertama dari Ketua panitia PKM Muhammad Syahid Kadir, kemudian dilanjutkan oleh Ketua PKK Kota Tangsel yang melakukan sambutan adalah Ibu Hj. Tini Benyamin Davnie hari Tangsel yang merupakan istri dari Walikota Tangerang Selatan. Selain memberikan pengalaman memimpin organisasi, beliau juga menceritakan kiat-kiat menjadi pribadi yang, pesannya adalah jika ingin sukses kita harus siap melawan rasa nyaman dan berani melawan ketakutan diri sendiri. Sebagai istri dari Walikota Tangerang Selatan dirinya tidak hanya memilih rasa nyaman saja namun berhasil menjadi teladan yang hebat bagi putra putrinya. Kisah yang diceritakan memberikan pengaruh positif kepada seluruh peserta dan mahasiswa S2 Magister Manajemen UNPAM.

Situasi pandemi ini melatih para UMKM untuk berani melakukan 'Reset dan

Restart' bisnis kembali, membuat pertanyaan sedalam mungkin, mengambil istilah Elon Mask adalah "First principal Thinking" mereduksi bagaimana cara berpikir kita sendiri tentang bisnis yang sedang dikerjakan, melakukan "RESET" bagaikan sebuah HP yang lambat beroperasi sehingga harus di reset ulang sehingga memiliki kecepatan yang prima.



Gambar 3. Sambutan Ibu Tini Benyamin Davnie pada kegiatan PKM

Sebuah bisnis juga serupa, keberanian melakukan Reset adalah jalan sukses baru menghadapi Pandemi Covid 19. Ketujuh "Re" ini menjadi kekuatan Sumber Daya Manusia agar manusia lebih efektif dan menjadi di atas rata-rata. Para pelaku UMKM terkadang merasa berhenti ditempat dan menemukan jalan buntu ketika menghadapi tekanan yang tidak ada ujungnya seperti pandemi Covid 19.

Gambar 4. Mahasiswa, Dosen Pendamping



beserta Peserta dari IPEMI & PKK Tangerang Selatan

Kegiatan PKM ditutup dengan doa oleh Mas Ichwan Putra sebagai wujud rasa syukur telah berjalannya kegiatan dengan lancar. Selanjutnya dilakukan foto bersama dengan para peserta yang antusias. Kini rasa letih, lelah dan serius memikirkan persiapan PKM terbayar sudah dengan keberhasilan PKM yang luar biasa atas kerjasama para pihak yaitu IPEMI, PKK dan Rumah Kesadaran.

PENUTUP

KESIMPULAN DAN SARAN

Motivasi dapat yang terbentuk dari multi sumber, yaitu dari diri sendiri dan lingkungan, dan dapat juga hadir melalui faktor internal dan faktor eksternal. Motivasi adalah kekuatan terbesar yang dapat hadir bagi setiap insan dari dalam hatinya. Kemauan untuk melakukan sesuatu bukan hanya berdasar pada faktor eksternal seperti imbalan atau pujian, namun motivasi dalam hati yang terdalam dapat muncul karena seseorang benar-benar ingin melakukan suatu tindakan. Tanpa adanya dorongan dari luar sekalipun, ia akan tetap terus berusaha demi mencapai tujuan yang diinginkan.

Manfaatnya yaitu dengan diadakannya pelatihan ini ialah untuk membangkitkan motivasi pelaku UMKM menuu terwujudnya pelaku UMKM yang kreatif dan terampil, meningkatkan pendapatan UMKM sehingga terciptanya kesejahteraan, meningkatkan keinginan berinovasi dalam mencari peluang baru serta meningkatkan rasa optimis dan berdaya saing tinggi di masa pandemi Covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Bank Indonesia 2021. "Krisis Kemanusiaan Covid-19 dan Implikasinya Pada Tatanan Perekonomian Global", diakses dari https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Documents/3_LPI2020_BAB1.pdf
- Bisnis Indonesia. 2020. "Sektor UMKM jadi Kunci Pemulihan Ekonomi di Tengah Pandemi", diakses dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20201012/9/1303691/sektor-umkm-jadi-kunci-pemulihan-ekonomi-di-tengah-pandemi>
- Cleveland Clinic. 2020. "Managing Seasonal Depression During the Pandemic", diakses dari <https://newsroom.clevelandclinic.org/2020/10/09/managing-seasonal-depression-during-the-pandemic/>
- Effendy, A. A., et al. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 702-714.
- Haryadi, R. N., et al (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3>
- Hasibuan, S.P Malayu .2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara
- IPEMI 2011. "Tentang IPEMI" diakses dari <http://etheses.iainkediri.ac.id/1242/3/931316514-BAB%20II.pdf>
- Kompas. 2015. "Tahun 2020, Volume Bisnis E-Commerce di Indonesia Mencapai USD 130 Miliar", diakses dari <https://biz.kompas.com/read/2015/11/20/101500128/Tahun.2020.Volume.Bisnis.E-commerce.di.Indonesia.Mencapai.USD.130.Miliar>.
- Pemdes Karangraja. 2020. "PKK Pengertian, Tujuan, Sasaran, dan Program. <https://www.pemdeskarangraja.com/pkk-pengertian-tujuan-sasaran-dan-program>
- Sutrisno, Edy. 2016. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Kencana: Prenadamedia Group.

SOSIALISASI PENGARUH SOSIAL MEDIA TERHADAP PENDIDIKAN AKHLAK ANAK

^{1*}Muhammad Daffa Saefudin, ²Indra Cahya Firdaus, ³Imam Sholikhin, ⁴Ivan Syah Putra,
⁵Khikmatul Maulidah

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*daffasaefudin1780@gmail.com](mailto:daffasaefudin1780@gmail.com)

Abstrak

Pelaksanaan kegiatan ini terkait dengan penerapan ilmu pengetahuan, perkembangan jejaring sosial membawa banyak pengaruh baik dan buruk yang jarang diketahui oleh anak-anak. Sosialisasi ini mengajarkan tentang pengaruh media sosial, agar anak-anak paham cara menggunakan media sosial. Dengan menggunakan metode sosialisasi, sosialisasi ini memberikan edukasi dan pengenalan terhadap media sosial yang sedang viral saat ini, pelaksanaan sosialisasi ini dapat menimbulkan argumentasi bahwa masih banyak generasi muda yang belum mengetahui bahaya jejaring sosial. dan cara menggunakan jejaring sosial.

Kata Kunci: Media Sosial, Pengaruh Sosial Media

Abstract

Implementation of activities related to the application of science, the development of social networks, good and bad influences that are rarely known by children. This socialization teaches about the influence of social media, so that children understand how to use social media. By using the socialization method, this socialization provides education and introduction to social media that is currently viral, the implementation of this socialization can lead to the argument that there are still many young people who do not know the dangers of social networking. and how to use social networks.

Keywords: Social Media, Social Media Influence

PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial ini tentu saja membawa banyak dampak, baik itu dampak positif maupun negatif terhadap anak pada usia remaja, terlebih lagi akhlak anak. Adapun dampak positif media sosial jika dikaitkan dengan akhlak anak banyak sekali memberikan manfaat diantaranya "Sarana belajar beradaptasi dan bersosialisasi dengan publik. Serta memotivasi untuk terus belajar mengembangkan diri, menghubungkan dan menjaga tali persaudaraan dengan keluarga serta teman, serta mudah mencari berbagai informasi dan materi pembelajaran dan tugas sekolah (Mahar Prastiwi, 2021)." Selain itu, dalam sebuah karya ilmiah jenis penelitian, Dalam penggunaan media sosial Youtube dapat mempengaruhi perkembangan kecerdasan intelektual (IQ), kecerdasan emosional (EQ), kecerdasan spiritual (SQ) dan sosial pada anak-anak. Dari hasil penelitian untuk pengaruh media sosial YouTube pada kecerdasan intelektual

(IQ) menunjukkan bahwa teknologi informasi khususnya YouTube memiliki pengaruh yang kurang baik untuk kecerdasan intelektual anak (Palupi, 2020).

Beberapa jenis media sosial yang pada umumnya dimiliki masyarakat Indonesia adalah Facebook, Twitter, Instagram, hingga TikTok. Hampir semua masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan memiliki media sosial bahkan lebih dari satu. "Demikian cepatnya orang bisa mengakses media sosial mengakibatkan terjadinya fenomena besar terhadap arus informasi tidak hanya di negara-negara maju, tetapi juga di Indonesia. Karena kecepatannya media sosial juga mulai tampak menggantikan peranan media massa konvensional dalam menyebarkan berita-berita (Winda Fronika, 2019)". Media sosial memainkan peran penting dalam berkomunikasi dan menerima informasi di era globalisasi. Masyarakat harus mewaspadaai penggunaan media sosial, karena jejak digital sulit dihapus. Edukasi

tentang menjaga sikap di media sosial menjadi penting mengingat risiko serius yang dicakup oleh UU tersebut. "Hubungan komunikasi yang dilakukan di media sosial memiliki sisi negatif, mulai dari berkurangnya intensitas komunikasi yang dilakukan oleh orang tua dan anak, sesama pasangan sampai dengan tindakan kriminal dan kejahatan dapat ditimbulkan dari kegiatan berkomunikasi di media sosial. Sisi negatif dari kegiatan komunikasi melalui media sosial yang sudah di jelaskan diatas adalah berkurangnya intensitas komunikasi tatap muka langsung yang dilakukan oleh orang tua dan anak. Orang tua sangat terbuai dengan dunia baru mereka yang difasilitasi oleh media sosial (Marlina, 2018)."

Di Indonesia hal tersebut diatur dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008, tentang informasi dan transaksi elektronik. Masyarakat diharapkan tidak sembarangan dalam mengunggah sesuatu ke media sosial, karena adanya hukuman sebagai konsekuensi. Selain itu banyak terjadi kasus ujaran kebencian, kabar hoaks, dan hal negatif lain, akibat dari masyarakat yang tidak bijak dalam menggunakan media sosial. Dalam sebuah karya ilmiah jenis penelitian, Diperoleh 18.8% diantaranya lebih cenderung masuk ke dalam Harrasement, yang mana nilai ini merupakan frekuensi yang paling tinggi dari aspek yang lain (Utami & Baiti, 2018). Untuk anak di bawah umur, pengawasan orang tua diperlukan ketika anak-anak menggunakan jejaring sosial. Oleh karena itu, pengawasan dan bimbingan sangat penting ketika membaca media sosial untuk anak di bawah umur.

Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk menjelaskan pengertian jejaring sosial dan internet, dampak penggunaan jejaring sosial dan cara penggunaan jejaring sosial secara benar dan benar bagi masyarakat. Manfaat bagi mahasiswa dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk mengasah kreativitas, mengembangkan keterampilan dan berkomunikasi serta mengungkapkan ide, mendapatkan pengalaman dan dapat memperluas koneksi. . Keuntungan lain berkontribusi untuk membangun wilayah lokal berkat ide-ide inovatif mereka.

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian masyarakat ini menggunakan metode sosialisasi dan memiliki sasaran utama yaitu Anak-Anak Rumah Pintar Yatim & Dhuafa Al-Ikhlas Tangerang Raya dengan jumlah peserta 12 orang dengan rentang usia 9-16 tahun. Kegiatan dilaksanakan pada hari Rabu, 06 Oktober 2021 pukul 13.00 WIB sampai dengan 16.00 WIB dengan mengangkat tema "Sosialisasi Pengaruh Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak". Metode pengumpulan data ini dilakukan dengan cara interview dengan pengurus dari Rumah Pintar Yatim & Dhuafa Al-Ikhlas. Kegiatan sosialisasi berisi antara lain sambutan, penjelasan materi, dan games berupa tanya jawab. Terkait dengan adanya pandemi Covid-19 maka kegiatan ini dilakukan dengan protokol kesehatan yang sebagaimana ditetapkan oleh pemerintah

Protokol kesehatan ini merupakan metode yang menjadi kunci penting dalam pencegahan penyebaran COVID-19. Mengingat himbauan pemerintah terkait COVID-19 pelaksanaan PKM ini dilaksanakan secara aturan pemerintah seperti 3M yaitu Mencuci tangan, Memakai masker, dan Menjaga jarak. Selain itu, agar suasana PKM menjadi aktif tetapi tetap kondusif, kelompok kami menyiapkan kuis game /pertanyaan di setiap selesai menyampaikan materi. Dan yang berhasil menjawab mendapatkan hadiah berupa kado yang sudah dibuat oleh tim PKM. Metode ini kami pilih agar para audiens atau pendengar lebih memperhatikan apa yang sedang disampaikan oleh pemateri, untuk mencapai tujuan kami membangun generasi yang beretika ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini memberikan edukasi dan pengenalan tentang Media Sosial yang populer dan dimanfaatkan secara massif pada saat ini, kasus-kasus kecanduan Internet dan media sosial serta materi tentang dampak positif dan negatif media sosial. Anak-anak Rumah Pintar Yatim & Dhuafa Al-Ikhlas Tangerang Raya sangat tertarik dalam mengikuti kegiatan PKM ini. Hal ini tampak dari semangat mereka dalam mengikuti kegiatan sampai akhir acara dan cukup aktif dalam sesi kuis dan pertanyaan.

Yang berhasil menjawab mendapatkan hadiah berupa kado.



Gambar 1. Sambutan dari ketua PKM



Gambar 2. Foto bersama kelompok



Gambar 3. Penjelasan materi untuk anak-anak



Gambar 4. Games

Generasi muda era sekarang membutuhkan pemahaman yang baik dan beraktivitas yang serba cepat dan ini menuntut mereka tidak lepas dari perkembangan teknologi. Literasi digital juga bertujuan meningkatkan kemampuan membaca, menganalisis dan menggunakan media sosial. Program pengabdian masyarakat ini memiliki sasaran utama yaitu Anak-Anak Rumah Pintar Yatim & Dhuafa Al-Ikhlis Tangerang Raya dengan jumlah peserta 12 orang dengan rentang usia 9-16 tahun. Kegiatan dilaksanakan pada hari Rabu, 06 Oktober 2021 pukul 13.00 WIB sampai dengan 16.00 WIB dengan mengangkat tema "Sosialisasi Pengaruh Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak".

Materi pembelajaran yang dibawakan pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini yaitu tentang pengenalan Media Sosial, pengaruh pada anak terutama akhlak anak. Tahap ini bertujuan sebagai gambaran awal dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat serta meningkatkan pengetahuan anak-anak usia Sekolah Menengah lebih menyadari bahwa bermedia sosial harus yang positif dan bijak dalam penggunaannya. Situasi saat ini, perkembangan teknologi yang begitu pesat menuntut semua pihak agar lebih peduli dengan informasi.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan yang dapat kita tarik dari pelaksanaan kegiatan PKM yang dilakukan oleh kelompok kami adalah bahwa masih banyak generasi milenial yang tidak mengetahui bahaya media sosial dan bagaimana penggunaan media sosial secara positif. Kegiatan PKM ini berjalan lancar dan mendapat sambutan hangat dari audiens yang telah berpartisipasi. Harapan kami dengan pengabdian ini yaitu meningkatnya pengetahuan tentang media sosial. Jangan sampai para generasi muda lebih memilih dunia maya dari pada dunia nyata, media sosial memiliki banyak hal baik tetapi juga banyak hal buruk yang harus dihindari. Media sosial adalah cerminan diri kita, jangan menjadi sesuatu yang merasa sok dan yang terpenting kita perlu memahami dan memahami status persaingan kita saat berinteraksi di media sosial. Tujuan

utamanya satu yaitu untuk masa depan bangsa yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahidin, U., et al. (2021) The Role Of E-Loyalty, E-Crm And E-Marketing On Customer Loyalty And Marketing Performance: An Empirical Study In Indonesian Manufactures. *Turkish Journal of Physiotherapy and Rehabilitation*, 32, 3.
- Marlina, M. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Intensitas Hubungan Komunikasi Orang Tua Dan Anak Usia Dini. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 1(1).
- Palupi, I. D. R. (2020). Pengaruh Media Sosial Pada Perkembangan Kecerdasan Anak Usia Dini. *Journal Edukasi Informal*.
- Prastiwi, M. (2021). Siswa SMP, Ini 12 Dampak Positif Gunakan Media Sosial. <https://edukasi.kompas.com/read/2021/05/16/182724371/siswa-smp-ini-12-dampak-positif-gunakan-media-sosial?page=all>
- Utami, A. S. F., & Baiti, N. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Cyberbullying Pada Kalangan Remaja. *Cakrawala - Jurnal Humaniora*, 18(2), 257-262.
- Winda Fronika. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap Remaja. *Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang Email*.

PENERAPAN INTUITIVE BASED MARKETING PADA SUMBER DAYA PETANI TANAMAN HIAS DALAM MENINGKATKAN KEUNTUNGAN DAN KESEJAHTERAAN PETANI TANAMAN HIAS DI DESA BOJONGSARI BARU KOTA DEPOK

^{1*}Yayan Sudaryana, ²Tika Dian Pangastuti, ³Timra Madana Pitri, ⁴Tumpak O.P Sianturi

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[1*dosen00497@unpam.ac.id](mailto:dosen00497@unpam.ac.id), [2*tikapangastuti23@gmail.com](mailto:tikapangastuti23@gmail.com), [3*timramadanaputri@gmail.com](mailto:timramadanaputri@gmail.com),

[4tops0411@gmail.com](mailto:tops0411@gmail.com)

Abstrak

Pengabdian ini berjudul Penerapan Intuitive Based Marketing pada sumber daya petani tanaman hias dalam meningkatkan keuntungan dan kesejahteraan petani tanaman hias di Desa Bojong Sari Baru Kota Depok. Tujuan umum dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan pemahaman secara praktis terhadap mahasiswa mengenai pentingnya mengembangkan kemampuan bisnis dengan menerapkan kecerdasan emosional dan kreativitas melalui usaha bertani tanaman hias yang memiliki nilai ekonomis yang cukup tinggi. Metode yang digunakan adalah metode partisipasi interaktif dan penyampaian materi secara langsung serta simulasi dan diskusi mengenai manajemen, pengelolaan, pemasaran produk dan penerapan MSDM dalam pengembangan intuisi berbasis marketing yang berdampak pada kesejahteraan masyarakat. Kesimpulan dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah bahwa dilakukan pemetaan serta menentukan keterampilan pengembangan SDM yang mendukung penerapan intuisi pemasaran yang dilakukan berdasarkan penelitian dan pengamatan objek dalam upaya meningkatkan keuntungan dan kesejahteraan petani tanaman hias di desa Bojong Sari Baru Kota Depok.

Kata Kunci: Manajemen, Sumber Daya Manusia, Intuitive Based Marketing, Keuntungan, Kesejahteraan

Abstract

This service is entitled Application of Intuitive Based Marketing on ornamental plant farmer resources in increasing the profits and welfare of ornamental plant farmers in Bojong Sari Baru Village, Depok City. The general purpose of this community service activity is to provide practical understanding to students about the importance of developing business skills by applying emotional intelligence and creativity through ornamental plant farming which has a fairly high economic value. The method used is the method of interactive participation and direct delivery of material as well as simulations and discussions on management, management, product marketing and the application of HRM in the development of marketing-based intuition that has an impact on the welfare of the community. The conclusion of this community service is that mapping and determining HR development skills that support the application of marketing intuition are carried out based on research and object observations in an effort to increase the profits and welfare of ornamental plant farmers in the village of Bojong Sari Baru, Depok City.

Keywords: Management, Human Resources, Intuitive Based Marketing, Profit, Well-Being

PENDAHULUAN

Pandemi covid-19 membuat masyarakat mulai mendorong masyarakat untuk memiliki aneka hobi baru yang bisa dilakukan di rumah, salah satunya yaitu dengan mengembangkan hobi bercocok tanam dengan menanam berbagai tanaman hias. Beberapa penjual tanaman hias, mengaku saat pandemi omzet penjualannya mengalami peningkatan sebesar 300 persen. Hal ini dibuktikan dengan angka penjualan yang terus meningkat selama periode 2020-

2021. Adapun tanaman yang menjadi primadona antara lain seperti tanaman janda bolong (*Monstera adansonii*) yang angka penjualannya cukup tinggi dan sejumlah tanaman hias lainnya seperti aglonema dan caladium. Hasil dari menjual tanaman hias tersebut diakuinya dapat menyokong perekonomian keluarga di tengah pandemi covid-19.

Salah satu pembeli tanaman hias, Sumarno mengaku semenjak pandemi covid-19, menjadi lebih giat menanam tanaman

hias. Sudah tiga bulan terakhir dirinya membeli tanaman hias untuk mengisi waktu selama di rumah saja. Selain itu ditinjau dari rata-rata penjual tanaman hias, mereka hanya berlaku sebagai penjual tanaman hias musiman selama pandemi Covid 19. Pedagang tanaman hias dalam memasarkan produk-produknya hanya mengandalkan intuisi dalam menjalankan usaha mereka. Karena rata-rata pada umumnya mereka adalah pelaku usaha baru. Walaupun dalam memasarkan produk hanya mengandalkan intuisi, Namun usaha mereka selama pandemi boleh dikatakan berhasil bahkan bisa menutupi beberapa penurunan pendapatan yang diakibatkan oleh pandemi ini.

Masalah tidak adanya pengetahuan yang baku akan bagaimana Intuitive Based Marketing dalam implementasinya dan kurangnya akan bahan pustaka yang menjelaskan secara terperinci tentang bagaimana intuisi dapat mempengaruhi pemasaran tersebut, itu yang membuat pengembangan sumber daya manusia yang memiliki intuisi baik akan mengalami hambatan khususnya sumber daya manusia yang akan berdampak pada penjualan tanaman hias, Padahal jika dikaji lebih mendalam metode ini sangat baik dan dapat diterapkan di masa mendatang khususnya dalam pengembangan penjualan dan meningkatkan keuntungan.

METODE PELAKSANAAN

Kami melakukan persiapan segala hal yang terkait dengan materi, bahan dan alat sesuai dengan tema secara baik. Hasil persiapan tersebut dimaksudkan agar materi tersampaikan dengan mudah dimengerti serta dipahami oleh Kelompok tani tanaman hias di Kelurahan Bojong Sari Baru Kota Depok. Untuk melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat ini, prosedur kerjanya sebagai berikut;

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan yang dilakukan meliputi;

a. Survei awal

Pada tahap ini dilakukan survei lokasi di Jl POR Pelita Jaya RT 003/006 Kelurahan Bojong Sari Baru,

Kecamatan Bojongsari Kota Depok

b. Observasi

Setelah survei maka ditentukan pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan agar kegiatan ini berjalan sesuai dengan target yang ada.

c. Rapat Koordinasi Tim Pada tahap ini rapat mengenai pembagian tugas, membuat jadwal pelaksanaan, mulai dari persiapan, pelaksanaan, sampai evaluasi dan penyusunan laporan

Adapun Persiapan pelaksanaan kegiatan yaitu:

a. Berkoordinasi dengan penanggung jawab kelompok tani, dengan melakukan visitasi langsung ke workshop tanaman hias.

b. Menentukan jadwal bersama untuk melakukan pengabdian masyarakat

c. Membuat penyusunan program materi diskusi interaktif

d. Melakukan pencatatan yang berkaitan dengan hasil diskusi mahasiswa dengan kelompok tani

e. Melaksanakan kegiatan yang telah ditetapkan dalam jadwal

f. Menyusun laporan kegiatan pengabdian masyarakat

2. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan penilaian setelah rangkaian kegiatan dilakukan oleh pelaksana sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Evaluasi ini bisa berupa perbaikan atau saran untuk pelaksanaan kegiatan lebih baik lagi dan kelanjutan menjadi binaan kampus

HASIL DAN PEMBAHASAN

Warga Jl POR Pelita Kelurahan Bojong Sari Kota Depok tidak asing dengan kegiatan bercocok tanam yang tentulah profesional dan memiliki kemampuan untuk menangkap permasalahan yang terjadi pada daerah mereka. Mengingat cukup besar potensi warga dalam membudidayakan pertanian khususnya tanaman hias diperlukan suatu upaya untuk meningkatkan pengetahuan warga tersebut



Gambar 1. Melakukan observasi awal mengenai kelompok tani tanaman hias

Rangkaian dalam kegiatan ini didahului dengan peninjauan ke lokasi workshop budidaya tanaman hias yang diikuti para peserta kegiatan. Penyampaian materi ini diperlukan guna menyegarkan kembali ingatan para mahasiswa terhadap cara pengembangan tanaman hias.



Gambar 2. Peninjauan Mahasiswa ke lokasi Budidaya Tanaman Hias

kegiatan masyarakat adalah seluruh mahasiswa melibatkan Dosen sebagai narasumber yang menjembatani diskusi mahasiswa dengan kelompok Tani dalam menjabarkan fungsi marketing berbasis intuisi dan keterampilan mengolah suatu produk tanaman.



Gambar 3. Pemaparan materi mahasiswa dan diskusi Interaktif

Setelah dilakukan peninjauan workshop tanaman hias, Mahasiswa mulai diskusi interaktif dengan didahului pemaparan materi masing-masing kelompok, Hal ini bertujuan untuk menyapa para petani tanaman hias dan mengajak petani berdiskusi interaktif secara langsung bagaimana pola pemasaran tanaman hias, berikut cara merawatnya, dan menggerakkan sumber daya manusia kelompok tani untuk andil dalam menanam tanaman hias. Sehingga mahasiswa lebih banyak belajar secara live-in kepada para petani yang sudah berpengalaman tersebut.

Tahapan selanjutnya dari proses pelaksanaan kegiatan pada pengabdian



Gambar 4. Pelibatan Dosen sebagai fasilitator diskusi interaktif mahasiswa dengan petani tanaman hias

Hasil evaluasi menunjukkan antusiasme peserta diskusi yang sangat baik. Hal ini dapat dilihat dari keaktifan peserta yakni kelompok tani dan mahasiswa dalam memberikan umpan balik ketika materi sedang berlangsung serta ketertarikan mahasiswa untuk mencoba menerapkan pola bisnis yang berdasarkan potensi suatu wilayah tertentu dengan memanfaatkan jaringan-jaringan yang sudah dibangun.

Bagi para Mahasiswa, kegiatan ini merupakan bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu pengabdian kepada masyarakat. Mahasiswa sebagai salah satu komponen strategis bangsa juga memiliki peran dalam meningkatkan kualitas pendidikan nantinya, keterampilan warga di tanah air. Selain penelitian yang dilakukan

oleh mahasiswa tersebut, aplikasi dari penelitian tersebut berupa kegiatan dalam bentuk pengabdian masyarakat. Selain itu, dampak lainnya yang di dapat dari kegiatan ini bagi para mahasiswa adalah juga sebagai wujud dan peran serta dengan membawa nama Universitas Pamulang ke tengah-tengah masyarakat agar semakin dikenal dan dirasakan manfaatnya. Salah satu strategi dalam memperkenalkan institusi bagi dunia luar kampus adalah dengan melalui kegiatan pengabdian masyarakat, karena kegiatan ini langsung berhadapan dengan masyarakat sasaran.



Gambar 5 Dokumentasi mahasiswa dengan kelompok tani tanaman hias

Bagi para petani, dampak yang dirasakan adalah diperolehnya kembali pengetahuan yang sudah terlupa. Model diskusi yang dilakukan mahasiswa kepada para peserta menjadikan petani bukan sebagai bawahan, akan tetapi sebagai rekan sejawat yang dalam aplikasinya sangat mudah untuk diterima oleh para Mahasiswa. Dari hasil diskusi interkatif dalam bentuk tanya jawab kepada para petani tanaman hias, didapat bahwa mereka sangat senang dengan pola kunjungan partisipasi seperti ini. Ilmu yang mereka dapat langsung diaplikasikan, Sehingga dalam mengaplikasikan ilmu sangat tinggi. Harapan para petani adalah kegiatan ini tetap berlangsung secara berkesinambungan, bahkan mereka berpesan agar pintu diskusi dapat tetap dibuka kapanpun dan dimanapun, sehingga ada wadah untuk pembelajaran bersama dan dalam upaya mengupgrade perkembangan informasi di setiap waktu.

KESIMPULAN

Catatan penting selama kegiatan ini berlangsung adalah respon yang sangat baik dari para peserta, baik dari kalangan mahasiswa maupun kelompok tani. Warga kelompok tani tanaman hias merasa sangat terbantu dengan adanya kegiatan ini. Dan tentu saja hal ini bukan hanya menambah pengetahuan mereka tetapi juga dapat memberikan ide untuk memulai bisnis yang menghasilkan keuntungan cukup menggiurkan dengan pemanfaatan sumber daya manusia yang produktif dan efisien. Dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat dalam budidaya tanaman hias dapat menambah pengetahuan dan memberikan ide yang menghasilkan keuntungan bisnis sebagai solusi untuk tetap berkarya dan meningkatkan stabilitas ekonomi ditengah pandemi covid-19.

SARAN

- Mendorong alokasi dana desa tidak selalu digunakan untuk pembangunan infrastruktur saja, tetapi juga dapat dialokasikan untuk pengembangan ushaa mandiri yang didirikan oleh masyarakat khususnya pengembangan tanaman hias untuk pengembangan potensi daerah lanjutan.
- Agar seluruh elemen desa dapat bekerjasama dalam mengembangkan komoditas penjualan tanaman hias khususnya di Desa Bojongsari Baru Kecamatan Bojong Sari Kota Depok Jawa Barat.

Agar para petani tanaman hias mendapatkan perhatian yang lebih oleh pemerintah maka harus dibuat kelompok – kelompok tani yang lebih terorganisir

DAFTAR PUSTAKA

- Asc. Prof. Dr. Watson, M.Hum, Filsafat ilmu dan logika. Oktober: 2019 hlm 53-54
- Badan Pusat Statistik. (2019). Statistik Tanaman Hias Indonesia 2018. Badan Pusat Statistik, Jakarta. 101 hal.
- Balai Penelitian Tanaman Hias. (2012). "Mengenal Tanaman Hias dan Budidayanya", <http://balithi.litbang.pertanian.go.id/berita-251-mengenal-tanaman-hias-dan-budidayanya.html>, diakses pada 28 November 2020 pukul 16.00

- Hermawan Kartajaya. *Marketing Klasik Indonesia*. Mizan & Mark Plus Company. 2006
- Horti Indonesia. (2020). "Kantongi US\$ 22 Ribu, Kementan Yakini Ekspor Benih Tanaman Hias Tetap Langgeng", <https://hortiindonesia.com/berita/>, diakses pada 28 November 2020 pukul 14.00.
- Irawan, Li. (2019). "Menerapkan Pembukuan Hasil Usaha Tanaman Hias", <https://sumberbelajar.seamolec.org/>, diakses pada 22 November 2020 pukul 21.43.
- Lakamisi, Haryati. 2010. Prospek Agribisnis Tanaman Hias dalam Pot (Potplant) . *Jurnal Ilmiah agribisnis dan Perikanan (agrikan UMMU-Ternate) Volume 3 Edisi 2* Restuati, Martina dkk. 2017.
- Lukito AM. 1998. *Rekayasa Pembungaan Krisan dan Bunga Lain*. Trubus, no 48
- Mita Noveria, *Fenomena Urbanisasi Dan Kebijakan Penyediaan Perumahan Dan Permukiman Di Perkotaan Indonesia*, Edisi XXXVI/No.2/2010,
- Patrick C. Wauran, *Pembangunan Ekonomi dan Keuangan Daerah (PEKD)*, Volume 7 No.3 Edisi Oktober 2012
- Restuati, Martina dkk. 2017. Pengembangan Budidaya Hortikultura Tanaman Hias di Desa Suka Meriah Siosar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol 23 (3), p-ISSN: 0852-2715 | eISSN: 2502-7220
- Sanjaya L. 1996. *Krisan Bunga Potong dan tanaman Pot yang Menawan*. *Jurnal Litbang Pertanian*.
- Setiawati, N. P. A., et al. (2021). Effect of Technology Acceptance Factors, Website Service Quality and Specific Holdup Cost on Customer Loyalty: A Study in Marketing Departement of Packaging Industry. *Annals of the Romanian Society for Cell Biology*, 12685-12697.

MEMBANGUN MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN BAGI SANTRI DI YAYASAN RUMAH QUR'AN ASKAF BERSINERGI

¹Dicky Sundawa Firdaus, ²Sobri, ³Gadis Ayu Ningtias, ⁴Holi Ismalia, ⁵Dwi Suprapti, ⁶Ana Septia Rahman

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*dosen01709@unpam.ac.id](mailto:dosen01709@unpam.ac.id)

Abstrak

Tujuan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Mahasiswa ini adalah untuk membangun motivasi berwirausaha terhadap para anak didik/santri di Yayasan Rumah Qur'an Askaf Bersinergi, yang beralamat di Pondok Benda, Kec Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15416. Adapun metode yang digunakan pada kegiatan ini adalah mendatangi Yayasan tersebut dan memberikan materi secara komunikasi verbal dan diskusi, yang berisi tentang bagaimana cara untuk membangun motivasi kewirausahaan bagi para santri. Hasil dari kegiatan tersebut adalah para peserta menjadi lebih termotivasi lagi untuk menjadi wirausahawan, disamping padatnya kegiatan yang mereka lakukan setiap hari di Yayasan, seperti hafalan Qur'an dll, mereka juga mempunyai bekal untuk berwirausaha dimasa yang akan datang. Ilmu yang diperoleh pada kegiatan ini harapannya semakin memberikan wawasan mengenai kegiatan berwirausaha dikalangan santri, serta memotivasi para santri untuk mulai berwirausaha, karena dalam agama islam pun berwirausaha ialah hal yang mulia dan dianjurkan oleh Nabi Muhammad SAW.

Kata Kunci: Berwirausaha

Abstract

The purpose of this Student Community Service (PKM) is to build entrepreneurial motivation for students at the Askaf Bersinergi Rumah Qur'an Foundation, which is located at Pondok Benda, Pamulang District, South Tangerang City, Banten 15416. The method used in this activity is to visit the Foundation and provide material through verbal communication and discussion, which contains how to build entrepreneurial motivation for the students. The result of these activities is that the participants become even more motivated to become entrepreneurs, in addition to the busy activities they do every day at the Foundation, such as memorizing the Qur'an etc., they also have provisions for entrepreneurship in the future. The knowledge gained in this activity is expected to provide more insight into entrepreneurship activities among students, as well as motivate students to start entrepreneurship, because in Islam entrepreneurship is a noble thing and was recommended by the Prophet Muhammad SAW.

Keywords: Organizing

PENDAHULUAN

Kewirausahaan adalah proses mengidentifikasi, mengembangkan, dan membawa visi ke dalam kehidupan. Visi tersebut bisa berupa ide inovatif, peluang, cara yang lebih baik dalam menjalankan sesuatu. Hasil akhir dari proses tersebut adalah penciptaan usaha baru yang dibentuk pada kondisi risiko atau ketidakpastian. Oleh karena itu, inovasi berkembang menjadi kewirausahaan melalui proses yang dipengaruhi lingkungan, organisasi, dan keluarga. Oleh karena itu, kami ingin memberikan edukasi dan berbagi ilmu mengenai pentingnya dalam mempersiapkan

diri untuk memulai berwirausaha bagi santri dan santriwati dan memberikan motivasi kepada mereka untuk berwirausaha agar mereka bisa menjadi seorang wirausahaan yang handal dan sukses dimasa yang akan datang.

Kewirausahaan adalah sebuah proses dalam menciptakan sesuatu yang baru, dimana proses dalam pengerjaannya dilakukan dengan kreatif dan penuh dengan inovasi. Tujuan dari kewirausahaan adalah untuk menciptakan sesuatu yang baru agar bermanfaat bagi orang lain serta memiliki nilai lebih. Menurut Robbin & Coulter kewirausahaan merupakan suatu proses

dimana seseorang ataupun suatu kelompok individu menggunakan upaya yang terorganisir & sarana untuk mencari sebuah peluang dan menciptakan suatu nilai yang tumbuh dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan melalui sebuah inovasi & keunikan, tidak mempedulikan apapun sumber daya yang digunakan pada saat ini. Kewirausahaan merupakan sebuah sikap mental seseorang yang memiliki kreativitas yang tinggi. Seseorang yang memiliki jiwa kewirausahaan adalah orang yang aktif, unik, berdaya guna membuat sesuatu, serta bermanfaat bagi banyak orang. Kegiatan kewirausahaan memiliki proses yang dinamis demi menciptakan sesuatu yang disertai dengan model, sumber daya, waktu, serta risiko yang mungkin terjadi. Kewirausahaan merupakan proses dalam mengidentifikasi, mengembangkan dan mewujudkan visi dan misi usaha.

Berdasarkan hal tersebut penulis ingin melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan tujuan memberikan edukasi dan wawasan agar generasi muda sadar akan pentingnya berwirausaha bagi para santri dengan judul **"MEMBANGUN MOTIVASI KEWIRAUSAHAAN BAGI SANTRI DI YAYASAN RUMAH QUR'AN ASKAF BERSINERGI"**.

Karakteristik Kewirausahaan

a. Memiliki Sifat Yang Jujur

Kejujuran ialah hal utama dalam memulai usaha serta untuk menjadi wirausahawan yang sukses perlu menanamkan sifat yang amanah. Sifat jujur disini adalah semua hal yang berkaitan dengan pekerjaan Anda dilakukan dengan baik dan tidak berbuat kecurangan.

b. Disiplin

Meski dalam berwirausaha ini adalah Anda yang menjadi pemimpin, namun tetap Anda harus menanamkan sifat yang disiplin untuk kemajuan bisnis Anda. Disiplin merupakan sifat dasar dalam meningkatkan motivasi serta semangat dalam menjalankan usaha, serta hal ini juga akan berpengaruh terhadap karyawan yang Anda miliki sehingga

dapat mencontoh pemimpinnya agar disiplin dalam bekerja.

c. Kreatif dan Inovatif

Seorang wirausahawan haruslah memiliki sifat yang kreatif dan inovatif. Kreatifitas adalah kemampuan seseorang dalam menciptakan sesuatu yang berbeda, apabila Anda memiliki kreativitas yang tinggi maka usaha yang Anda jalankan akan mengambil hati masyarakat. Sementara inovatif adalah suatu terobosan baru serta seorang wirausaha harus mempunyai terobosan-terobosan baru serta meninggalkan cara-cara lama dalam sebuah pekerjaan.

d. Mempunyai Komitmen Tinggi

Dalam berwirausaha diawali dengan berkomitmen terhadap diri sendiri dengan memegang teguh prinsip Anda untuk memulai berwirausaha.

e. Mandiri dan Realistis

Sikap mandiri dan realistis ini wajib dimiliki oleh setiap wirausahawan supaya bisa menjalani setiap usahanya dengan baik dan bertahan hingga jangka panjang. Putuskan sesuatu terhadap diri sendiri dan hindari menggantungkan keputusan kepada orang lain.

Tujuan Kewirausahaan

a. Dapat membuka lapangan pekerjaan untuk orang lain

b. Menciptakan jaringan bisnis yang baru yang bisa menyerap banyak tenaga kerja di daerah asal

c. Meningkatkan kesejahteraan kehidupan diri sendiri serta masyarakat sekitar dari usaha yang dijalankannya dengan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

Ada tiga sifat dan hal yang dimiliki oleh seorang wirausahawan sejati, Yaitu:

a) Visioner. Wirausahawan model lama biasanya suka melawan sesuatu. Karena, mereka menginginkan kebebasan dan melakukan segala sesuatu menurut cara mereka sendiri,serta percaya bahwa mereka bisa melakukannya jauh lebih baik ketimbang orang lain. Tetapi, bagi seorang wirausahawan sejati, jiwa yang memberontak hanyalah sebagian kecil saja. Bagaimana pun, seorang

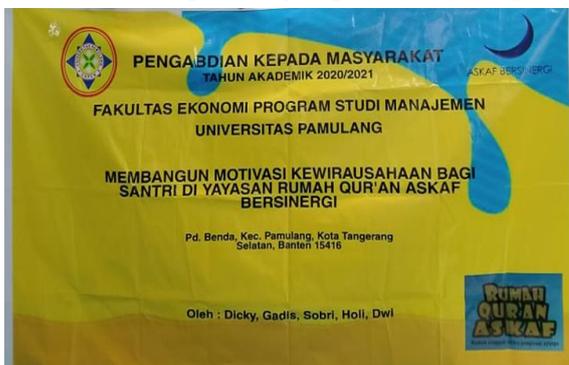
wirausahawan sejati lebih merupakan seorang yang visioner.

- b) Pencipta nasibnya sendiri. Wirausahawan tradisional menciptakan bisnis, dan ini merupakan motivator terbesar mereka. Namun, ketika bisnis telah diciptakan, kemana lagi mereka akan melangkah? Wirausahawan sejati bergerak menuju nasib dan takdir mereka. Mereka mendapat inspirasi dari sesuatu yang lebih luas daripada sekedar apa yang bisa mereka usahakan. Mereka pun menggali kekuatan batin dalam mereka dan melangkah penuh percaya diri. Mereka bisa tetap melangkah meski hambatan tampaknya mustahil dilalui.
- c) Menarik perhatian. Semua wirausahawan mempunyai mimpi. Sebagian dari mereka berkeinginan untuk mencapai tujuan yang jelas, sedangkan yang lain hanya

berkeinginan untuk menjadi seorang wirausahawan yang terkenal dan pertama. Mereka mendorong ide dan bisnis untuk melakukan sesuatu yang mungkin sulit dicapai orang lain.

METODE

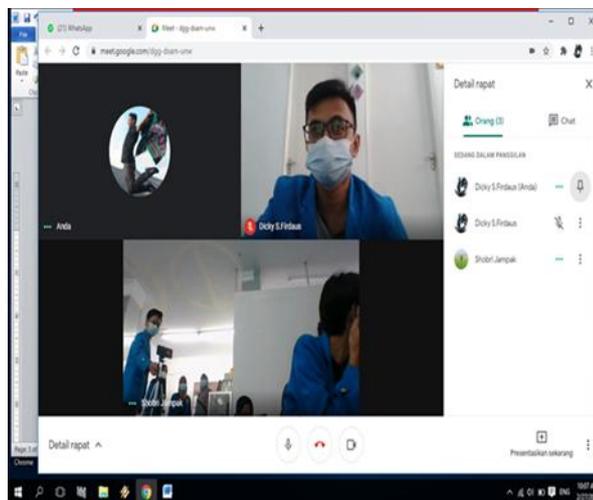
Metode yang digunakan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini yaitu metode presentasi atau edukasi bersama mendatangi langsung Yayasan Rumah Qur'an Askaf itu sendiri dan dengan metode yang komunikatif. Memberikan sosialisasi serta berdiskusi dengan anggota-anggota Yayasan tersebut agar kurang lebihnya memiliki pandangan tentang usaha yang sedang berkembang saat ini. Diawali dengan memaparkan materi dan di lanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab mengenai materi yang disampaikan.



Gambar 1. Banner PKM



Gambar 2. Foto Bersama Narasumber



Gambar 3 : Pelaksanaan PKM yang dilakukan secara langsung dan online (Dicky) di Rumah Qur'an Askaf

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pelaksanaan PKM yang dilakukan pada hari Sabtu, 27 Februari 2021 dengan peserta adalah anak didik Rumah Qur'an

Askaf Bersinergi Pondok. Benda, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten :

1. Penyuluhan yang dilaksanakan untuk anak didik atau para santri ini adalah kegiatan

- untuk memberikan motivasi atau dorongan untuk dapat berwirausaha.
2. Para santri atau anak didik lainnya diharapkan mendapatkan wawasan dengan materi yang di peroleh dari Narasumber- Narasumber Mahasiswi manajemen Universitas Pamulang mengenai pentingnya berwirausaha.



Gambar 4. Pelatihan Bersama Santri

Persiapan kegiatan ini berupa penentuan materi yang cocok untuk disampaikan kepada seluruh santri di Yayasan Rumah Qur'an Askaf Bersinergi.

PENUTUP

Pada masa sekarang ini, perkembangan ekonomi dunia telah mengalami perubahan dengan cepat dan memasuki bentuk ekonomi pasar yang lebih terbuka (liberalisasi perdagangan). Bangsa Indonesia yang merupakan bagian dari perekonomian dunia juga harus mengikuti perubahan tersebut. Permasalahannya sekarang bagaimana kegiatan pelaku ekonomi Indonesia mampu menghadapi pasar global dengan daya saing yang tinggi. Salah satu faktor penting dalam mempersiapkan daya saing ekonomi nasional adalah peningkatan kualitas sumber daya manusia, terutama yang aktif, kreatif, dan inovatif sebagai pelaku ekonomi. Peningkatan kualitas sumber daya manusia perlu dilakukan untuk mengembangkan SDM sebagai wirausaha sekaligus sebagai insan dan sumber daya pembangunan. Adanya wirausaha-wirausaha nasional akan membawa manfaat baik untuk dirinya sendiri, masyarakat maupun bagi perekonomian nasional. Peran wirausaha bagi perekonomian nasional ialah meningkatkan produktivitas, menciptakan lapangan kerja, mendorong inovasi. Dengan adanya kegiatan PKM ini, diharapkan dapat membantu untuk para santri dan santriwati

3. Respon dari anak didik Rumah Qur'an Askaf bersinergi sangat baik mereka sangat terbantu dan termotivasi dengan adanya PKM dari para Mahasiswi Manajemen Universitas Pamulang, menambah pengetahuan dan memotivasi anak-anak dalam belajar berwirausaha.



Yayasan Rumah Qur'an Askaf Bersinergi mendapatkan gambaran tentang betapa mudahnya berwirausaha dijamin sekarang ini.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih atas terlaksananya kegiatan pengabdian ini disampaikan kepada:

1. Universitas Pamulang.
2. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang.
3. Kepala Program Studi Manajemen yang telah memberikan persetujuan dan motivasi dalam terlaksananya kegiatan ini.
4. Ana Septia Rahman, S.Pd.I., M.M selaku dosen pembimbing dalam program PKM mahasiswa.
5. Ketua dan Pengurus Rumah Qur'an Askaf Bersinergi.
6. Rekan-rekan mahasiswa Univeristas Pamulang
7. Seluruh pihak yang membantu dalam terlaksananya kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manaf , Teori dan Praktek Ekonomi Islam, Jakarta: Rineka, 1995
- Al Farisi, M. S., Ajriyansyah, A., & Purwanto, A. (2021). Pelatihan Pemasaran Syariah Berbasis Digital bagi Pelaku UMKM di Kelurahan MekarsariCileungsi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-5.
- Haryadi, R. N., Anda Rojali, Khumidin, & M.

- Fauzan. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16.
<https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3>
- Effendy, A., Et al. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 702-714.
<https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss3.pp702-714>

EDUKASI PINJAMAN ONLINE DAN PEMANFAATAN TRANSAKSI DIGITAL DI MASA PANDEMI COVID-19 KEPADA PELAKU UMKM DI DAERAH TANGERANG SELATAN KELURAHAN BUARAN KECAMATAN SERPONG

¹*Rianto Budi Kusumah, ²Martha Riawan Putra Utama, ³Appryan, ⁴Putri Enjelikal Falah
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia
[*rianfreshone88@gmail.com](mailto:rianfreshone88@gmail.com)

Abstrak

Pengabdian ini berjudul edukasi pinjaman online dan pemanfaatan transaksi digital dimasa pandemic covid-19 kepada pelaku UMKM di daerah Tangerang selatan keluarahan Buaran kecamatan serpong. Tujuan umum dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah memberikan edukasi dan dan pengetahuan terkait pinjaman online dan pemanfaatan transaksi digital. Banyak usaha UMKM yang kian menurun akibat adanya pandemi covid-19. Pelaku UMKM yang membutuhkan modal usaha agar tidak terjebak dengan rayuan pinjaman online yang menawarkan dana segar dengan proses yang mudah dan cepat. Dibalik itu semua terdapat resiko-resiko yang mungkin akan terjadi jika melakukan pinjaman online. Pelaku UMKM juga dapat memanfaatkan transaksi digital dalam melakukan aktivitas transaksinya. Transaksi digital atau non tunai sedianya dapat meminimalkan kontak fisik melalui medium uang tunai. Ini karena pembayaran secara tunai berpotensi menjadi salah satu jalur penyebaran covid-19. Transaksi digital juga memberikan beberapa keuntungan diantaranya adalah dapat memberikan beragam pilihan metode pembayaran, memperluas jangkauan bisnis dan mendapatkan laporan keuangan secara sistematis.

Kata Kunci: Manajemen, Pinjaman online, Transaksi digital, Covid 19, UMKM

Abstract

This service is entitled online loan education and the use of digital transactions during the COVID-19 pandemic for MSME actors in the South Tangerang area, Buaran sub-district, Serpong. The general purpose of this community service activity is to provide education and knowledge regarding online loans and the use of digital transactions. Many MSME businesses have declined due to the COVID-19 pandemic. MSME actors who need business capital so as not to be trapped by the seduction of online loans that offer fresh funds with an easy and fast process. Behind it all there are risks that might occur if you make an online loan. MSME actors can also take advantage of digital transactions in carrying out their transaction activities. Digital or non-cash transactions were originally able to minimize physical contact through the medium of cash. This is because cash payments have the potential to be one of the routes for the spread of COVID-19. Digital transactions also provide several advantages including being able to provide a variety of payment method options, expand business reach and get financial reports systematically.

Keywords: Management, Online loans, Digital transactions, Covid 19, MSMEs

PENDAHULUAN

Adanya pinjaman online menjadikan kabar baik bagi masyarakat, karena prosesnya akan lebih mudah dan efisien. Selain itu, pinjaman online memiliki waktu pencairan dana lebih cepat dibandingkan pinjaman offline seperti di Bank. Salah satu kemudahan pinjaman online adalah uang bisa langsung cair, tanpa perlu survey terlebih dahulu. Nantinya kita hanya perlu memasukkan data diri sesuai KTP agar pinjaman bisa disetujui. Dibalik kemudahan tersebut, rupanya ada resiko sangat besar

yang harus ditanggung para nasabah. Kita wajib mengetahui bahaya pinjaman online sebelum memutuskan untuk mengajukan pinjaman. Jangan sampai menyesal, karena sudah banyak kasus hukum terkait pinjaman online. Apabila terpaksa harus meminjam uang secara online. Di Indonesia sendiri ada banyak sekali perusahaan pinjaman online. Sayangnya baru sedikit perusahaan yang terdaftar dan diawasi oleh OJK. Sisanya merupakan perusahaan ilegal yang berpotensi merugikan konsumen dikarenakan tidak memiliki

payung hukum yang jelas.

Di masa pandemi covid-19 terdapat pergeseran kebiasaan masyarakat dari sebelumnya physical economy menjadi virtual economy. Di masa pandemi ini kita juga melihat bahwa salah satu faktor yang memengaruhi keinginan masyarakat untuk menggunakan transaksi digital karena alasan kesehatan. Terjadinya shifting behavior yang menggeser pola transaksi masyarakat yang sebelumnya bersifat physical economy menjadi virtual economy. Transaksi digital atau non tunai sedianya dapat meminimalkan kontak fisik melalui medium uang tunai. Ini karena pembayaran secara tunai berpotensi menjadi salah satu jalur penyebaran covid-19.

Dengan mengadopsi transaksi digital untuk para pelaku UMKM akan memberikan beberapa keuntungan diantaranya adalah dapat memberikan beragam pilihan metode pembayaran, memperluas jangkauan bisnis dan mendapatkan laporan keuangan secara sistematis.



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan Di Rumah Kesadaran

Salah satu model bisnis yang berkembang pesat di era teknologi keuangan saat ini adalah peer to peer (P2P) lending atau layanan pinjaman berbasis teknologi informasi (online). Layanan pinjaman online adalah suatu metode memberi pinjaman kepada peminjam (borrower) baik individu maupun entitas bisnis dan sebaliknya, peminjam dapat mengajukan pinjaman kepada pemberi pinjaman. Layanan pinjaman online menghubungkan pemberi pinjaman dengan peminjam secara online.

Pinjaman online adalah salah satu bentuk kemajuan teknologi, terutama bisa dirasakan oleh orang-orang yang tak tersentuh oleh perbankan. Melalui Financial Technology (Fintech) konsep loan atau pinjaman secara umum dibawa dengan mudahnya ke publik oleh fintech lender menggunakan jaringan internet.

Meminjam sejumlah dana dari cash

loan, yang kadang dikategorikan sebagai pinjam meminjam lewat jaringan (peer to peer lending/P2P), memang terkenal mudah. Perbedaan P2P dengan cash loan atau fintech lender adalah P2P memiliki dua arah, yaitu lender dan investor, sedangkan fintech lender hanya menyalurkan pinjaman tanpa membuka asal modal pinjaman tersebut.

Gambar 2. Panitia utama PKM Keuangan



METODE

Melihat permasalahan yang dihadapi maka langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini maka diadakan pendekatan kepada instansi terkait yaitu UMKM melalui workshop dan sosialisasi serta pelatihan berupa 16 penjelasan penerapan ilmu manajemen keuangan dalam mendukung pinjaman online dan pemanfaatan transaksi digital di masa pandemi covid-19 kepada para pelaku UMKM di daerah tangerang selatan kelurahan buaran kecamatan serpong. Pembuatan ini akan dibimbing oleh tim pelaksana staf-staf pengajar dari Universitas Pamulang dengan mengikut sertakan peran instansi terkait baik aparat setempat serta masyarakat dan UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Bagaimana meningkatkan dan membangkitkan modal warga untuk memulai bisnis UMKM

Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah yang tertuang dalam UU No. 20 Tahun 2008 dijelaskan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan suatu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria asset: Maks.

50 Juta, kriteria Omzet: Maks. 300 juta rupiah.. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang- Undang ini. Kriteria asset: 50 juta – 500 juta, kriteria Omzet: 300 juta - 2,5 Miliar rupiah. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Kriteria asset: 500 juta - 10 Miliar, kriteria Omzet: >2,5 Miliar - 50 Miliar rupiah

Program Pengembangan UMKM melayani pengembangan keterampilan kewirausahaan dan kemampuan untuk menjalankan usaha kecil dan menengah. Program ini melatih para peserta untuk menerapkan keterampilan kewirausahaan mereka, mengidentifikasi dan memilih proyek bisnis yang layak atau memperluas usaha yang ada, dan secara hati-hati mempersiapkan proposal perencanaan bisnis untuk di presentasikan ke lembaga- lembaga keuangan. Pengembangan UMKM dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di masa pandemik covid -19 maka pelaku UMKM lainnya agar proses pembelajaran dan pengetahuan tentang kewirausahaan dapat dikembangkan. Semakin banyaknya network atau relasi juga akan dapat menciptakan peluang-peluang dalam mengembangkan dan mencapai usaha yang baik. Usaha yang baik bukan berarti rasa puas dan rasa nyaman yang telah kita dapatkan, karena dengan rasa puas dan nyaman tersebut justru nantinya akan menurunkan semangat dan optimalisasi dalam

mengembangkan usaha UMKM.



Gambar 3. sesi tanya jawab kepada pelaku UMKM

2. Bagaimana cara menyikapi tawaran jika ada penawaran dari pinjaman online.

Pinjaman online (pinjol) resmi adalah yang terdaftar dan berizin dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Lembaga supervisi sektor jasa keuangan ini mencatat hingga 25 Agustus 2021 ada 116 pinjol yang terdaftar dan berizin dari OJK. Berikut hal-hal yang bisa lakukan jika mendapat penawaran SMS dari pinjol ilegal:

- a. Hapus Pesan SMS Cara ter gampang yaitu langsung hapus pesan tersebut. Ketika mendapatkan pesan berisikan tawaran pinjaman online, agar bisa langsung menghapus pesan tersebut. Hal itu dilakukan agar tidak ter goda dengan pinjaman online ilegal
- b. Tak Perlu Dibalas Ketika ada pesan berisi tawaran pinjaman online, tidak perlu dibalas pesan tersebut dan biarkan saja pesan itu ada. Jika memang membuat risih, hapuslah pesan SMS tersebut
- c. Blokir nomor jika memang pesan dari perusahaan mengganggu setiap hari, cara terbaik adalah memblokir nomor tersebut agar tidak mengirimkan pesan kepada anda secara terus menerus.
- d. Cek legalitas memang dikatakan jika perusahaan yang mengirimkan tawaran pinjaman lewat pesan singkat adalah ilegal. Namun, jika memang ingin memastikan bisa langsung menanyakan ke pihak otoritas jasa keuangan (OJK) melalui layanan berikut ini: Call center 157; Whatsapp 081157157157, Email : Konsumen@ojk.go.id , Website : www.ojk.go.id

WhatsApp resmi OJK 081-157-157-157 Buka aplikasi WhatsApp dan buka kontak OJK yang telah tersimpan Ketik nama pinjol yang ingin dicek. Misalnya "pinjol.com" Kemudian kirim pesan

Tunggu hingga bot selesai menelusuri dan memberikan jawaban terkait status pinjol tersebut di OJK

3. Bagaimana cara mengenali pinjaman online resmi/terdaftar di OJK ?

Masyarakat harus waspada terhadap sindikat pinjaman online tidak resmi atau ilegal, sebab tidak ada cerita happy ending akibat pinjol ilegal.

Berikut beberapa ciri-ciri pinjol ilegal atau cara mengetahui pinjol ilegal:

- a. Mengelabui peminjamnya dengan iming- iming hadiah ketika sudah mengajukan peminjaman dana tidak mencantumkan informasi susunan mengenai perusahaannya, seperti alamat kantor, nama direksi dan komisaris pada aplikasi atau website
- b. Memiliki bunga yang tinggi Jangka waktu pinjaman tidak jelas Tidak memiliki kontak pelayanan pengaduan Meminta akses daftar kontak pada perangkat telepon genggam serta dokumen pribadi lainnya.
- c. Menggunakan tata cara penagihan yang tidak benar (mengandung unsur kekerasan dan pelecehan nama baik).
- d. Tidak menyeleksi calon peminjamnya. Sementara yang terdaftar di OJK akan menyeleksi calon peminjamnya, dengan memerhatikan kemampuan membayar. Berikut ini 4 cara mengetahui pinjaman online terdaftar di OJK atau cara mengetahui pinjamam online ilegal atau legal:

1) Website OJK Cara mengecek pinjol legal yang terdaftar melalui laman OJK: Akses laman OJK di alamat

www.ojk.go.id/id/kanal/iknb/finansial-technology/Default.aspx Di laman tersebut, terdapat daftar perusahaan pinjol legal yang terdaftar yang bisa diunduh

2) WhatsApp OJK Cara mengetahui pinjol terdaftar di OJK bisa melalui WhatsApp (WA) resmi OJK. Berikut caranya: Simpan nomor

4. Bagaimana cara menggunakan transaksi digital untuk kebutuhan UMKM ?

Jenis transaksi digital yang paling sering dilakukan antara lain beli pulsa, membayar tagihan listrik dan telepon

atau internet, top up ojek online, membeli tiket transportasi (kereta api, pesawat), membayar iuran BPJS, membayar angsuran, dan belanja online khususnya di marketplace. Berdasarkan data BI, transaksi uang elektronik melonjak seiring pandemi Covid-19. Pada 2018, nilai transaksinya hanya mencapai Rp 33,67 triliun. Kemudian, transaksi uang elektronik meningkat pada 2019 sebesar Rp 145,1 triliun. Pada 2020, transaksi sebesar Rp 144,6 triliun tercapai per Januari hingga September. Transaksi uang elektronik juga kini sudah didominasi platform digital atau fintech. Transaksi uang elektronik menggunakan fintech terus tumbuh sejak akhir 2019. Persentase penggunaan OVO untuk uang elektronik mencapai 20% mengalahkan Bank Mandiri dan GoPay masing-masing 19%. Sedangkan DANA dan BCA 10%, BRI 6,3%, LinkAja 5,8%, ShopeePay 3,7%, BNI 1,3%, serta Doku 1,2%.

Seiring dengan kebutuhan transaksi keuangan secara digital di masa pandemi, bagaimana tips supaya tetap aman, berikut kiat aman dalam bertransaksi digital :

a. Hindari Penggunaan WiFi Publik untuk Transaksi Keuangan. OJK menyatakan menggunakan WiFi publik memiliki risiko tinggi untuk terjadinya pencurian data pribadi. Jika masyarakat ingin melakukan transaksi keuangan, disarankan menggunakan jaringan internet pribadi yang lebih aman. Selain itu, jangan lupa untuk selalu memantau notifikasi dari setiap transaksi. Jika menerima notifikasi dari transaksi yang tidak diketahui, diharapkan untuk segera menghubungi pihak bank yang bersangkutan.

b. Belanja Online di Situs atau Aplikasi yang Terpercaya. Pastikan hanya berbelanja di situs online yang terpercaya. Cara untuk memastikan situs online aman atau tidak, yaitu dengan melihat apakah ada ikon 'gembok'. Situs yang aman terdapat simbol ini di pojok kiri atas sebelum alamat situs atau alamat situs yang dimulai dengan <https://>. Hindari bertransaksi digital yang meminta

pembayaran langsung ke rekening pribadi penjual. Hal ini untuk menghindari penipuan.

- c. Rutin Mengganti Password dan Tidak Sembarangan Memberikan One Time Password (OTP).
- d. Secara berkala PIN/password harus diganti dengan angka, tanda baca, dan huruf yang unik. Diusahakan bedakan PIN/password untuk rekening atau akun yang berbeda. Jangan pernah memberitahukan PIN/password atau OTP ke orang lain yang tidak dikenal dan hindari mengirimkan data pribadi melalui aplikasi percakapan digital atau media sosial

Dengan adanya Karang Taruna dimaksudkan sebagai wadah untuk menampung aspirasi masyarakat, khususnya generasi muda dalam rangka mewujudkan rasa kesadaran dan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat pada umumnya. Tujuannya tidak lain adalah terwujudnya kesejahteraan sosial yang semakin meningkat bagi generasi muda. Untuk mencapai sasaran tersebut, tugas pokok Karang Taruna adalah bersama-sama dengan pemerintah dan komponen masyarakat lainnya untuk menanggulangi berbagai masalah kesejahteraan sosial terutama yang dihadapi generasi muda, baik yang bersifat preventif, rehabilitative, maupun pengembangan potensi generasi muda di lingkungannya. Terwujudnya pembangunan kesejahteraan sosial generasi muda di desa/kelurahan atau komunitas adat sederajat yang dilaksanakan secara komprehensif, terpadu dan terarah serta berkesinambungan oleh Karang Taruna bersama pemerintah dan komponen masyarakat lainnya.



Gambar 4. Seluruh anggota PKM beserta UMKM

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaku UMKM agar menyiapkan alternative – alternative pinjaman lain, selain dari pinjaman online, apabila dalam keadaan mendesak membutuhkan modal untuk usahanya. Alternative pinjaman lain bisa dari lembaga keuangan resmi yaitu Bank. UMKM juga harus lebih waspada terhadap syarat dan ketentuan yang berlaku atas pinjaman tersebut, berapa bunga yang dikenakan, tenor pinjaman dan pastikan sudah terdaftar dan diawasi oleh otoritas jasa keuangan (OJK). Pelaku UMKM juga sudah mulai membiasakan diri dengan penggantian uang kertas atau transaksi konvensional menjadi transaksi digital. Dengan kemajuan teknologi yang semakin berkembang, maka transaksi digital akan menjadi suatu kewajiban bagi UMKM agar tetap dapat meningkatkan daya saingnya

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Athique and Emma Baulch (2019). *Digital Transaction In Asia*. Springer.
- Anjasdv. (2020). *Kenali Penyalahgunaan Data Pribadi*. Amara Veriska Media. Aswan.
- (2019). *Tindak Pindana Penipuan Berbasis Transaksi Elektronik*. Guepedia.
- Bala & Tim PY (2018). *Undang-Undang Informasi & Transaksi Elektronik*. Jakarta: Pustaka Yustisia
- Dr. Abdul Halim Barkatullah, S.H., M.Hum (2017). *Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia*. Bandung: Nusa Media.
- Dr. Ana Sriekaningsih, S. M. (2020). *Qris Dan Era Baru Transaksi Pembayaran 4.0*. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Ginantra, N. L., J. S., R. A., M. Y., & A. A. (2020). *Teknologi Finansial: Sistem Finansial Berbasis Teknologi di Era Digital*. Yayasan Kita Menulis.
- Haryadi, R. N., Anda Rojali, Khumidin, & M. Fauzan. (2021). *Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3>
- Jiazhuo G. Wang & Hongwei Xu (2015). *Financing The Underfinanced Online Lending in China*. Springer
- Marta Widian Sari, S., & A. N. (2020). *Kenali*

- Bisnis Di Era Digital "Financial Technology". Sumatera Barat: CV. Insan Cendekia Mandiri*
- OktvnHrdynt_. (2019). *Gurita Pinjaman Online*. Bandung: Ellunar Publisher
- Setiawati, N. P. A., et al. (2021). Effect of Technology Acceptance Factors, Website Service Quality and Specific
- Holdup Cost on Customer Loyalty: A Study in Marketing Departement of Packaging Industry. *Annals of the Romanian Society for Cell Biology*, 12685-12697.
- Vivi Nila Sari, S. M., & D. A. (2020). *Revolusi Uang Digital Era 5.0*. Insan Cendekia Mandiri

IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN SECARA DIGITALISASI UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN BERWIRAUSAHA SEJAK USIA DINI MELALUI EDUKASI SERTA PENYULUHAN DALAM MASA PANDEMI COVID-19

¹*Trea Agryani, ²Mohamad Haekhal Mahessa
Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia
*treaagryani80@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) adalah untuk mengetahui seberapa besar Implementasi Strategi Pemasaran Secara Digitalisasi Teknologi Untuk Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha Sejak Usia Dini Melalui Edukasi Serta Penyuluhan Dalam Masa Pandemi Covid-19 Berlokasi Di Panti Asuhan Al Kamilah. Penelitian yang dilakukan dalam penulisan ini bersifat deskriptif kualitatif, Adapun Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode campuran sekuensial / bertahap terutama metode eksploratori sekuensial. Dalam tahap pertama mengumpulkan dan menganalisis data kualitatif dalam menjawab rumusan masalah. Untuk melengkapi data kualitatif pada tahap kedua digunakan data kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Implementasi Strategi Pemasaran Secara Digitalisasi Untuk Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha Sejak Usia Dini Melalui Edukasi Serta Penyuluhan Dalam Masa Pandemi Covid-19 di Di Panti Asuhan Al Kamilah yang diukur dengan menggunakan 7 (tujuh) dimensi pengukuran yaitu mencipta pengetahuan, menyimpan pengetahuan, berbagi pengetahuan, memperbaharui pengetahuan, mengembangkan strategy pemasaran, digitalisasi pemasaran, dan Teknologi diklasifikasikan baik. Implementasi strategy pemasaran secara digital juga diklasifikasikan baik. Perpaduan antara pengetahuan untuk pemberian edukasi dan penyuluhan yang dimiliki, kapabilitas, dan kemampuan dalam berwirausaha digabungkan dengan strategi pemasaran yang dimiliki menghasilkan performa berwirausaha sejak dini anak – anak Panti Asuhan AL - Kamilah lebih baik dibandingkan sebelumnya bahkan mampu menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan. Sebuah peningkatan kemampuan berwirausaha secara digital melalui edukasi dan penyuluhan dalam masa pandemic covid-19 di Panti Asuhan AL - Kamilah sebagai hasil penelitian ini.

Kata Kunci: Strategy Pemasaran, Digitalisasi, Kemampuan Berwirausaha, Edukasi, Penyuluhan

Abstract

The purpose of Community Service (PKM) is to find out how big the implementation of a digitalized technology marketing strategy is to increase entrepreneurial skills from an early age through education and counseling during the Covid-19 pandemic at the Al Kamilah orphanage. The research conducted in this writing is descriptive qualitative. The method used in this research is a mixed method sequential / gradual, especially sequential exploratory method. In the first stage, collect and analyze qualitative data in answering the problem formulation. Quantitative data were used to complement the qualitative data in the second stage. The results of this study indicate that the implementation of digitalized marketing strategies to improve entrepreneurial skills from an early age through education and counseling during the Covid-19 pandemic at the Al Kamilah Orphanage which is measured using 7 (seven) dimensions of measurement, namely creating knowledge, storing knowledge, , sharing knowledge, updating knowledge, developing a marketing strategy, digitizing marketing, and technology is classified as good. The implementation of a digital marketing strategy is also classified as good. The combination of knowledge to provide education and counseling, capabilities and abilities in entrepreneurship combined with their marketing strategies have resulted in early entrepreneurial performance for the AL - We are better than before and even able to create a sustainable competitive advantage. An increase in digital entrepreneurial skills through education and counseling during the Covid-19 pandemic at the AL - We are the result of this research.

Keywords: Marketing Strategy, Digitalization, Entrepreneurial Ability, Education, Counseling

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak pernah lepas dari teknologi, dalam setiap kegiatan, teknologi sudah menjadi hal yang berdampingan dan tak bisa terlepas dari kegiatan manusia, terutama dalam berbisnis. Perkembangan teknologi yang semakin pesat mempengaruhi era pemasaran saat ini.

Strategi digital marketing telah membuat kemajuan besar pada bisnis dan industri selama lebih dari dua dekade, tetapi yang mengejutkan, para pemimpin bisnis masih berjuang untuk menemukan cara untuk mengidentifikasi potensi, mengoptimalkan peluang dan mengimplementasikannya.

Banyak perusahaan telah memulai melakukan transformasi digital tanpa memahami bahwa pendorong utama dari bisnis digital pada dasarnya berbeda dari perusahaan tradisional. Mereka akhirnya menerapkan strategi marketing lama dan prinsip-prinsip usang pada program digital mereka, yang menghasilkan kegagalan dan rencana bisnis yang tak tercapai

Definisi luas transformasi strategi digital marketing dapat dilihat sebagai integrasi teknologi pemasaran digital dengan proses untuk meningkatkan kinerja atau jangkauan bisnis. Namun, pendekatan yang lebih progresif untuk transformasi digital marketing adalah dengan menggunakan teknologi untuk berdampak pada tiga bidang bisnis ini.

Tempat terbaik untuk memulai strategi digital marketing, adalah pertamanya memahami ke mana arah industri Anda, kemudian mengembangkan pandangan jangka panjang tentang peran dan tempat perusahaan Anda di masa depan digital itu. Rencanakan strategi digital marketing Anda dengan 'batu loncatan' jangka pendek. Ini akan memungkinkan Anda untuk merencanakan jalan menuju pencapaian segala visi dengan sukses, sambil tetap menjaga rencana bisnis secara efisien.

Era digital telah terbuka pertanda pintu perdagangan antar negara di dunia menjadi tidak terbatas. Berkaitan dengan itu maka sebagai pengusaha Anda memiliki peluang yang cukup besar untuk

mengembangkan usaha bisnis Anda. Senada dengan itu pula, artinya jumlah pesaing atau kompetitor Anda juga bertambah. Oleh karena itu, strategi bisnis merupakan hal penting yang wajib Anda buat agar dapat menghadapi persaingan bisnis.

Mirisnya, tidak semua pelaku usaha tidak memahami perubahan tersebut, terutama untuk pelaku usaha konvensional. Banyak diantara mereka yang tidak ikut melakukan perubahan dan mengalami penurunan omzet. Era digital yang seharusnya menjadi sebuah peluang justru menjadi ancaman untuk mereka. Untuk itu diperlukan sebuah langkah perubahan yakni salah satunya melalui strategi bisnis.

Berikan edukasi kepada usia dini seperti : Memanfaatkan Teknologi untuk masa akan datang Seperti namanya 'era digital', maka pun wajib memanfaatkan teknologi dalam strategi bisnis. Karena seperti yang kita tahu, dunia digital dan teknologi tidak dapat dipisahkan keberadaannya. Apalagi di zaman modern seperti sekarang, mau tidak mau harus menggunakan teknologi. Terlebih lagi jika kompetitor sudah lebih dahulu menggunakan teknologi. Maka harus segera mengikutinya.

Sejatinya teknologi bukanlah hal yang membuat bingung, justru teknologi dibuat untuk membantu dan mempermudah pekerjaan manusia. Jadi mulailah untuk memanfaatkan teknologi dalam pekerjaan. Misal nya saja, dapat melakukan kegiatan pemasaran dengan memanfaatkan internet atau juga dapat membuat pembukuan dengan menggunakan komputer dan masih banyak lagi yang lainnya.

Menggunakan Digital untuk pelajar bagi anak-anak masa kini dapat menerapkan digital edukasi. Digital adalah aktivitas tool atau wadah sebuah menggunakan media elektronik atau alat permudah kebutuhan. Jika tidak bisa menggunakan digital, dapat menggunakan jasa perusahaan jasa digital agency yang dapat membantu mengembangkan ilmu yang berkembang dan meningkatkan mempelajari. Dengan begitu, tidak perlu bingung untuk melakukan kegiatan konsep pembelajaran. adapun teknik pembelajaran dalam digital seperti search engine optimization (SEO), search engine marketing (SEM), billboard eletronic,

iklan televisi dan radio, email, gadget dan lainnya.

METODE

Metode pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam beberapa kegiatannya itu dengan mengajak para siswa-siswi untuk kegiatan pembelajaran dan permainan yang sangat menarik pada siswa-siswinya agar belajar itu asik dan senang serta membosankan dan malas belajar. ada di Yayasan Al-Kamilah Depok, serta dosen Magister Universitas Pamulang, dan mahasiswa/i program pascasarjana universitas Pamulang. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh mahasiswa/i pascasarjana magister manajemen Universitas Pamulang ini dilakukan dalam beberapa kegiatan yaitu dengan melibatkan banyak pihak selain dari pihak pengajar panti dan para siswa-siswi yang ada di Yayasan Al-Kamilah Depok, juga ada dosen Magister Universitas Pamulang, dan mahasiswa/i program pascasarjana universitas Pamulang. Kegiatan ini juga menyajikan berbagai kegiatan antara lain, Pembelajaran tentang strategy pemasaran, Penyuluhan covid-19, Pemberian motivasi, Pemutaran video motivasi, Pemberian edukasi digital marketing, dimana narasumber berinteraksi aktif dengan audience, jadi lebih bersifat sharing interaktif, serta games-games edukasi yang menarik sehingga semua yang terlibat merasakan kegembiraan beserta manfaat langsung dan mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana strategy pemasaran secara digitalisasi untuk dapat meningkatkan kemampuan berwirausaha sejak dini, selain itu juga di adakan pelatihan bagaimana cara pengaplikasian pemasaran secara digital yang sangat berguna untuk peningkatan berwirausaha di tengah pandemi covid-19

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hari pertama kegiatan PKM

Hari pertama sebelum dilakukannya kegiatan PKM, mahasiswa dan mahasiswi program pascasarjana magister manajemen universitas pamulang melakukan survey terlebih dahulu untuk meminta izin dan persiapan untuk perlengkapan kepada ketua panti

Asuhan Al – Kamilah yaitu Bapak Ust. Badruddin, S.Ag.,M.M. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 13 september 2020 di Panti Asuhan Al – Kamilah



Gambar 1. Koordinasi Acara PKM

2. Hari Kedua kegiatan PKM

Hari kedua setelah proposal disetujui dari pihak kampus dan ketua Panti Asuhan Al – Kamilah, Tim mahasiswa/i program pascasarjana Magister Manajemen mengadakan pertemuan dengan masing masing ketua tim untuk mendiskusikan perihal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Pamulang serta pembagian seksi-seksi di Panti Asuhan Al - Kamilah. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 27 September 2020



Gambar 2. Meet up Panitia

3. Hari Ketiga kegiatan PKM

Hari ketiga setelah pertemuandengan masing masing ketua tim untuk mendiskusikan perihal Pengabdian Kepada Masyarakat, tibalah pada (H-1) sebelum kegiatan PKM dilakukan di Panti Asuhan Al – Kamilah, tim seksi perlengkapan berkumpul untuk memasang dan mempersiapkan kelengkapan di hari esok serta pemasangan barsilang untuk tetap menerapkan social distancing. Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 03 Oktober 2020.

4. Hari Keempat kegiatan PKM

Hari Keempat Kegiatan PKM merupakan Hari (H) atau hari dimana berlangsungnya akegiatan PKM, Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 23-25

Februari 2020. Kegiatan berlangsung dari pukul 09.00 – 15.00 WIB. Dengan susunan Acara sebagai berikut:

a. Registrasi

Seksi Konsumsi memberikan Goodiebag kepada tamu/anak panti yang datang sekaligus mengecek suhu tubuh. registrasi dimulai pukul 08.30 WIB:

b. Opening

Opening dibuka oleh MC yang masuk untuk memandu acara yaitu oleh Valya Annisya, yang sekaligus juga memberikan sambutan dan dilanjutkan pembukaan / yel-yel, kemudian dibarengin dengan Perkenalan panitia, lalu pembacaan basmalah. Kegiatan ini berlangsung dari pukul 09.00 - 09.05 WIB



Gambar 3. Pembukaan Acara

c. Pembacaan Alquran dan saritilawah

Kemudian dilanjutkan dengan pembacaan ayat suci Al-Quran oleh salah satu anggota tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang merupakan dosen prodi Magister Manajemen Universitas Pamulang. Kegiatan ini berjalan dimulai pada pukul 13.30 WIB

d. Sambutan ketua panitia

Bapak Adianto selaku ketua panitia dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ke Panti Asuhan Al - Kamilah, yang memberikan sambutan di awal. Kegiatan ini berjalan pada pukul 09.12 - 09.20 WIB

e. Sambutan pengurus yayasan

Dilanjutkan sambutan pengurus Yayasan oleh Bapak Ust. Badruddin, S.Ag.,M.M selaku ketua pengurus yayasan PantiAsuhan Al – Kamilah. Sambutan ini berjalan pada pukul 09.20 - 09.25 WIB



Gambar 4. Hiburan

f. Sambutan Perwakilan Dosen

Dr.Sugiyanto,S.E.,M.M. dan Dr.H.Ugeng Budi HaryokoS.MI.,M.M. selaku perwakilan dosen yang memberikan sambutan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM). sambutan ini berjalan pada pukul 09.25 - 09.35 WIB.

g. Pembacaan Doa

Pembacaan doa dipimpin oleh Bapak Ust. Badruddin, S.Ag.,M.M selaku ketua pengurus yayasan PantiAsuhan Al – Kamilah, untuk kemudian dilakukan acara inti. Pembacaan doa dilakukan pada pukul 09.35 - 09.40 WIB.

h. Acara Inti

Sebelum memulai acara inti, seksi acara dan MC melakukansesi games ice breaking, kemudian dilanjutkan dengan pemberian Materi oleh para Mahasiswa dan Mahasiswi Program Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Pamulang. Yang meliputi kegiatan :

- Penyuluhan Tentang Covid (20 Menit)
- Games Cuci Tangan (10 Menit)
- Games Tebak Nama Panitia (10 Menit)
- Pembelajaran Marketing Online (oleh Pak sugiyanto 15 menit)
- Pemutaran Video Motivasi (5 menit)
- Sharing motivasi dan games Tanya jawab (Oleh titin 15 menit)

- Pemberian Edukasi (20 menit)
- Sesi Tanya jawab (10 menit)
- Games (10 menit)

Kegiatan inti dilakukan dari pukul 09.50 – 11.40 WIB. Lalu dilanjutkan dengan kegiatan ISOMA (Istirahat, sholat, makan).

i. Acara Hiburan

Setelah peserta melakukan isoma, peserta diajak untuk mengikuti acara hiburan yang berupa games berhadiah serta lomba Fashion show



Gambar 5. Pemberian Santunan dan penobatan Raja dan ratu terbaik dari peserta yang aktif selama kegiatan berlangsung. Kegiatan ini dilakukan dari pukul 12.45 – 13.25 WIB

j. Acara Hiburan

Dilanjutkan dengan kegiatan pemberian uang santunan kepada masing masing anak panti. Kegiatan ini dilakukan dari pukul 13.25 -13.35 WIB

k. Pemberian Bingkisan, dan amplopkeyayaan

Sebelum berakhirnya kegiatan, dilakukan pemberian bingkisan, kepada ketua Yayasan yang di wakilkkan oleh Dr.Sugiyanto, S.E., M.M. selaku dosen dan Adiyanto selaku Ketua Panitia acara PKM. Kegiatan dilakukan dari pukul 13.35 - 13.45 WIB

l. Pembacaan doa dan dilanjutkan Sesi foto untuk closing acara Pembacaan doa untuk menutup acara dipimpin oleh Ust. Badruddin, S.Ag.,M.M. selaku ketua Yayasan panti Asuhan Al – Kamilah. Kegiatan dilakukan dari pukul 13.45 -14.00 WIB.

PENUTUP

KESIMPULAN

Kesimpulan dari pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini adalah kegiatan mengayomi masyarakat sekitar atau

lingkungan sekitar guna kegiatan edukasi masyarakat sekitar agar memahami dalam pembelajaran dan ilmu di terapkan kegiatan selama pandemi Covid-19 membagi pengalaman edukasi edukasi yang objektif untuk memberikan manfaat kepada seluruh masyarakat Panti Asuhan Al - Kamilah, serta kegiatan ini dilakukan dan dapat terlaksana dengan baik dan mendapat respon baik dari pihak Universitas Pamulang dan masyarakat sekitar Panti Asuhan Al - Kamilah, yang dirangkum sebagai berikut :

1. Panti Asuhan Al – Kamilah sudah memberikan materi pembelajaran seputar strategy pemasaran dan pengetahuan yakni meliputi proses mencipta pengetahuan, menyimpan pengetahuan, membagipengetahuan dan memperbaharui pengetahuan demi upaya meningkatkan kemampuan berwirausaha sejak usia dini melalui edukasi dan penyuluhan dalam masa pandemic covid-19.
2. Dengan menggunakan skala pengukuran manajemen pengetahuan piramid yang dikembangkan Rosernberg menunjukkan bahwa Implementasi Strategy pemasaran di PantiAsuhan Al – Kamilah ada pada level dua yaitu : informasi, mencipta, berbagi dan manajemen. Berdasarkan hasil diagnose persepsi Implementasi Strategy pemasaran di Panti Asuhan Al - Kamilah yang diukur dengan menggunakan 7 (tujuh) dimensi pengukuran yaitu mencipta pengetahuan, menyimpan pengetahuan, berbagi pengetahuan

SARAN

Berbagi ilmu pembelajaran dan berwirausaha tujuannya untuk meningkatkan kemampuan berwirausaha sejak usia dini dari anak Panti Asuhan Al – Kamilah, pemanfaatan teknologi seperti gadget, laptop dan alat bantu lainnya yang dimiliki setiap anak dapat digunakan sebagai peluang usaha dalam berwirausaha di tengah masa pandemic covid-19. Agar pandemi ini memudahkan pembelajaran untuk perlahan-lahan menghilangkan sistem manual digantikan dengan teknolgi yang pesat ini agar di kehilangan zaman baik pembelajaran maupun berwirausaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Farisi, M. S., Ajriyansyah, A., & Purwanto, A. (2021). Pelatihan Pemasaran Syariah Berbasis Digital bagi Pelaku UMKM di Kelurahan MekarsariCileungsi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-5.
- Alika, R., & Fajrian, H. (2020, Mei 2020). Pengusaha Khawatir Pekerja Usia di Bawah 45 Tahun Pembawa Virus Corona. Diperoleh dari katadata.co.id : <https://katadata.co.id/berita/2020/05/13/pengusaha-khawatir-pekerja-usia-dibawah-45-tahun-pembawa-virus-corona> (Diakses pada tanggal 16 Mei 2020 pukul 13:06)
- Amir, Taufiq. *Dinamika Pemasaran : Jelajahi dan Rasakan*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada. 2005.
- Asia News Monitor. (2020, April 13). Indonesia : Indonesia Goes Soft on COVID Lockdown to Relieve Stressed Economy.
- Haryadi, R. N., Anda Rojali, Khumidin, & M. Fauzan. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3>
- Daryanto. *ManajemenPemasaran*. Bandung. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. 2011.
- Hesti, Budiwati. "Implementasi Marketing Mix dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggulan Kripik Pisang Agung di Kabupaten Lumajang", *Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi WIGA*, Vol. 2, No. 2 (2012).
- Husein, Umar. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama. 2015.
- Isnaini, Arif. *Seni Memasarkan*. Surabaya. Insan Cendikia. 2012.
- Kadar, M. Yusuf. *Tafsir Ayat Ahkam*. Jakarta. Sinar Grafika Offset. 201
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid I. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama. 2010.
- Kotler, Philip dan Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Bandung : Erlangga. 2013.
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia Jilid satu. Jakarta. Prentice Hall. 1997.
- Lupiyoadi, Rambat. *ManajemenPemasaran Jasa*. Jakarta. PT. Salemba Emban Patria. 2011.
- Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2000)
- Mustajab, D., Azies, B., Rasyid, A., Irawan, A., Akbar, M. A., & Hamid, M. A. (2020). Fenomena Bekerja dari Rumah sebagai Upaya Mencegah Serangan COVID-19 dan Dampaknya terhadap Produktifitas Kerja. *The International Journal of Applied Business TIJAB*, 4(1), 13-21. <https://ejournal.unair.ac.id/TIJAB/article/viewFile/18574/10248>
- Ravel, S., & Kurniawan, A. (2020, Mei 15). Kemenhub Investigasi Pemalsuan Stiker Bus dan Surat Bebas Covid-19. Retrieved from Kompas.com:<https://otomotif.kompas.com/read/2020/05/15/070200315/kemenhub-investigasi-pemalsuan-stiker-bus-dan-surat-bebas-covid-19> (Diakses pada tanggal 16 Mei 2020 pukul 11.00)
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta : PT. Rineka Cipta, 2002, Cet.XII), hlm. 134.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan ; Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2016),
- Sunarsi, D. (2020). *Manajemen Pemasaran Di Era Globalisasi*.
- Husaini Usman dan Purnomo Setiadi Akbar, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2010), hlm. 85.

EDUKASI PENGGUNAAN DAN MANFAAT WHATSAPP BUSINESS TERHADAP MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM RUMAH KESADARAN DAN IPEMI

^{1*}Nia Latifah, ²Ika Kusumawati, ³Tri Widagdo, ⁴Rachmat Yumadhi, ⁵Hendra Efendi

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*latifahnia93@gmail.com](mailto:latifahnia93@gmail.com)

Abstrak

UMKM adalah unit usaha milik pribadi yang saat ini sudah dikenal akrab oleh masyarakat. Dimasa pandemi saat ini, UMKM menjadi salah satu yang terdampak karena berkurangnya pembeli dari biasanya. Seperti yang disampaikan oleh staf ahli kementerian keuangan yang disampaikan pada 16 Oktober 2020 melalui bisnis.tempo.co, menyatakan bahwa UMKM adalah usaha yang paling terdampak sehingga berdasarkan survei ADB sebanyak 48,6 persen UMKM tutup sementara. Kondisi pandemi saat ini menjadi hal yang sangat berpengaruh dibidang apapun, termasuk UMKM. Disisi lain, teknologi yang saat ini sudah semakin maju menjadi peluang untuk membawa UMKM kembali berdiri. Salah satunya adalah dengan memanfaatkan aplikasi Whatsapp Business. Aplikasi ini adalah varian dari Whatsapp yang bisa dimanfaatkan untuk berjualan atau berbisnis. Tampilannya di desain khusus agar pengguna Whatsapp dapat dengan mudah mempromosikan barang dagangannya, dan mempermudah menemukan sasaran konsumen yang tepat. Sehingga dapat meningkatkan angka penjualan. Dengan demikian, Pengabdian Kepada Masyarakat ini diberi judul Edukasi Penggunaan dan Manfaat Whatsapp Business terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Rumah Kesadaran dan IPEMI. Tujuan umum dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan dan pengetahuan secara praktis tentang pembuatan akun whatsapp business dan cara memanfaatkannya untuk pelaku UMKM. Dengan menggunakan metode seminar, praktek, dan diskusi, diharapkan pelaku UMKM dapat menyerap pengetahuan tentang aplikasi ini, sehingga dapat dengan mudah menggunakannya dalam kegiatan sehari-hari.

Kata Kunci: UMKM, Whatsapp Business, Pengabdian Kepada Masyarakat, COVID-19

Abstract

MSMEs are privately owned business units that are currently well known to the public. During the current pandemic situation, MSMEs are affected due to fewer buyers than usual. As conveyed by the Ministry of Finance's expert staff who was conveyed on October 16, 2020, via Bisnis.tempo.co, stating that MSMEs were the most affected businesses, and based on an ADB survey, 48.6 percent of MSMEs were temporarily closed. The current pandemic condition has become very influential in any field, including MSMEs. On the other hand, technology that is now increasingly advanced is an opportunity to revive MSMEs. One of them is by using the Whatsapp Business application. This application is a variant of Whatsapp that can be used to sell or do business. The display is specially designed so that Whatsapp users can easily promote their wares and make it easier to find the best target consumers. Therefore, it can increase sales figures. Thus, this Community Service has titled Education on the Use and Benefits of Whatsapp Business to Increase Sales of MSMEs Rumah Kesadaran and IPEMI. The general purpose of this service activity is to provide training and practical knowledge about creating WhatsApp business accounts and how to use them for MSME players. By using seminar, practice, and discussion methods, it is expected that MSME players can absorb knowledge about this application so that it can be easily used in daily activities.

Keywords: MSMEs, Whatsapp Business, Community Service, COVID-19

PENDAHULUAN

UMKM bagi Indonesia saat ini sudah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari sistem perekonomian. Tidak hanya membantu dalam meningkatkan perekonomian Indonesia, UMKM juga sangat membantu dalam membuka peluang

pekerjaan menjadi lebih luas. Karena pada dasarnya kegiatan UMKM dilakukan dikalangan masyarakat, sehingga persyaratan dalam penerimaan pekerjaan bagi pelaku UMKM tidak lah sulit. UMKM mampu menyerap tenaga kerja dari latar belakang apapun. Dengan adanya UMKM,

angka pengangguran di Indonesia menjadi lebih berkurang.

Selama ini, pemerintah sudah berperan aktif dalam membantu keberlangsung UMKM di Indonesia. Namun, pada situasi pandemi yang dimulai sejak tahun 2020 membuat pelaku UMKM merasa kesulitan dalam merespon keadaan tersebut. Bahkan tercatat pada Oktober 2020, berdasarkan hasil survei ADB menyatakan bahwa sebanyak 48,6 persen UMKM tutup sementara karena perputaran modal dan keuntungan yang tidak baik. Terguncangnya posisi UMKM di Indonesia membawa dampak yang buruk juga bagi perekonomian di Indonesia.

Hal tersebut juga dirasakan oleh UMKM Rumah Kesadaran Dan IPEMI. Bagaimana pandemi ini membawa dampak berkurangnya akses untuk melakukan supply barang, terbatasnya aktivitas untuk melakukan distribusi, dan berkurangnya pelanggan. Membuat mereka merasa kesulitan dalam merespon situasi pandemi saat ini. Belum lagi saat ini e-commerce sudah semakin akrab di lingkungan masyarakat Indonesia. Membuat para pelaku UMKM menjadi semakin sulit untuk mendapatkan pasarnya. Karena para pembeli cenderung untuk melakukan transaksi melalui e-commerce tersebut.

Sebelum adanya pandemi COVID- 19, UMKM Rumah Kesadaran dan IPEMI lebih sering melakukan promosi secara langsung. Dari orang ke orang, dan dari rumah ke rumah. Cara seperti ini mereka anggap lebih tepat sasaran dan lebih tepat target. Sehingga calon pembeli dapat secara langsung bertanya apabila ada yang perlu di konfirmasi atau membutuhkan penjelasan lebih detail. Setelah adanya pandemi, aktivitas tersebut menjadi dibatasi. Para pelaku UMKM tidak dapat dengan mudah menemui calon pelanggannya karena terbentur dengan kebijakan pemerintah untuk melakukan jaga jarak sosial.

Pelaku UMKM Rumah Kesadaran dan IPEMI rata-rata adalah ibu-ibu dengan usia sekitar 35 sampai 42 tahun. Bagi mereka, aplikasi yang paling akrab dikalangan mereka adalah Whatsapp. Namun, tidak semua dari mereka mengetahui bahwa Whatsapp memiliki varian yang khusus digunakan untuk berbisnis, yang dinamakan

Whatsapp Business. Secara umum tampilan dari Whatsapp Business tidaklah berbeda dari Whatsapp biasa dan Whatsapp bukan sesuatu yang asing bagi pelaku UMKM, sehingga akan mudah jika aplikasi ini diperkenalkan dan diterapkan oleh pelaku UMKM. Dengan tujuan agar angka penjualan dari UMKM dapat kembali meningkat. Sehingga kami buatlah sebuah pendekatan kepada pelaku UMKM melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), dengan sasarannya adalah Pelaku UMKM Rumah Kesadaran dan IPEMI dan dengan pembahasan tentang edukasi dan pemanfaatan Whatsapp Business, dengan harapan pelaku UMKM dapat memanfaatkan aplikasi Whatsapp Business ini sebagai wadah untuk promosi dan transaksi

METODE

Metode pendekatan yang digunakan dalam kegiatan PKM ini adalah dengan seminar dan tanya jawab. Materi tentang Whatsapp Business disampaikan langsung oleh Rachmat Yumadhi. Dalam proses pemaparannya, beliau juga mempraktikkan bagaimana cara menggunakan Whatsapp Business dan apa saja manfaat yang didapatkan. Metode ini kami namakan sebagai learning by doing, sambil diperlihatkan bagaimana Whatsapp Business bekerja, sambil pelaku UMKM Rumah Kesadaran dan IPEMI mempraktikkan cara penggunaannya.

Gambar 1. Pemaparan tentang Whatsapp



Business di Yayasan Rumah Kesadaran

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini selain dihadiri oleh pelaku UMKM Rumah Kesadaran dan IPEMI, juga dihadiri oleh ibu-ibu PKK Kota Tangerang Selatan. Ketua dari PKK Kota Tangerang Selatan, yaitu Ibu Tini Benjamin Davnie, juga turut hadir. Beliau memberikan

sambutan yang memotivasi pada pelaku UMKM dengan moto yang disampaikan yaitu "lebih baik menjadi kepala semut, daripada menjadi ekor gajah". Dalam moto tersebut beliau menjelaskan artinya, sebagai berikut: berbanggalah para pelaku UMKM, karena sekecil apapun usaha yang dilakukan, pemilik dan pimpinan dari usaha tersebut adalah dirinya sendiri, bukan menjadi ekor atau pekerja dari orang lain.



Gambar 2. Sambutan Ibu Tini Benjamin Davnie pada kegiatan PKM

Dalam kegiatan PKM ini juga dilakukan penandatanganan MoU dengan 3 lembaga yaitu Universitas Pamulang, PKK Kota Tangerang Selatan, dan Yayasan Rumah Kesadaran. Dengan tujuan untuk menciptakan mitra yang strategis dalam rangka membangunkan potensi hebat dan sumber daya yang ada di Kota Tangsel, salah satunya adalah berasal dari kontribusi mahasiswa Magister Manajemen Universitas Pamulang.



Gambar 3. Penandatanganan MOU oleh 3 Lembaga

Acara dilakukan pada tanggal 7 Oktober 2021, yang dimulai pada pukul 09.00 WIB, yang disponsori oleh produk kecantikan JAFRA dan Tokosayur.co serta pemberian buku oleh Nanang Qosim (Naqoy) tentang Wirausaha karya NAQOY CENTER berjudul "Jejak Makna dari nol menjadi pengusaha mulia, sebuah contoh sukses dari pengusaha asal minang bernama Barizal Koto". Hal tersebut membuat seluruh peserta antusias dalam mengikuti

kegiatan PKM ini. Selain ilmu yang bermanfaat, peserta juga disajikan rangkaian kegiatan yang menyenangkan, dengan beragam hadiah persembahan dari JAFRA dan Tokosayur.co.

PKM yang kami angkat disini adalah tentang pemanfaatan Whatsapp Business. Karena pada masa pandemi ini, pelaku UMKM dituntut untuk dapat berpikir secara kreatif agar tetap dapat bersaing. Pemanfaatan Whatsapp Business mejadi salah satu caranya. Karena Whatsapp adalah salah satu aplikasi yang sudah sangat terkenal di lingkungan masyarakat.

Berdasarkan data yang ditulis dalam <https://databoks.katadata.co.id/> tercatat bahwa selama tahun 2020 ada 2 Miliar pengguna Whatsapp yang aktif melakukan pengiriman pesan. Selain itu berdasarkan data yang di tulis dalam <https://katadata.co.id/>, Whatsapp Business diciptakan agar layanan ini dapat meningkatkan penjualan dan membantu membidik pasar yang tepat bagi UMKM dan komunitas yang menggunakannya. Dalam tulisan tersebut di katakana bahwa berdasarkan Morning Consult, penggunaan layanan Whatsapp Business ini berhasil meningkatkan penjualan dari 77% Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Tercatat per tahun 2020 ada lebih dari 5 juta pengguna WhatsApp Business dan kebanyakan dari mereka adalah pelaku kegiatan usaha mikro, kecil, dan menengah. Karena banyak manfaat yang bisa dirasakan secara langsung bagi pengguna Whatsapp Business. Untuk itu, kami sajikan Whatsapp Business ini kepada pelaku UMKM Rumah Kesadaran dan IPEMI agar mereka juga menjadi salah satu UMKM yang berhasil dengan memanfaatkan Whatsapp Business ini.



Gambar 4. Panitia PKM, Dosen Pendamping beserta Peserta dari Rumah Kesadaran.



Gambar 5. Panitia Utama PKM Pemasaran

KESIMPULAN

Hasil dari Pelaksanaan kegiatan PKM oleh Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang dapat membuahkan hasil yang positif. Hal ini dapat dilihat dari antusias dan semangat dari para peserta yang mengikuti kegiatan PKM ini. Mereka dengan seksama mengikuti setiap alur kegiatan, baik dalam hal pemberian materi, tanya jawab, dan kuis.

Saran kami bagi ketiga lembaga yang telah sama-sama menandatangani MoU dapat tetap bersinergi untuk mengembangkan sumber daya yang ada, khususnya pada pelaku UMKM di Kota Tangerang Selatan. Kami berharap, materi dari PKM tentang Edukasi Penggunaan dan Manfaat Whatsapp Business ini dapat secara konsisten diterapkan dalam proses pemasaran dari UMKM Rumah Kesadaran dan IPEMI, serta PKK Kota Tangerang Selatan. Dengan demikian, pemanfaatan aplikasi ini dapat terimplementasikan dengan baik, dalam meningkatkan penjualan di saat pandemi dan di masa yang akan datang. Kami berharap kegiatan pengabdian kepada masyarakat di masa yang akan datang dapat lebih terprogram dan terlaksana dengan baik. Sehingga dapat memberikan manfaat yang lebih banyak bagi masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

Advertorial. 2021. "Nasib UMKM Terpinggirkan Di Tengah Pandemi". Dalam <https://tirto.id/nasib-umkm-terpinggirkan-di-tengah->

pandemi- ga1D. Diakses pada 29 Oktober 2021.

Antara. 2020. "Kemenkeu Ungkap Nasib UMKM di Asia Tenggara Akibat Pandemi". Dalam

Haryadi, R. N., et al (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3>

Lidwina, Andrea. 2021. "Berapa Jumlah Pengguna Aktif WhatsApp dan Platform Pesaingnya?". Dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/21/berapa-jumlah-pengguna-aktif-whatsapp-dan-platform-pesaingnya>. Diakses pada 29 Oktober 2021.

Nn. 2020. "Ini Sederet Upaya Pemerintah Memajukan UMKM". Dalam <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/ini-sederet-upaya-pemerintah-memajukan-umkm/>. Diakses pada 29 Oktober 2021.

Nn. 2020. "Luasnya Pasar Pengguna Whatsapp Jadi Potensi Besar Bagi Pebisnis". Dalam

Nn. 2021. "Apa Itu UMKM: Pengertian, Kriteria, dan Contohnya". Dalam <https://money.kompas.com/read/2021/03/26/153202726/apa-itu-umkm-pengertian-kriteria-dan-contohnya?page=all>. Diakses pada 29 Oktober 2021.

Sunarsi, D. (2020). Implikasi Digitalisasi Umkm. Digitalisasi UMKM, 57. <https://bisnis.tempo.co/read/1405851/kemenkeu-ungkap-nasib-umkm-di-asia-tenggara-akibat-pandemi/full&view=ok>. Diakses pada 29 Oktober 2021.

<https://www.sirclo.com/luasnya-pasar-pengguna-whatsapp-jadi-potensi-besar-bagi-pebisnis/>. Diakses pada 29 Oktober 2021.

PELATIHAN KOMPETENSI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DI ERA PANDEMI PADA PELAKU UMKM KELURAHAN BUARAN TANGERANG SELATAN

^{1*}Ichwan Putra Arianto, ²Aceng Hidayat, ³Eko Budi Prasetyo, ⁴Refika Larasati, ⁵Tuti Murni Wati Telaumbanua

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*ichwan2427@gmail.com](mailto:ichwan2427@gmail.com)

Abstrak

Kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) dilaksanakan di Rumah Kesadaran yang berlokasi di kelurahan Buaran Kota Tangerang Selatan yang bertujuan untuk pengembangan kompetensi di era digitalisasi, dengan berinovasi melalui pemanfaatan teknologi informasi, melalui digital marketing pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dapat dengan mudah untuk mengembangkan peluang bisnis, serta untuk meningkatkan penjualan. Kegiatan PKM ini dilakukan dalam bentuk penyuluhan yang disampaikan oleh para narasumber berupa pemaparan materi, demonstrasi dan tanya jawab. Sasaran kegiatan PKM ini adalah para pelaku UMKM yang tergabung dalam organisasi IPEMI (Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia). Kegiatan PKM dihadiri sebanyak 20 peserta yang mengikuti kegiatan penyuluhan dan pelatihan, materi yang disampaikan terkait pemanfaatan digital marketing, hal tersebut berguna bagi pelaku usaha agar tetap bertahan di masa pandemi Covid-19. Adapun faktor pendukung kegiatan PKM ini dapat berjalan dengan baik berkat adanya dukungan dari pihak Rumah Kesadaran, IPEMI, PKK Tangerang Selatan serta pihak dari Universitas Pamulang untuk mengikuti kegiatan tersebut. Sedangkan faktor penghambat yang mempengaruhi iklim usaha adalah kondisi pandemi Covid-19 yang menyerang Indonesia serta minimnya pengetahuan tentang teknologi informasi.

Kata Kunci: Teknologi Informasi, Kompetensi, UMKM

Abstract

The PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) activity is carried out at the Awareness House located in the Buaran sub-district, South Tangerang City which objectives to develop competence in the digitalization era, by using innovating thru the use of information technology, through digital marketing members UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) can easily to increase business opportunities, as properly as to expand sales. This PKM recreation used to be carried out in the form of presented by the expert t of presentations, demonstrations and questions and answers. The target of this PKM exercise is UMKM are members of the IPEMI organisation (Indonesian Muslimah Entrepreneurs Association). The PKM activity was attended through 20 members who took part in counseling and training activities, the material presented associated to the use of digital marketing, this was once beneficial for enterprise to survive during the Covid-19 pandemic. The benefit factors for this PKM activity have been capable to good condition and supporting from the Awareness House, IPEMI, South Tangerang PKK and events from Pamulang University to take part in these activities. Meanwhile, the inhibiting elements that affect the business rules are the Covid-19 pandemic that has attacked Indonesia and limited of knowledge about information technology.

Keywords: Information Technology, Competence, UMKM

PENDAHULUAN

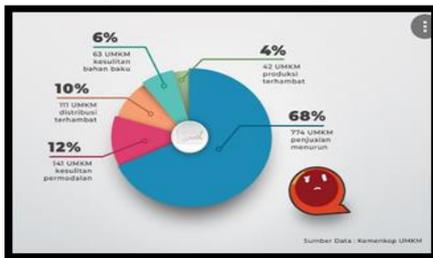
Dunia perekonomian pada saat ini berkembang sangat pesat seiring dengan teknologi yang juga semakin maju, berkaitan dengan hal tersebut maka kegiatan UMKM dituntut untuk lebih meningkatkan kualitas produknya dengan tidak meninggalkan mutu dari bahan bakunya sendiri. Semakin tingginya tingkat persaingan hal yang tidak boleh lepas dari perhatian pihak perusahaan

yaitu pengelolaan sumber daya manusia nya.

Pada awal tahun 2020 Indonesia mulai terserang virus Covid-19, hal tersebut berdampak pada seluruh sektor, baik industri, pendidikan, pariwisata, dan masih banyak lagi. Pada sektor wirausaha mengalami penurunan yang signifikan terkait pencapaian nilai keuntungan, dikarenakan menurunnya nilai penjualan

yang terjadi akibat pandemi Covid-19. Berikut data mengenai penurunan penjualan yang terjadi akibat pandemi Covid-19.

UMKM merupakan salah satu bagian yang sangat penting dari perkembangan perekonomian suatu negara, termasuk Indonesia. Suatu usaha dikatakan UMKM jika memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. UMKM juga dapat menjadi penyerap tenaga kerja di Indonesia sesuai yang dikatakan oleh Sofyan Tan yaitu Direktur Yayasan Ekosistem Lestari (YEL) bahwa 96% dari total tenaga kerja terserap oleh UMKM karena memiliki 3 fleksibilitas usaha yang bagus jika dibandingkan dengan usaha yang lebih besar dengan menghadapi birokrasi dalam melakukan inovasi dalam produk maupun dalam strategi usahanya.



Gambar 1. Sumber: Kemenkop UMKM

Salah satu upaya meningkatkan kompetensi para pelaku UMKM yang termasuk kedalam anggota IPEMI (Ikatan Pengusaha Muslim Indonesia) Tangerang Selatan yang berada di Kelurahan Buaran, dengan memberikan pelatihan kompetensi mengenai teknologi informasi terkait pemanfaatan digital marketing, hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan hasil penjualan.

Dari penelitian tersebut, dapat diketahui bahwa pengembangan Kompetensi sangat diperlukan bagi para pelaku UMKM khususnya organisasi IPEMI (Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia) Tangerang Selatan di Kelurahan Buaran untuk meningkatkan penjualan, hal tersebut berdampak pada kesejahteraan bagi para pelaku UMKM. Oleh karena itu narasumber memaparkan strategi apa yang harus dikeluarkan jika ingin bertahan dalam menghadapi pandemi Covid-19.

Pemanfaatan teknologi informasi berdampak pada peningkatan jumlah produksi, pemasaran dan tentunya volume penjualan, sehingga berpengaruh terhadap

nilai keuntungan yang akan didapat. Metode yang dapat dipilih diantaranya pemanfaatan sosial media (facebook, Instagram), E-Commerce (Shopee, tokopedia), dan WhatsApp application. kewirausahaan (entrepreneurship) melalui penyuluhan dan workshop. Pemaparan oleh narasumber tentu jasa berguna bagi para pelaku usaha, selain itu narasumber melakukan praktek langsung bagaimana cara penggunaan terkait digital marketing.

Dalam pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang dilakukan oleh dosen-dosen UNPAM khususnya dosen Magister Manajemen ini salah satu upaya dalam membekali dan memberikan ilmu pengetahuan dan keterampilan wirausaha kepada para anggota IPEMI dengan tema, "Pelatihan Kompetensi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Era Pandemi Pada Pelaku UMKM Kelurahan Buaran Tangerang Selatan.

METODE

Melihat permasalahan yang dihadapi maka langkah-langkah yang dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran kegiatan ini maka diadakan pendekatan kepada instansi terkait yaitu masyarakat dan pelaku UMKM melalui pelatihan kompetensi terkait digital marketing.

Pemberian Materi PKM dengan tema "Pelatihan Kompetensi Untuk Meningkatkan Penjualan Di Era Pandemi Pada Pelaku UMKM Kelurahan Buaran Tangerang Selatan", disampaikan oleh Aceng Hidayat, selaku Narasumber Kelompok MSDM 2.



Gambar 2. Narasumber Aceng Hidayat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bisnis kunci suksesnya adalah manajemen diri (believe system) dan Support System, aturan main yang jelas dan bisa diimplementasi oleh rekan yang terdapat dalam suatu organisasi, sebuah organisasi akan berhenti ketika hanya dirinya yang bisa dan tidak bisa diturunkan

oleh orang lain. Kunci dari semuanya adalah 3 manajemen yang penting yaitu Manajemen Keuangan, Sumber Daya Manusia dan Pemasaran, ketiganya adalah ujung tombak dari kesuksesan sebuah organisasi, baik dalam situasi pandemi maupun bukan tetap ketiganya sama-sama dibutuhkan.



Gambar 3. Panitia Utama PKM MSDM 2

Dilakukan penandatanganan MOU 3 lembaga yaitu Universitas Pamulang, PKK dan Rumah Kesadaran, ketiganya menjadi mitra strategis dalam rangka membangun potensi hebat dan sumber daya yang ada di Kota Tangsel, salah satunya adalah kontribusi mahasiswa Magister Manajemen Universitas Pamulang.



Gambar 4. Penandatanganan MOU

Kegiatan dimulai pukul 09.00 oleh 2 pembawa acara, yang dibawakan oleh Kak Quliah Alfendah dan Mas Tri Widagdo, acara dihadiri oleh 20 dari perwakilan IPEMI dan PKK Tangerang Selatan. Pada kegiatan tersebut disponsori oleh produk kecantikan JAFRA dan Tokosayur.co serta pemberian buku oleh Pak Nanang Qosim (Naqoy) tentang Wirausaha karya NAQOY CENTER berjudul "Jejak Makna dari nol menjadi pengusaha mulia, sebuah contoh sukses dari pengusaha asal minang bernama Barizal Koto". Hal tersebut membuat seluruh peserta antusias dalam mengikuti kegiatan tersebut.

Sambutan pertama dari Ketua panitia PKM Muhammad Syahid Kadir, kemudian dilanjutkan oleh Ketua PKK Kota Tangsel yang melakukan sambutan adalah Ibu Hj. Tini Benyamin Davnie yang merupakan istri dari Walikota Tangerang Selatan. Selain memberikan pengalaman memimpin

organisasi, beliau juga menceritakan kiat – kiat menjadi pribadi yang unggul, pesannya adalah jika ingin sukses kita harus siap melawan rasa nyaman dan berani melawan ketakutan diri sendiri. Sebagai istri dari Walikota Tangerang Selatan dirinya tidak hanya memilih rasa nyaman saja namun berhasil menjadi teladan yang hebat bagi putra putrinya. Kisah yang diceritakan memberikan pengaruh positif kepada seluruh peserta dan mahasiswa S2 Magister Manajemen UNPAM.



Gambar 5. Sambutan Ibu Hj. Tini Benyamin Davnie

Selanjutnya sambutan dari perwakilan kampus UNPAM diwakili oleh bapak Dr. Ir. Nardi Sunardi, SE., M.M. dan bapak Dr.H.Sugiyanto.,M.M. Setelah dikenalkan lebih dekat dengan sambutan tersebut masyarakat semakin terasas atas keberadaan kampus Unpam dengan program PKMnya, dalam sambutannya beliau menegaskan bahwa pentingnya kesadaran masyarakat bersama instansi pendidikan dalam membangun usaha sukses dimulai dari keluarga.

Pemaparan materi dari Narasumber Mahasiswa UNPAM oleh bapak Aceng Hidayat, beliau berprofesi sebagai Project Manager dibidang usaha kontraktor. Dengan semangat dan antusias menyampaikan kiat – kiat meningkatkan omset penjualan, antara lain dengan memanfaatkan Digital Marketing seperti Media sosial (Facebook, Instagram) dan E-Commerce (Shopee, Tokopedia) dan berinovasi terkait produk yang akan dijual. Selain memberikan informasi terkait tersebut juga mempraktekan cara penggunaannya dan tentu saja sangat berguna bagi UMKM Tangerang Selatan.

Kegiatan PKM ditutup dengan doa oleh Mas Ichwan Putra sebagai wujud rasa syukur

telah berjalannya kegiatan dengan lancar. Selanjutnya dilakukan foto bersama dengan para peserta yang antusias. Kini rasa letih, lelah dan serius memikirkan persiapan PKM terbayar sudah dengan keberhasilan PKM yang luar biasa atas kerjasama para pihak yaitu IPEMI, PKK dan Rumah Kesadaran.



Gambar 6. Mahasiswa, Dosen Pendamping beserta Peserta dari IPEMI & PKK Tangerang Selatan

KESIMPULAN

Motivasi dapat yang terbentuk dari multi sumber, yaitu dari diri sendiri dan lingkungan, dan dapat juga hadir melalui faktor internal dan faktor eksternal. Motivasi adalah kekuatan terbesar yang dapat hadir bagi setiap insan dari dalam hatinya. Kemauan untuk melakukan sesuatu bukan hanya berdasar pada faktor eksternal seperti imbalan atau pujian, namun motivasi dalam hati yang terdalam dapat muncul karena seseorang benar-benar ingin melakukan suatu tindakan. Tanpa adanya dorongan dari luar sekalipun, ia akan tetap terus berusaha demi mencapai tujuan yang diinginkan.

Manfaatnya yaitu dengan diadakannya pelatihan ini ialah untuk membangkitkan motivasi pelaku UMKM menuju terwujudnya pelaku UMKM yang kreatif dan terampil, meningkatkan pendapatan UMKM sehingga terciptanya kesejahteraan, meningkatkan kompetensi bagi masing-masing individu.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, D. (2020, Januari 9). CRM dalam Bisnis : Pengertian, Tujuan dan Manfaat Assauri, Sofjan; 2016; Manajemen Operasi Produksi; Jakarta; PT Raja Grafindo
- Aulia, M. R. 2018. Pengaruh kompetensi kewirausahaan terhadap kinerja usaha kedai kopi skala mikro dan kecil di kota Bogor. Institut Pertanian Bogor

- Bank Indonesia. 2015. Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). Jakarta: Bank Indonesia
- Busthomi. (2020, May 5). Strategi UMKM Bertahan di Tengah Pandemi.
- Dan Usaha Besar (UB). Jakarta: Kementerian Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- Fadhil, R., Maarif, M. S., Bantacut, T., dan Hermawan, A. 2017. Model Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Agroindustri Kopi Gayo dalam.
- Furqon, M. 2019. Analisis Strategis Pengembangan Berbasis Ekonomi Lokal pada UMKM Kopi Muria di Kabupaten Kudus. Universitas Diponegoro
- Haryadi, R. N., Anda Rojali, Khumidin, & M. Fauzan. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM), 1(1), 10-16. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3>
- ICO. 2017. Konsumsi Kopi Indonesia Tahun 2000-2016. KEMENKOP. 2018. Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM)
- Kemenperin. 2014. Kebijakan Pemerintah Dalam Mendorong Industrialisasi Kopi, Kakao, Dan Teh Di Indonesia. Jakarta: Kementerian Perindustrian.
- Kemenperin. 2017. Peluang Usaha IKM Kopi. Jakarta: Ditjen Industri Kecil dan Menengah, Kementerian Perindustrian RI.
- Laoh, J., Sendow, G. M., dan Uhing, Y. 2019. Pengaruh Karakteristik Individu dan Kompetensi Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Karyawan Pada Usaha Rumah Kopi di Manado. Jurnal EMBA 7(4):4620-4629
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional. Jurnal Ekonomi, 123. Persada
- Rasyidatusshalihah, S. 2018. Perancangan Strategi dan Pengukuran Kinerja UMKM dengan Pendekatan Balanced Scorecard (Studi Kasus Rozen Specialty Corner Bogor). Institut Pertanian Bogor.

Retrieved from jurnal entepreuner:
<https://www.jurnal.id/id/blog/pengetiantujuan-manfaat-crm-dalam-bisnis/>

Retrieved from topbusiness.id:
<https://www.topbusiness.id/35074/ini-strategi-umkm-bertahan-ditengah-pandemi.html>

Sahabuddin, R., Arief, A. A., dan Djufri, M. 2019. Analisis Kompetensi Kewirausahaan Pengusaha Warung Kopi Terhadap Kapabilitas Kinerja Usaha di Sulawesi Selatan. Prosiding

Seminar Nasional LP2M UNM - 2019

Sunardi Nardi 2018. Manajemen Produksi dan Operasi. Unpam Press; Edisi1;Banten

Sunarsi, D. (2020). Implikasi Digitalisasi Umkm. Digitalisasi UMKM, 57.

Supriatna, S. dan Aminah, M. 2016. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kopi Luwak (Studi Kasus UMKM Careuh Coffee Rancabali-Ciwiey, Bandung). Jurnal Manajemen dan Organisasi 5(3):227.

MENANAMKAN MORAL KEPADA ANAK MELALUI KREATIFITAS DI DESA CIDOKOM, KEC. GUNUNG SINDUR, KAB. BOGOR, JAWA BARAT

¹Paeno, ²Reni Hindriari, ³Komarudin, ⁴Yossy Wahyu Indrawan, ⁵Agus Suhartono

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*dosen01362@unpam.ac.id](mailto:dosen01362@unpam.ac.id)

Abstrak

Moral merupakan kondisi pikiran, perasaan, ucapan, dan perilaku manusia yang terkait dengan nilai-nilai baik dan buruk. Masa remaja adalah masa yang tak pernah terlupakan, dan merupakan masa yang paling indah. Jika masa itu terlewatkan maka ia akan merasa rugi setidaknya begitulah kata anak-anak remaja sekarang ini. Karna ingin mendapatkan kesenangan di masa remaja, banyak anak-anak remaja mengorbankan uangnya hanya untuk sekedar berfoya-foya merusak dirinya karna tingginya perasaan ingin tau serta dorongan dari teman-temannya dan yang paling menyedihkan mereka tidak menyadari betapa sakitnya orangtuanya mencari nafkah hanya untuk anak-anaknya. Dimulai dengan mengadakan kegiatan edukasi dan memberi ruang agar anak dapat memiliki keberanian dalam hal bereksplorasi dan berekspresi, Taman baca lestari Gg. Lestari Rt.03/02 Kel. Kedaung Kec. Sawangan Depok adalah salah satu yang menjadi sasaran untuk memberikan motivasi serta kegiatan yang dapat menumbuhkan kreativitas pada anak.

Kata Kunci: Moral, Kreatifitas

Abstract

Moral is a state of mind, feeling, speech, and human behavior related to good and bad values. Adolescence is a period that is never forgotten, and is the most beautiful time. If that period is missed then he will feel a loss, at least that's what teenagers say today. Because they want to have fun in their teens, many teenagers sacrifice their money just to spoil themselves because of the high curiosity and encouragement from their friends and the saddest thing is they don't realize how painful it is for their parents to earn a living just for their children. his son. Starting with holding educational activities and providing space so that children can have the courage to explore and express themselves, Taman Baca Lestari Gg. Lestari Rt.03/02 Kel. Kedaung district. Sawangan Depok is one of the targets to provide motivation and activities that can foster creativity in children.

Keywords: Moral, Creativity

PENDAHULUAN

Pengabdian. UNPAM Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa di perguruan tinggi. Pengabdian kepada masyarakat ini untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat yang meliputi berbagai bidang kehidupan, seperti contohnya pelayanan di bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi, dan lain sebagainya.

Kreativitas adalah salah satu kemampuan intelektual manusia yang sangat penting, dan oleh kebanyakan ahli psikologi kognitif dimasukkan ke dalam kemampuan memecahkan masalah. Moral merupakan kondisi pikiran, perasaan, ucapan, dan perilaku manusia yang terkait

dengan nilai-nilai baik dan buruk. Masa remaja adalah masa yang tak pernah terlupakan, dan merupakan masa yang paling indah. Jika masa itu terlewatkan maka ia akan merasa rugi setidaknya begitulah kata anak-anak remaja sekarang ini. Karna ingin mendapatkan kesenangan di masa remaja, banyak anak-anak remaja mengorbankan uangnya hanya untuk sekedar berfoya-foya merusak dirinya karna tingginya perasaan ingin tau serta dorongan dari teman-temannya dan yang paling menyedihkan mereka tidak menyadari betapa sakitnya orangtuanya mencari nafkah hanya untuk anak-anaknya. Tapi, banyak juga remaja yang menyadari hal itu.

Kreativitas adalah salah satu kemampuan intelektual manusia yang sangat penting, dan oleh kebanyakan ahli psikologi kognitif dimasukkan dalam kemampuan memecahkan masalah. Kreativitas juga sering disebut berpikir kreatif. Di bidang lain misalnya manajemen dan teknologi, kreativitas sering disebut berpikir inovatif. Semua istilah ini berkaitan dengan usaha menemukan, menghasilkan atau menciptakan hal-hal baru. Kreativitas dapat didefinisikan sebagai aktivitas kognitif atau proses berpikir untuk menghasilkan gagasan-gagasan yang baru dan berguna.

Hal penting lain dari teori perkembangan moral Kohlberg adalah orientasinya untuk mengungkapkan moral yang hanya ada dalam pikiran dan yang dibedakan dengan tingkah laku moral dalam arti perbuatan nyata. Semakin tinggi tahap perkembangan moral seseorang, akan semakin terlihat moralitas yang lebih mantap dan bertanggungjawab dari perbuatan-perbuatannya.

Penggunaan kegiatan *storytelling* pada anak usia dini dalam rangka mendidik dapat dikatakan sangat efektif. Karena pada masa ini, anak usia dini memiliki imajinasi, rasa ingin tahu, serta daya tangkap yang besar. Bukan hanya orang dewasa saja, anak-anak juga termasuk makhluk yang senang akan hal-hal menarik. Tentunya, agar kegiatan *storytelling* dapat menarik perhatian dan minat pendengarnya, biasanya *storytelling* dapat dilakukan dengan berbagai media atau alat peraga contohnya menggunakan media boneka tangan atau wayang.

Maka dari itu, kegiatan *storytelling* bagi anak usia dini dapat dikatakan efektif sebagai metode pendidikan, penanaman nilai-nilai moral atau stimulasi perkembangan anak. Dalam kegiatan *storytelling* dengan anak usia dini tentunya sebagai orang tua, guru maupun seorang *storyteller* harus memperhatikan beberapa hal-hal yang harus dilakukan dalam bercerita, pesan moral apa saja yang disampaikan, tahapan dalam melakukan kegiatan *storytelling* serta proses pelaksanaan *storytelling* agar dapat berjalan dengan baik sesuai tujuan yang ingin dicapai.

Di dalam *storytelling* terdapat elemen-

elemen penting diantaranya yaitu, cerita, alur cerita, pesan moral, gaya, intonasi atau suara, kontak mata, gerak tubuh (*gesture*), mimik wajah dan alat peraga. Elemen-elemen inilah yang dapat mempengaruhi proses kegiatan *storytelling* dapat dilakukan secara maksimal atau tidak. Seperti yang sudah dikatakan sebelumnya, *storytelling* memiliki beberapa jenis diantaranya sebagai berikut:

1. Cerita Fabel

Fabel yaitu cerita yang berisi tentang kehidupan para binatang yang digambarkan dapat berbicara seperti manusia. Biasanya cerita jenis ini yang paling disenangi oleh anak-anak karena daya tarik anak-anak terhadap hewan atau binatang masih sangat tinggi. Contoh cerita fabel yaitu kelinci dan kura-kura, Si Kancil.

2. Cerita Dongeng

Dongeng adalah sebuah cerita khayalan atau imajinasi yang tidak nyata. Cerita ini berasal dari pemikiran fantasi seseorang saja dan diceritakan secara turun-temurun. Contoh cerita dongeng yaitu Cinderella, Rapunzel dan lain-lain.

3. Cerita rakyat atau legenda

Cerita rakyat atau legenda adalah cerita yang berasal dari masyarakat pada masa lalu yang dijadikan ciri khas suatu daerah dan berkaitan dengan budaya maupun sejarah dari daerah tersebut. Contoh cerita rakyat atau legenda adalah *timun mas*, *Malin Kundang*, danau Toba dan sebagainya.

Selain jenis-jenis *storytelling*, banyak juga manfaat yang didapat dari kegiatan ini. Mengutip dari Dewi (2011) ada sembilan manfaat dari *storytelling* diantaranya yaitu merangsang kemampuan berpikir anak, memberikan kesenangan dan kegembiraan serta membangkitkan imajinasi pada anak, memberikan pengalaman dan wawasan baru yang lebih luas pada anak, mengembangkan kemampuan berbahasa pada anak, menghubungkan kata-kata dengan imajinasi anak, membangun visualisasi, mempelajari sifat dan karakter, memberikan inspirasi dari berbagai kepribadian dan dapat mengembangkan kemampuan menganalisis.

Metode kegiatan yang digunakan adalah dengan cara survey dan kitamendatangi Masjid Jami Al Barkah yang

berada di Jl. SD Melati. NO. 17RT 04 RW 03. Desa Cidokom Kec Gunung Sindr. Kab Bogor Jawa Barat.

Dengan Metode penanaman moral yang dapat digunakan untuk menanamkan moral pada anak usia dini yaitu (1) metode bercerita; (2) metode bernyanyi, (3) metode bermain peran dan (4) metode pembiasaan dalam berperilaku. Diharapkan dengan rangkaian kegiatan tersebut, anak memiliki pemahaman moral lebih baik.

Storytelling dapat dilakukan oleh semua orang dari berbagai kalangan, bahkan anak usia dini sekalipun. Pembicara melakukan *storytelling* untuk dapat menyampaikan contoh perilaku bermoral dengan cara yang lebih dipahami oleh peserta. *Storytelling* merupakan kegiatan bercerita berdasarkan urutan kejadian tertentu yang biasanya dilakukan secara lisan. Dalam penyampaian *storyteller* dapat menggunakan media atau alat bantu yang menarik berupa buku, foto, gambar, video, boneka lalu bisa dikombinasikan dengan gerakan, suara dan alat peraga. Hal ini dilakukan untuk memudahkan *storyteller* dalam menyampaikan isi cerita, informasi, pesan yang terkandung dalam cerita tersebut.

METODE

Metode yang digunakan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini yaitu metode virtual melalui aplikasi *zoommeeting* bersama anggota karang tarunadengan menjelaskan materi menggunakan metode virtual dikarenakan adanya PSBB (pembatasan berskala besar) akibat adanya covid 19. Kegiatan dilaksanakan dengan memberikan wawasan dan diskusi akan pentingnya kesadaran lingkungan kepada pemuda karang taruna desa dan juga kepada masyarakat sekitar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini menjelaskan bagaimana pentingnya penanaman moral pada anak usia dini, karena anak usia dini sekarang sudah harus diberikan pemahaman moral untuk mengontrol perilaku mereka yang sedang dalam masa tumbuh kembang. Cara menjelaskan moral kepada anak-anak yaitu melalui kreativitas dengan bermain dan memberikan cerita yang memiliki pesan

moral kepada anak. Perkembangan nilai-nilai moral adalah kemampuan anak untuk mampu bersikap dan bertingkah laku. Islam telah mengajarkan nilai-nilai positif yang bermanfaat dalam kehidupan bermasyarakat. Hal ini menyebabkan perlunya pengembangan pembelajaran terkait nilai-nilai moral, hasil analisis melalui pembahasan ditemukan metode penting bagi pengembangan nilai-nilai moral pada anak usia dini yaitu dengan cara: bercerita, bernyanyi, bersyair, karyawisata, pembiasaan, bermain, outbond, diskusi dan keteladanan dari cerita.

Penjelasanmenanamkanpendidikan moral pada anak-anak desa cidokom diharapkan dapat mencegah anak-anak dari pergaulan bebas, kenakalan remaja dan bisa menciptakan generasi muda yang berkualitas di masa depan dan juga dapat menumbuhkan perilaku sesuai nilai moral sehingga anak dapat memahami baik buruk, salah benar, dan menerapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dan untuk kerjasama lainnya, diharapkan tim pengabdian kepada masyarakat dari program studi Manajemen UNPAM dapat kembali memberikan solusi-solusinya terhadap masalah-masalah yang dihadapi dalam masyarakat yang berkaitan dengan moral.

PENUTUP

Acara kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat oleh Universitas Pamulang yang dilakukan telah berjalan dengan lancar dan mendapat sambutan hangat dari tempat pelaksanaan kegiatan ini yaitu Masjid Jami Al Barkah Jl. SDN Melati. NO.17 RT 03 RW 03. Desa Cidokom Kec Gunung Sindr. Kab Bogor Jawa Barat.

Harapan kami dengan pengabdian ini dapat membantu anak-anak di Desa Cidokom agar menambah wawasan betapa pentingnya menanamkan moral sejak dini supaya menjadi pribadi yang lebih baik dalam berperilaku, sopan santun kepada orang yang lebih tua dan menjadi lebih mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Artikel Kemendikbud, Pusat Pengembangan dan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan Taman Kanak-Kanak dan Pendidikan Luar Biasa, "Meningkatkan Kreativitas Anak Usia Dini Melalui Berbagai Permainan." <https://p4tktkplb.kemdikbud.go.id/index.php/pages/sejarah-lembaga/meningkatkan-kreativitas-anak-usia-dini-melalui-berbagai-permainan>
- E. S. Cahyaningrum, S. Sudaryanti, and N. A. Purwanto, "Pengembangan Nilai-Nilai Karakter Anak Usia Dini Melalui Pembiasaan Dan Keteladanan," *J. Pendidik. Anak*, vol. 6, no. 2, pp. 203–213, 2017, doi: 10.21831/jpa.v6i2.17707.
- Mukhamad Murdiono, "Metode Penanaman Nilai Moral Untuk Anak Usia Dini," *Metod. Penanaman Nilai Moral Untuk Anak Usia Dini*, vol. 38, no. 2, pp. 167–186, 2008, doi: 10.21831/jk.v38i2.20730.
- Yuangga, K. D., *et al.* (2021). Penyuluhan Management Creative Dalam Mendongkrak Inovasi Dan Memajukan Usaha Pada Sai Silver Bali. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 4(1), 46-52.

MENGEMBANGKAN KREATIFITAS REMAJA DAN MEMANFAATKAN SOSIAL MEDIA UNTUK PROMOSI USAHA DI MASA PANDEMI DI RT. 001/ RW. 008, CIRENDEU

¹Jasmani, ²Udin Ahidin, ³Pranoto, ⁴Baliyah Munadjat, ⁵Devi Fitria Wilandari

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*dosen01770@unpam.ac.id](mailto:dosen01770@unpam.ac.id)

Abstrak

Dalam proses pertumbuhan dan perkembangannya terdapat generasi muda yang menyandang permasalahan sosial seperti kenakalan remaja, penyalahgunaan obat dan narkoba, anak jalanan dan sebagainya baik yang disebabkan oleh faktor dari dalam dirinya (internal) maupun dari luar dirinya (eksternal). Jika hal ini tidak segera ditanggulangi akan dapat mengancam keberadaan dan kelangsungan hidup bangsa dan negara. Penurunan peranan dan kualitas diri terjadi di kalangan muda, kreativitas, kemauan, dan kemampuan mengembangkan pemikiran untuk membangun bangsa yang ditujukan untuk kaderisasi yang baik dan berkompeter akan mengalami hambatan. Oleh karena itu perlu adanya upaya, program

Dalam proses pertumbuhan dan perkembangannya, terdapat generasi muda yang menyandang permasalahan sosial seperti kenakalan remaja, penyalahgunaan obat dan narkoba, anak jalanan dan sebagainya baik yang disebabkan oleh faktor dari dalam dirinya (internal) maupun dari luar dirinya (eksternal). Jika hal itu tidak segera ditanggulangi akan dapat mengancam keberadaandan kelangsungan hidup bangsa dan negara. Penurunan peranan dan kualitas diri terjadi di kalangan generasi muda, kreativitas, kemauan, dan kemampuan mengembangkan pemikiran untuk membangun bangsa yang ditujukan untuk kaderisasi yang baik dan berkompeter akan mengalami hambatan. Oleh karena itu perlu adanya upaya, program dan kegiatan yang secara terus menerus melibatkan peran serta semua pihak baik keluarga, lembaga pendidikan, organisasi pemuda, masyarakat dan terutama generasi muda itu sendiri. Di lokasi pengabdian, banyak remaja dari kalangan usia sekolah maupun yang telah lulus saat pandemic tidak memiliki kegiatan yang dapat mengasah kemampuan, keterampilan dan kreatifitas mereka. Padahal kreatifitas sangat dibutuhkan, terutama untuk dapat survive di masa pandemic ini. Kreatifitas dalam menciptakan usaha atau kreatifitas lain untuk menghilangkan stress di kala pandemic. Selain itu, penggunaan sosial media di kalangan remaja juga sangat tinggi.

Kata Kunci: Jiwa Kreatif, Sosial Media, Promosi

Abstract

In the process of growth and development, there is a young generation who suffers from social problems such as juvenile delinquency, drug and narcotics abuse, street children and so on, both caused by internal (internal) and external (external) factors. If this is not addressed immediately, it will threaten the existence and survival of the nation and state. The decline in the role and quality of self occurs among the younger generation, creativity, willingness, and ability to develop thoughts to build a nation aimed at good and competent regeneration will experience obstacles. Therefore, it is necessary to have efforts, programs and activities that continuously involve the participation of all parties, including families, educational institutions, youth organizations, the community and especially the younger generation themselves. At the service location, many teenagers from school age or who have graduated during the pandemic do not have activities that can hone their abilities, skills and creativity. Though creativity is needed, especially to be able to survive in this pandemic. Creativity in creating a business or other creativity to relieve stress during a pandemic. In addition, the use of social media among teenagers is also very high.

Keywords: Creative Spirit, Social Media, Promotion

PENDAHULUAN

Pemuda atau remaja merupakan salah satu generasi harapan bangsa yang

keberadaannya sangat berperan dalam proses pembangunan bangsa, baik pembangunan di bidang ekonomi, politik,

sosial dan budaya. Suatu bangsa yang besar sangat ditunjang oleh generasi mudanya, bagaimana sebuah negara bisa maju dan berkembang bila generasi mudanya tidak mempunyai kemampuan, keahlian baik dalam bidang pengetahuan, keterampilan yang dapat menunjang kehidupannya.

Demi mencapai tujuan nasional dilaksanakan berbagai upaya pembangunan dan pemberdayaan disegala bidang, baik sumber daya alam maupun sumber dayamansuianya. Salah satu sumber daya yang sering menjadi permasalahan yaitu sumberdaya manusia, yang berhubungan erat dengan kualitas manusia yang pada dasarnya sumber daya manusia itu adalah bagian dangenerasimuda.Karena generasi muda inilahyang kelak akan meneruskan tongkat estafet kepemimpinan dimasa yang akan datang, sehingga kita membutuhkan generasi yang terampil, berakhlak, bermoral serta cinta tanah air dan dapat diandalkan di tengah masyarakat terutama bangsadan negara.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan balai warga RT.003 /RW.008 Kelurahan Cirende, yang sebelumnya telah berkordinasi dan mendapatkan izin dari forum masyarakat di RT.003 /RW.008 Kelurahan Cirende. PKM ini dilaksanakan selama 3 hari, dimulai dari tanggal 28, 29 dan 30 Oktober 2021.

Penurunan peranan dan kualitas diri terjadi di kalangan generasi muda, kreativitas, kemauan, dan kemampuan mengembangkan pemikiran untuk membangun bangsa yang ditujukan untuk kaderisasi yang baik dan berkompeten akan mengalami hambatan. Oleh karena itu perlu adanya upaya, program dan kegiatan yang secara terus menerus melibatkan peran serta semua pihak baik keluarga, lembaga pendidikan, organisasi pemuda, masyarakat dan terutama generasi muda itu sendiri.

Di RT.003/RW.008 Kelurahan Cirende banyak remaja dari kalangan usia sekolah maupun yang telah lulus saat pandemik tidak memiliki kegiatan yang dapat mengasah kemampuan, keterampilan dan kreatifitas mereka. Padahal kreatifitas sangat dibutuhkan, terutama untuk dapat survive dimasa pandemic ini. Kreatifitas dalam menciptakan usaha atau kreatifitas

lain untuk menghilangkan stress di kala pandemi. Selain itu, penggunaan sosial media di kalangan remaja juga sangat tinggi. Namun penggunaan sosial media masih hanya sebatas untuk melihat informasi dan hiburan, padahal sosial media dapat dijadikan media untuk mempromosikan usaha atau bisnis kratif yang sedang atau akan dijalankan oleh masyarakat. Oleh karena itu, kami berinisiatif untuk melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di Di RT.003/RW.008

Kelurahan Cirende, yang sebelumnya telah berkordinasi dan mendapatkan izin juga dari forum masyarakat Di RT.003/RW.008 Kelurahan Cirende (FORMASI38).

METODE

Kegiatan dilakukan secara offline dengan tetap memperhatikan prokoto kesehatan. Remaja dilingkungan RT.003 /RW.008 Kelurahan Cirende yang datang diwajibkan menggunakan masker, mencuci tangan dahulu dengan *handsanitizer* yang telah disediakan dan adanya pengukuran suhu tubuh serta jarak duduk antara para remaja 1 meter.

Untuk materi yang disampaikan oleh ketua PKM dilakukan dengan menggunakan layar dan proyektor. Hal ini dilakukan agar penyampaian bisa lebih dipahami dan tentunya juga lebih menarik ketika melakukan penyampaian materi.

Metode Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini diantaranya Pemberian Materi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Perekonomian di Era Pandemi. Dalam memberikan materi pemanfaatan media sosial ini, akan dibahas mengenai peran media sosial dalam memasarkan produk, hal ini agar pihak mitra yaitu pemuda anggota karang taruna Dharma Temaja Sumurunggul bisa menyalurkan kreatifitasnya dalam membuka usaha kreatif dan inovatif di masa pandemi covid 19 dan bisa memanfaatkan peran media sosial dengan baik untuk memasarkan produk secara online.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kemampuan keterampilan dan kreatifitas remaja perlu dikembangkan sebagai Langkah pertama upaya

pembangunan sumber daya manusia yang pada akhirnya dapat membangun bangsa, baik pembangunan dibidang ekonomi, politik, social dan budaya. Kondisi remaja yang dekat dengan teknologi menjadi potensi tersendiri bagi mereka, kedekatan para remaja dengan teknologi sebagai modal dasar mengarahkan mereka supaya memaksimalkan penggunaan teknologi, untuk hal-hal yang bermanfaat dan bernilai. Penggunaan teknologi yang maksimal ini, dapat mendorong kreatifitas para remaja. Sosial media sebagai salah satu bentuk penggunaan teknologi yang dapat mendorong kreatifitas remaja, yakni dengan menjadikan social media tersebut sebagai media promosi usaha atau bisnis kreatif yang sedang atau akan dijalankan oleh masyarakat.

Kreativitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan hal baru yang belum pernah ada sebelumnya. Proses untuk menghasilkan hal baru tersebut dapat berasal dari proses imajinatif dari penciptanya sendiri, dapat juga berasal dari informasi dan pengalaman sebelumnya mengenai hal yang akan diciptakan, kemudian pencipta melakukan penggabungan dan pembaharuan dari karya maupun gagasan yang pernah ada untuk menghasilkan karya maupun gagasan yang baru, dan berbeda dengan karya yang telah ada sebelumnya. Kreativitas sebagai sebuah proses atau kemampuan yang mencerminkan kelancaran, keluwesan (fleksibilitas) dan orisinalitas dalam berpikir, serta kemampuan untuk mengelaborasi (mengembangkan, memperkaya, memperinci) suatu gagasan. Pengertian ini lebih menekankan aspek proses perubahan (inovasi dan variasi).

Menemukan cara di luar hal yang biasa atau *Thinking out of the box*, sangat di tuntut oleh semua pihak sehingga muncul istilah pemikiran "*antimeanstream*". Sebagai mahasiswa kita dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif. Kreatif dalam menemukan ide baru dan inovatif dalam mencari cara-cara baru untuk mensiasati permasalahan yang ada. Menurut para ahli, seseorang yang kreatif bukanlah selalu menemukan hal baru, namun ia selalu melihat segala sesuatu dengan cara berbeda dan baru, dan biasanya tidak dilihat oleh orang lain. Orang yang

kreatif, pada umumnya mengetahui permasalahan dengan sangat baik dan disiplin, biasanya dapat melakukan sesuatu yang berbeda dari cara-cara yang biasa. Proses kreativitas melibatkan adanya ide-ide baru, bermanfaat, meskipun kadang tidak dapat diimplementasikan. Wadah lainnya yang sangat nyata adalah tersedianya organisasi-organisasi siswa di ruang lingkup sekolah itu sendiri. Dari sana tentunya dengan adanya kegiatan yang ada, serta proyek-proyek yang diberikan, jelas dapat membantu untuk mengasah potensi diri dalam bidang kreatif dan inovatif.

Dari berbagai teori, kreativitas di bagi menjadi berbagai macam sampai dengan mendapatkan inovasi, yaitu:

1. Menciptakan sesuatu yang belum pernah ada menjadi ada;
2. Menyampaikan ide kreatif, agar kreatifitas tersebut dapat diketahui oleh orang lain;
3. Menciptakan sebuah kreasi yang jika digunakan orang lain, manfaatnya dapat dirasakan serta membuatnya menjadi kreatif;
4. Mewujudkan kreativitas level-level sebelumnya menjadi bermanfaat bagi seluruh masyarakat;
5. Inovasi baru yang berarti menciptakan kreativitas-kreativitas atau inovasi baru.

Dengan kreativitas dan inovasi yang optimal oleh mahasiswa dengan tentunya atas bimbingan dosen maka akan muncul karya karya inovatif yang bermanfaat bagi masyarakat, sehingga kepedulian mahasiswa untuk membumikan hasil karya akan semakin tinggi.

Menurut Suryana (2015), untuk memulai usaha baru atau merintis usaha baru, modal utama yang harus ada pertama kali adalah ide, baik itu ide untuk melakukan proses imitasi dan duplikasi, ide untuk melakukan pengembangan atau ide untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Setelah ada ide, lakukan analisis kelayakan usaha termasuk analisis kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Dalam pemberian materi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Perekonomian di Era Pandemi oleh mahasiswa - mahasiswa menggunakan alat bantu berupa aplikasi google meet dikarenakan kondisi pandemic covid 19 yang masih berlangsung. Oleh sebab itu tim

PKM menghindari kerumunan supaya dapat membantu memutus rantai penyebaran covid 19. Tahap kedua yaitu :

Diskusi dan Tanya Jawab antara peserta kepada tim PKM, kemudian TIM PKM yang merupakan mahasiswa – mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pamulang menanggapi dan menjawab pertanyaan yang diajukan oleh para peserta, pertanyaan yang diajukan seperti : teknik pengambilan gambar dengan menggunakan kamera handphone, menentukan komposisi gambar terkait dengan kepentingan periklanan, menyusun kalimat-kalimat persuasif untuk menarik minat pelanggan di media sosial, melakukan riset sederhana mengenai produk apa saja yang sedang digemari saat ini hingga bagaimana pengenalan produk tersebut apabila menggunakan produk yang baru.. Solusi yang diberikan kepada anggota karang taruna adalah mengenai cara memanfaatkan peluang usaha dengan menggunakan beberapa media sosial yang sudah sering digunakan oleh remaja, seperti instagram, facebook, dan Tik Tok, tak terkecuali aplikasi komunikasi yang menjadi aplplikasi komunikasi sejuta umat saat ini; Whatsapp. Ada beberapa aturan yang tentu sangat berbeda untuk meningkatkan penjualan produk dengan pemanfaatan sosial media tersebut.

PENUTUP

Objek Pengabdian kepada masyarakat ini adalah para remaja dari RT.003 /RW.008 Kelurahan Cirendeuh. Sama seperti remaja kebanyakan, remaja-remaja RT.003 /RW.008 Kelurahan Cirendeuh memiliki kecenderungan bermain sosial media untuk menunjang eksistensi dan berhubungan dengan lebih banyak orang. Beberapa diantaranya memiliki produk usaha mikro yang apabila dengan pendampingan kewirausahaan yang serius dapat berkembang dengan pesat.

Team PKM bekerja sama dengan Karang Taruna RT.003 /RW.008 Kelurahan Cirendeuh, ingin memberikan stimulus dengan melakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini ingin mengembangkan kreatifitas dengan memanfaatkan hal yang sangat familiar oleh mereka, yaitu sosial media. Team PKM juga

ingin pengembangan kreatifitas ini tidak terhenti pada penggunaan sosial media dengan baik saja, namun juga untu mereka yang memiliki usaha mandiri dapat membantu sebagai edukasi dalam berpromosi dengn menggunakan media sosial dengan baik dan tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, A., & Sunarsi, D. (2020). Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 702-714. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.is3.pp702-714>
- Haikal, H., et al. (2021). Penyuluhan Pemanfaatan Media Sosial Bagi Perkembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Pada Masyarakat Desa. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 1(3).
- Haryadi, R. N., et al. (2021). Sosialisasi Penggunaan Online Shop berbasis Website di UMKM Cimanggis. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 10-16. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.3>
- Herawati, E., et al. (2021). Pelatihan Kewirausahaan bagi Remaja Karang Taruna di Desa Dayeuh. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 17-21. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i1.4>
- Prasetyo, B. D., et al. (2021). Pelatihan Strategi Bersaing Sumber Daya Manusia Di Era 5.0 Pada Masyarakat Desa. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 1(4).

MENGIMPLEMENTASIKAN GERAKAN SADAR LINGKUNGAN KEPADA MASYARAKAT SETEMPAT

^{1*}Sutrisno, ²Yanurianto, ³Hadi Winata, ⁴San Ridwan Maulana, ⁵Abdul Khoir

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*dosen00035@unpam.ac.id](mailto:dosen00035@unpam.ac.id)

Abstrak

Kepedulian umat manusia terhadap lingkungan hidup pada saat ini sudah merupakan kepedulian global dalam rangka kepentingan hidup umat manusia. Kepedulian sekelompok manusia saja terhadap lingkungan hidup tentu tidak cukup, oleh karena perubahan suatu lingkungan yang dampaknya bukan saja terbatas secara lokal, tetapi berdampak global. Permasalahan lingkungan hidup semestinya bukan lagi menjadi suatu permasalahan yang bersifat individual, atau mereka yang berstempel sebagai aktivis lingkungan, atau pemangku kebijakan beberapa negara saja, melainkan telah menjadi bagian dan tanggung jawab bersama umat manusia yang merasa masih mau hidup di muka bumi ini. Oleh karena itu, pengabdian masyarakat dengan tujuan menyadarkan dan menumbuhkan pemahaman warga sekitar tentang lingkungan.

Kata Kunci: Sadar Lingkungan, Karang Taruna

Abstract

Humanity's concern for the environment at this time has become a global concern in the context of the interests of human life. The concern of a group of humans for the environment is certainly not enough, because of changes in an environment whose impact is not only limited locally, but has a global impact. Environmental problems should no longer be an individual problem, or those who have the stamp as environmental activists, or only policy makers of several countries, but have become part of and shared responsibility for human beings who feel they still want to live on this earth. Therefore, community service with the aim of awakening and growing the understanding of local residents about the environment.

Keywords: Environmentally Conscious, Youth Organization

PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dari tim dosen dan mahasiswa Universitas Pamulang hadir di Cimone Jaya, Kec. Karawaci Kota Tangerang Banten, Selain sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan, kegiatan ini sebagai kegiatan berbagi pengetahuan dan wawasan dengan bentuk penyuluhan yang menggunakan teknik group discussion untuk lebih dapat menumbuhkan kesadaran terhadap lingkungan sekitar di tengah pandemi. Penyuluhan yang bertujuan menumbuhkan kesadaran lingkungan pada anggota Karang Taruna ini ini semata-mata untuk membangun kepedulian, mental positif dan optimisme, terutama menanamkan rasa kepekaan terhadap lingkungan sekitar. Acara ini juga sebagai motivasi dengan pendekatan milenial yang tentunya akan

menjadi modal yang kuat dalam menciptakan program-program di masyarakat yang bagus dan kekinian.

Tim pengusul pengabdian kepada masyarakat berharap respon dan antusias civitas akademika, khususnya mahasiswa Karang Taruna Cimone Jaya, Kec. Karawaci Kota Tangerang Banten dalam membentuk jiwa yang peduli terhadap keadaan (kebersihan dan kesehatan lingkungan) hingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat tidak hanya berhenti pada kegiatan penyuluhan ini tetapi dapat berkelanjutan sesuai kebutuhan penyusunan program kerja Karang Taruna, terutama yang berkaitan dengan lingkungan sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan yang bersih dan sehat.

Istilah Lingkungan Hidup berasal dari

kata "Environment" (lingkungan sekitar), yang oleh Michael Allaby diartikan sebagai "The physical, chemical, and biotic condition surrounding an organism", sedangkan Emil Salim mengemukakan bahwa secara umum lingkungan hidup dapat diartikan sebagai benda, kondisi dan keadaannya, serta pengaruh yang terdapat pada ruang yang kita tempati dan mempengaruhi makhluk hidup, termasuk kehidupan manusia.

Dalam Undang-Undang No. 4 Tahun 1982 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Pengelolaan Lingkungan Hidup, dinyatakan bahwa Lingkungan Hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya dan keadaan, makhluk hidup termasuk manusia dan perilakunya yang mempengaruhi kelangsungan perikehidupan dan kesejahteraan manusia dan makhluk hidup lainnya.

Dari berbagai dimensi tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa lingkungan hidup pada dasarnya terdiri atas 4 unsur, yaitu materi, energi, ruang dan kondisi/situasi setempat, dengan uraian sebagai berikut :

a. Unsur Materi.

Materi adalah zat yang dapat berbentuk biotik (hewan, tumbuhan, manusia), atau abiotik (tanah, air, udara, dsb). Kedua unsur tersebut mempunyai hubungan timbal balik, dan saling pengaruh mempengaruhi secara ekologis.

b. Unsur Energi

Semua makhluk yang bergerak untuk dapat hidup memerlukan energi, demikian pula untuk dapat berinteraksi diperlukan adanya energi.

Sumber energi yang berlimpah berasal dari cahaya matahari, energi ini dapat menyebabkan pohon dan tumbuhan yang berdaun hijau akan dapat melakukan proses fotosintesis untuk tumbuh menuju suatu proses kehidupan. Demikian pula dengan biji-biji dapat tumbuh dan berkembang karena adanya energi matahari ini.

c. Unsur Ruang

Ruang adalah tempat atau wadah dimana lingkungan hidup berada, suatu ekosistem habitat tertentu akan berada pada suatu ruang tertentu, artinya mempunyai batas-batas tertentu yang dapat dilihat secara fisik. Dengan mengetahui ruang habitat suatu

ekosistem maka pengelolaan lingkungan dapat lebih mudah ditangani secara spesifik.

d. Unsur Kondisi/Situasi

Kondisi atau situasi tertentu dapat mempengaruhi lingkungan hidup, misalnya karena desakan ekonomi masyarakat pada suatu daerah tertentu, maka penduduk di wilayah tersebut terpaksa melakukan pembakaran hutan untuk usaha pertanian, yang dapat menimbulkan ancaman erosi lahan

METODE

Metode yang digunakan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini yaitu metode virtual melalui aplikasi zoommeeting bersama anggota karang tarunadengan menjelaskan materi menggunakan metode virtual dikarenakan adanya PSBB (pembatasan berskala besar) akibat adanya covid 19. Kegiatan dilaksanakan dengan memberikan wawasan dan diskusi akan pentingnya kesadaran lingkungan kepada pemuda karang taruna desa dan juga kepada masyarakat sekitar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan gerakan sadar lingkungan ini berkaitan dengan upaya mengurangi dampak lingkungan yang ditimbulkan terhadap bumi, sebagai contoh melalui pola produksi dan konsumsi yang sewajarnya. Pertumbuhan ekonomi merupakan indikator penting dalam mewujudkan kesejahteraan warga. Namun demikian, pertumbuhan ekonomi yang diciptakan harus mempertimbangkan keberlanjutan. Oleh karena itu, diperlukan langkah pengurangan jejak ekologi dengan mengubah cara memproduksi dan mengkonsumsi makanan dan sumber daya lainnya.

Efisiensi dalam pengelolaan sumber daya alam milik bersama, serta upaya mengurangi sampah beracun dan polutan adalah target penting untuk meraih tujuan ini. Salah satunya dengan mendorong warga, dunia usaha, serta konsumen untuk mendaur ulang dan mengurangi sampah. Untuk itulah, diperlukan pergeseran aktivitas produksi dan konsumsi yang lebih berkelanjutan.

Diperlukan kebijakan desa yang kondusif dan memiliki perspektif pelestarian lingkungan. Salah satunya ditentukan dengan penanganan limbah dan sampah sesuai kebutuhan. Penanganan sampah secara benar mendukung terciptanya pola produksi dan konsumsi yang berkelanjutan.

Dampak lain dari pola konsumsi ini adalah timbunan sampah yang dapat memicu banjir. Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika (BMKG) mengungkapkan bahwa bencana banjir diakibatkan curah hujan ekstrem. Penyebab lain yang mengakibatkan banjir adalah besarnya limpasan air dari daerah hulu; serta berkurangnya tempat penyimpanan air banjir, seperti waduk dan danau. Menanggapi bencana ini, masyarakat diimbau untuk terus meningkatkan kesadaran terhadap lingkungan dan persoalan lainnya yang menjadi penyebab banjir.

Kesadaran terhadap lingkungan tidak cukup dengan peringatan Hari Lingkungan Hidup Nasional yang diperingati setiap tanggal 10 Januari saja. Sejauh ini, kesadaran terhadap lingkungan dan apa saja aksi dalam memelihara lingkungan adalah hal yang dapat dilakukan secara kontinyu dan berkala.

Tindakan peduli terhadap lingkungan dapat kita lakukan dengan berbagai hal. Salah satunya adalah dengan mengelola sampah yang baik dan bijak. Di beberapa negara, kesadaran untuk memperhatikan lingkungan, khususnya sampah justru diatur dalam peraturan negara mereka. Peduli akan lingkungan seakan-akan tidak berdasarkan inisiatif sendiri, melainkan karena rasa keterikatan terhadap peraturan negara. Sedangkan di Indonesia, menurut Manajer Bank Sampah Bersinar (BSB), John Sumual, M.P.M., "Kultur masyarakat Indonesia masih kental dengan budaya *"wani piro"* untuk peduli terhadap masalah sampah".

Sampah merupakan barang atau benda sisa pakai manusia, seperti plastik bekas; sisa makanan dan minuman; barang-barang bekas; dan beberapa sampah lainnya. Masalah sampah ini merupakan tanggung jawab kita dan harus dikelola dengan baik dan bijak untuk mengurangi resiko terjadinya kerusakan lingkungan akibat

sampah serta mengancam kehidupan makhluk hidup lainnya.

Wujud peduli terhadap lingkungan dapat kita lakukan dengan meminimalkan penggunaan plastik dalam kehidupan sehari-hari. Sampah plastik merupakan salah satu jenis sampah yang sulit terurai. Hal yang sama juga turut dijelaskan oleh akun Instagram @id_nature. Akun ini menerangkan bahwa ada lima jenis plastik yang sulit terurai, yaitu botol plastik (50-80 tahun); kemasan *sachet* (50-80 tahun); kantong plastik (10-20 tahun); *styrofoam* (450 tahun); dan sedotan plastik (20 tahun).

Beberapa sampah sebenarnya dapat bernilai jika dikumpulkan dan dimanfaatkan kembali. Seperti yang dilakukan Bank Sampah Bersinar (BSB), masyarakat bisa menjual sampah yang telah dikumpulkan, seperti kertas, barang berbahan plastik, dan lain-lain. "Membuang sampah sembarang sama dengan membuang uang sia-sia," ujar John. Selain itu, John juga menerangkan, "Sampah organik bisa didaur ulang dan menjadi sesuatu yang bisa dipakai kembali". Caranya adalah dengan menggunakan lubang resapan biopori. Sampah organik yang dimasukkan ke dalam lubang resapan biopori bisa dimanfaatkan untuk budi daya bilatung untuk pakan ternak. "Sampah organik juga bisa dimanfaatkan untuk menghasilkan energi listrik lampu penerangan," lanjutnya.

Melihat pemaparan di atas, kita sudah dapat menyimpulkan bahwa mengelola sampah itu justru tidak membawa kerugian, tetapi bisa membawa keuntungan. Sebagai masyarakat, kebijakan mengenai sampah tidak hanya urusan pemerintah, tetapi juga menjadi urusan bersama. Untuk itu, kita diharapkan untuk tidak acuh dengan masalah sampah. Dampak buruk kerusakan lingkungan akibat sampah di masa depan juga perlu dipikirkan agar kita dapat mengindarnya.

Penanganan sampah di perkotaan lebih terdata dibandingkan di perdesaan. Di perkotaan juga dibangun Tempat Pembuangan Sampah (TPS). Namun hal tersebut tidak terjadi di perdesaan. Tabel 5.9 menunjukkan persentase rumah tangga di perkotaan berdasarkan cara penanganan

sampah yang paling sering dilakukan (BPS, 2017).

PENUTUP

Acara kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama 5 hari, yaitu sebagai berikut. Hari pertama dan kedua adalah meminta izin dari universitas dan lokasi pengabdian kepada masyarakat, hari ketiga dan keempat adalah survei tempat yang akan di pakai dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, hari ketiga hingga kelima adalah kegiatan penyuluhan mengenai pemahaman sadar lingkungan.

Dari paparan yang telah disampaikan terkait pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Dosen dan Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pamulang, yang bertempat di Kelurahan Cimone Jaya, Kec. Karawaci Kota Tangerang Banten.

DAFTAR PUSTAKA

- Arga Teriyan, *et al.* (2021). Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Peradaban Masyarakat*. 1(2). 29-32
- Dewanti, R. N., *et al.* (2021). Penyuluhan Dan Pelatihan Keterampilan Sablon Pigment Pasta Manual Di Karang Taruna 03 Desa Cisauk. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 1(1).
- Haikal, H., *et al.* (2021). Penyuluhan Pemanfaatan Media Sosial Bagi Perkembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Pada Masyarakat Desa. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 1(3).
- Lewenussa, R., *et al.* (2019). Pelatihan Fitur Project Dengan Software Accurate Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Dalam Rangka Peningkatan Produktifitas Dan Keterampilan Mahasiswa Dalam Dunia Kerja. *Abdimas: Papua Journal of Community Service*, 1(2), 31-44.
- Rawi, R. D. P., *et al.* (2019). Pelatihan Pembuatan Keripik Pisang Sebagai Sarana Peluang Bisnis Dan Kreatifitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sorong. *Abdimas: Papua Journal of Community Service*, 1(2), 24-30.
- Sunarsi, D., *et al.* (2021). Penyuluhan Wirausaha Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga Dengan Daur Ulang Barang Bekas Desa Mekarsari Kabupaten Bogor. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 1(2).

MENINGKATKAN PENGETAHUAN DALAM MENGHADAPI COVID-19

^{1*}Guruh Dwi Pratama, ²Theobaldus Boro Tura, ³Ali Zaenal Abidin, ⁴Reza Octovian, ⁵Dijan Mardiaty

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*dosen02560@unpam.ac.id](mailto:dosen02560@unpam.ac.id)

Abstrak

Penyakit virus corona 2019 (corona virus disease/COVID-19) sebuah nama baru yang diberikan oleh World Health Organization (WHO) bagi pasien dengan infeksi virus novel corona 2019 yang pertama kali dilaporkan dari kota Wuhan, Cina pada akhir 2019. Penyebaran terjadi secara cepat dan membuat ancaman pandemi baru. Pada tanggal 10 Januari 2020, etiologi penyakit ini diketahui pasti yaitu termasuk dalam virus ribonucleid acid (RNA) yaitu virus corona jenis baru, betacoronavirus dan satu kelompok dengan virus corona penyebab *severe acute respiratory syndrome* (SARS) dan *middle east respiratory syndrome* (MERS CoV). Pencegahan utama sekaligus tata laksana adalah isolasi kasus untuk pengendalian penyebaran. Masih diperlukan berbagai riset untuk mengatasi ancaman pandemi virus baru ini, sehingga pemahaman akan pencegahan virus ini sangat dibutuhkan untuk masyarakat luas.

Kata Kunci: Pengetahuan, Pencegahan, Covid 19

Abstract

Corona virus disease 2019 (corona virus disease/COVID-19) is a new name given by the World Health Organization (WHO) to patients with infection with the 2019 novel corona virus, which was first reported from the city of Wuhan, China at the end of 2019. The spread is occurring rapidly. and create new pandemic threats. On January 10, 2020, the etiology of this disease was known for sure, including the ribonucleid acid (RNA) virus, namely a new type of corona virus, betacoronavirus and one group with the corona virus that causes severe acute respiratory syndrome (SARS) and middle east respiratory syndrome (MERS CoV).). The main prevention as well as management is case isolation to control the spread. Various studies are still needed to overcome the threat of this new virus pandemic, so an understanding of prevention of this virus is very much needed for the wider community.

Keywords: Knowledge, Prevention, Covid 19

PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa di perguruan tinggi. Pengabdian kepada masyarakat ini untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat yang meliputi berbagai bidang kehidupan, seperti contohnya pelayanan di bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi, dan lain sebagainya.

Penyakit virus corona 2019 (corona virus disease/COVID-19) sebuah nama baru yang diberikan oleh World Health Organization (WHO) bagi pasien dengan infeksi virus novel corona 2019 yang pertama kali dilaporkan dari kota Wuhan, Cina pada akhir 2019. Penyebaran terjadi secara cepat dan membuat ancaman

pandemi baru. Pada tanggal 10 Januari 2020, etiologi penyakit ini diketahui pasti yaitu termasuk dalam virus ribonucleid acid (RNA) yaitu virus corona jenis baru, betacoronavirus dan satu kelompok dengan virus corona penyebab *severe acute respiratory syndrome* (SARS) dan *middle east respiratory syndrome* (MERS CoV).

Diagnosis ditegakkan dengan risiko perjalanan dari Wuhan atau negara terjangkau dalam kurun waktu 14 hari disertai gejala infeksi saluran napas atas atau bawah, disertai bukti laboratorium pemeriksaan *real time polymerase chain reaction* (RT-PCR) COVID-19. World Health Organization membagi penyakit COVID-19 atas kasus terduga (suspect), probable dan confirmed, sedangkan Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Kemenkes

RI) mengklasifikasikan menjadi orang dalam pemantauan (ODP), pasien dalam pengawasan (PDP), orang tanpa gejala (OTG) dan pasien terkonfirmasi bila didapatkan hasil RTPCR COVID-19 positif dengan gejala apapun. Bahan pemeriksaan dapat berupa swab tenggorok, sputum dan bronchoalveolar lavage (BAL). Hingga saat ini belum ada antivirus dan vaksin spesifik sehingga diberikan terapi suportif sesuai dengan derajat penyakit. Penyebaran penyakit diketahui melalui droplet dan kontak dengan droplet. Prognosis pasien sesuai derajat penyakit, derajat ringan berupa infeksi saluran napas atas umumnya prognosis baik, tetapi bila terdapat acute respiratory distress syndrome (ARDS) prognosis menjadi buruk terutama bila disertai komorbid, usia lanjut dan mempunyai riwayat penyakit paru sebelumnya. Pencegahan utama sekaligus tata laksana adalah isolasi kasus untuk pengendalian penyebaran. Masih diperlukan berbagai riset untuk mengatasi ancaman pandemi virus baru ini.

Tempat Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini di sebuah Mushollah An-Nuriyah yang berlokasi di Gg. Lestari Rt.03/02 Kel. Kedaung Kec. Sawangan Depok. Warga sudah memiliki kepedulian lingkungan serta semangat untuk membuat lingkungan lebih baik dan sehat. Materi-materi yang disampaikan akan lebih banyak memfokuskan pada penanggulangan masalah sampah serta penekanan penyebaran virus corona yang semakin meresahkan dari hari ke hari.

Indikasi masyarakat menjadi semakin tidak peduli akan kondisi pandemi yang berkepanjangan sehingga mengakibatkan kejenuhan, dan semakin mengabaikan protokol kesehatan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini terefleksikan pada data yang menunjukkan bahwa kebijakan pembatasan sosial yang diterapkan setelah pembatasan di awal tahun 2020 semakin tidak efektif menekan angka penularan baru.

Masyarakat yang semakin skeptis terhadap kebijakan pemerintah, menyebabkan mereka tidak responsif terhadap pesan-pesan publik dari pemerintah. Pakar kesehatan maupun ilmu sosial menyebut fenomena ini sebagai *social*

fatigue (kelelahan sosial) atau *pandemic fatigue*. Ini adalah kondisi dimana kondisi mental masyarakat sudah jauh menurun dalam usaha melawan pandemi. Kondisi ini adalah fenomena global yang terjadi di hampir semua belahan dunia.

Kelelahan sosial ini berbahaya karena masyarakat menjadi semakin skeptis terhadap kebijakan pemerintah, kurang responsif terhadap pesan yang disampaikan dalam kampanye publik, dan kurang peduli pada protokol kesehatan. Kasus kerumunan di tempat hiburan, acara sosial, dan kegiatan politik adalah penanda yang jelas dari kondisi kelelahan sosial ini. Alih-alih semakin waspada, masyarakat mulai menerima hidup dengan pandemi yang merupakan *new normal* namun dengan sikap dan perilaku yang tidak berbeda dengan sebelumnya, alias masih *old normal*.

Pendekatan baru yang bersifat multidisiplin inilah yang diperlukan untuk memecahkan masalah ini dengan hadirnya diskusi panel ini yang bertujuan mengupas solusi praktis untuk mendukung usaha mitigasi pandemi COVID-19 secara lebih efektif dengan melibatkan pakar dan praktisi di bidang Sosiologi, Kesehatan Masyarakat, Komunikasi, dan Pemerintahan. Waktu kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan pada hari Minggu, Senin, dan Selasa, 31 Oktober, 1 November, 2 November.

METODE

Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan secara offline dengan mengadakan penyuluhan dan penyadaran dengan menerapkan prosedur protokol kesehatan sesuai dengan anjuran pemerintah. Kegiatan dilaksanakan dengan memberikan pemberitahuan informasi kepada masyarakat mengenai Manajemen Protokol Kesehatan dan penerapan 3 M, serta memberikan bantuan berupa bingkian, masker dan hand sanitizer.

Sasaran program pengabdian masyarakat yang akan di tuju adalah anak-anak Taman baca lestari Gg. Lestari Rt.03/02 Kel. Kedaung Kec. Sawangan Depok. Sejumlah 20 Orang dari Taman baca lestari Gg. Lestari Rt.03/02 Kel. Kedaung Kec. Sawangan Depok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemahaman akan Ada banyak bukti yang menunjukkan jika SARS-CoV-2, atau COVID-19, dapat menular dengan mudah ke banyak orang. Penyakit ini menyebabkan penyakit yang dapat mengancam nyawa saat menyerang beberapa orang. Selain itu, virus corona juga dapat bertahan beberapa saat di udara dan lebih lama lagi, ketika menempel di permukaan suatu benda. Risiko untuk terpapar lebih tinggi saat menyentuh benda tersebut, setelah itu menyentuh mulut, hidung, atau mata. Diketahui juga jika virus corona berkembang biak lebih cepat di dalam tubuh, meskipun tidak menimbulkan gejala apa pun. Potensi untuk menularkan banyak orang karena merasa diri sehat lebih tinggi dibandingkan seseorang dengan gejala. Maka dari itu, penting untuk mengetahui cara yang paling tepat sebagai pencegahan dari COVID-19. 5M adalah metode gagasan pemerintah untuk menekan kenaikan angka dari COVID-19, antara lain:

1. Menggunakan Masker

Cara pencegahan COVID-19 yang paling efektif untuk dilakukan adalah dengan menggunakan masker. Alat ini harus digunakan terutama saat berada di tempat umum atau berinteraksi dengan orang lain. Penutupan pada mulut dan hidung ampuh untuk menurunkan risiko penyebaran virus corona dengan memblokir tetesan air liur, agar tidak masuk ke tubuh. Sebaran dari udara juga dapat terjadi, sehingga perlu digunakan saat kamu berada di dalam ruangan, terutama yang ber-AC.

2. Mencuci Tangan secara Rutin

Masyarakat juga dapat mencegah risiko terserang COVID-19 dengan mencuci tangan secara rutin. Cobalah untuk lebih sering mencuci tangan dengan sabun dan air selama 20 detik setelah melakukan beberapa aktivitas, seperti menyentuh suatu benda, memegang bagian depan masker, hingga menyentuh hewan. Kamu juga perlu mencuci tangan sebelum makan dan juga menyentuh wajah. Jika air dan sabun tidak memungkinkan, gunakan hand sanitizer dengan kandungan minimal 60 persen alkohol.

3. Menjaga Jarak

5M lainnya yang harus dilakukan untuk pencegahan COVID-19, yaitu menjaga jarak. Saat berada di luar rumah, pastikan untuk menjauhkan diri sekitar 1–2 meter. Pastikan untuk selalu ingat jika beberapa orang tidak memiliki gejala, meski telah terserang virus corona. Selain itu, hindari juga ruangan tertutup dan lebih banyak aktivitas di ruangan terbuka yang menyediakan udara segar.

4. Menjauhi Kerumunan

Saat berada di keramaian atau kerumunan, risiko untuk tertular COVID-19 menjadi lebih tinggi. Jika ingin melakukan interaksi dengan beberapa orang, pastikan berada di luar ruangan, menggunakan masker, dan tidak lebih dari 5 orang. Intensitas dan jumlah orang sangat berpengaruh terhadap tingkat risiko yang dapat terjadi.

5. Mengurangi Mobilitas

Setiap orang harus benar-benar menanamkan pemahaman jika keperluannya tidak terlalu mendesak, ada baiknya untuk tetap di rumah. Meskipun merasa sehat, belum tentu saat berada di rumah tetap dalam keadaan yang sama atau menyebarkan virusnya pada keluarga di rumah. Tingkatkan perhatian terlebih lagi jika terdapat orang tua atau anak-anak di rumah yang masih rentan terhadap COVID-19.

Selain melakukan 5M, ada beberapa hal lainnya yang perlu dilakukan untuk meningkatkan daya tahan tubuh, salah satunya dengan mengkonsumsi vitamin. Suplemen ini sangat efektif untuk menangkal virus corona saat masuk ke tubuh. Beberapa vitamin yang ampuh untuk mencegah COVID-19 adalah vitamin C dan vitamin D. Usahakan untuk mengkonsumsi dua vitamin tersebut secara rutin setiap harinya. Hal terakhir yang terbilang masih terbatas untuk didapatkan semua orang adalah vaksin. Metode ini terbilang paling efektif dari semua hal yang ada untuk pencegahan COVID-19 dan dapat menghentikan pandemi ini. Hingga waktunya mendapatkan suntikan vaksin, cobalah untuk terus menerapkan 5M dan konsumsi vitamin serta suplemen dengan rutin.

Mengenal Langkah-Langkah Pencegahan

Selama kurang dari satu tahun, varian baru virus corona mulai bermunculan. Varian baru tersebut antara lain, yakni:

- Varian Alpha atau B.117 yang pertama kali ditemukan di London dan beberapa bagian Inggris
- Varian Beta atau B.1.351 yang pertama kali terdeteksi di Afrika Selatan pada awal Oktober 2020
- Varian Delta atau B.1.617.2 yang pertama kali terdeteksi pada Oktober 2020 di India.

Menurut data Pusat Pengendalian dan Pencegahan Penyakit (CDC) AS, ada bukti bahwa ketiga varian baru virus corona ini lebih menular daripada virus asli. Temuan virus corona varian baru ini diperkirakan akan menyebabkan lonjakan besar dalam kasus baru Covid-19 di berbagai negara. Peningkatan kasus dikhawatirkan dapat membanjiri layanan kesehatan dan menyebabkan kematian yang tak terhitung karena kurangnya sumber daya, seperti tempat tidur ICU, ventilator, dan staf perawat. Dapatkan informasi, inspirasi dan insight di email kamu. Daftarkan email Untuk mencegah kondisi tersebut terjadi, siapa saja harus saling bekerja sama mengupayakan langkah-langkah penularan virus. Cara mencegah penularan virus corona varian baru Jason Tetro, ahli mikrobiologi dan pembawa acara "Super Awesome Science Show," menyatakan bahwa peningkatan kemampuan menular virus corona varian baru sebenarnya sudah diprediksi sebelumnya. "Ini seharusnya tidak mengejutkan karena virus cenderung bermutasi secara teratur," katanya dilansir dari Health Line.

Ini yang Harus Dilakukan Menurut Scott Braunstein, Direktur Medis dari SOLLIS Health di Los Angeles, AS, terus mengurangi peluang terpapar adalah cara pertahanan terbaik untuk melawan virus corona apa pun variannya. "Strain baru diperkirakan memiliki protein lonjakan (spike protein) yang 'terbuka' lebih lama dari aslinya, memungkinkannya dapat memasuki sel manusia lebih efisien, sehingga lebih mudah menular," jelas dia. Braunstein mengatakan, munculnya virus corona varian baru ini bisa menjadi alasan orang-orang untuk lebih waspada terhadap infeksi Covid-19. Berikut

ini adalah beberapa cara mencegah penularan virus corona varian baru yang baik diperhatikan:

1. Ikuti langkah pencegahan Di masa pandemi Covid-19 sekarang ini, siapa saja, termasuk orang yang sudah mendapatkan dua suntikkan vaksin sebaiknya terus mengikuti langkah-langkah pencegahan penularan virus corona dengan baik. Jason Tetro mengatakan langkah terbaik guna mencegah varian baru adalah mengikuti upaya ABC pencegahan.
2. Membatasi lingkaran sosial Mengurangi jumlah orang-orang dalam lingkaran sosial juga baik dilakukan untuk mencegah risiko penularan virus corona apa pun variannya.
3. Pikirkan kembali pengaturan kerja dan sekolah Ketika tak memungkinkan melakukan pertemuan secara online dan memerlukan pertemuan secara offline, maka hal yang bisa dilakukan adalah memindahkan pertemuan kerja di luar ruangan.
4. Perhatikan penggunaan masker yang benar Berdasarkan CDC, masker kain mungkin dapat menawarkan perlindungan terhadap virus corona.
5. Sering-sering mencuci tangan CDC terus merekomendasi agar mempraktikkan kebersihan yang baik dengan sering mencuci tangan dengan sabun setidaknya 20 detik.

Pemahaman Mengenai Vaksinasi Corona Virus Di Masyarakat

Saat ini, terdapat jutaan orang di seluruh dunia yang telah menerima vaksin COVID-19 dengan aman, membawa kita semua satu langkah lebih dekat untuk kembali berkegiatan seperti biasa dan bertemu dengan keluarga serta kerabat tercinta. Vaksin dinanti-nantikan oleh banyak orang, namun amat wajar jika sebagian orang masih bertanya-tanya mengenai proses vaksinasi dan apa saja yang perlu diantisipasi saat giliran mereka tiba nanti.

Banyak permintaan yang sudah dilayangkan kepada ahli-ahli kesehatan di UNICEF untuk menjawab pertanyaan seputar proses vaksinasi dan beberapa kiat

sebelum, saat, dan sesudah vaksinasi. Hal ini penting diketahui oleh masyarakat

PENUTUP

Acara kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan selama 3 hari, Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan secara offline dengan mengadakan penyuluhan dan penyadaran dengan menerapkan prosedur protokol kesehatan sesuai dengan anjuran pemerintah. Kegiatan dilaksanakan dengan memberikan pemberitahuan informasi kepada masyarakat mengenai Manajemen Protokol Kesehatan dan penerapan 3 M, serta memberikan bantuan berupa bingkian, masker dan hand sanitizer.

Sasaran program pengabdian masyarakat yang akan di tuju adalah anak-anak Taman baca lestari Gg. Lestari Rt.03/02 Kel. Kedaung Kec. Sawangan Depok. Sejumlah 20 Orang dari Taman baca lestari Gg. Lestari Rt.03/02 Kel. Kedaung Kec. Sawangan Depok.

DAFTAR PUSTAKA

Arga Teriyan, *et al.* (2021). Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Peradaban Masyarakat*. 1(2). 29-32

Haikal, H., *et al.* (2021). Penyuluhan Pemanfaatan Media Sosial Bagi Perkembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Pada Masyarakat Desa. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 1(3).

Yuangga, K. D., *et al.* (2021). Penyuluhan Management Creative Dalam Mendongkrak Inovasi Dan Memajukan Usaha Pada Sai Silver Bali. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 4(1), 46-52.

<http://manajemen.unpam.ac.id/format-laporan-pkm-mahasiswa-prodi-manajemen-s-1-universitas-pamulang/> (diakses pada 14 Maret 2021 pukul 09.00 WIB).

<https://www.dwisutikno.com/2020/04/contoh-laporan-akhir-pengabdian-kepada.html>

Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor HK.01.07/MENKES/382/2020 Tentang Protokol Kesehatan Bagi Masyarakat di Tempat Dan Fasilitas Umum Dalam Rangka Pencegahan Dan Pengendalian *Corona Virus Disease* 2019 (COVID-19).

MENUMBUHKAN JIWA KREATIF PADA ANAK DI MASA PANDEMI COVID 19

¹Puji Harjianto, ²Janudin, ³Sudiarto, ⁴Ratna Dumilah, ⁵Yeti Kusmawati

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[*dosen0009@unpam.ac.id](mailto:dosen0009@unpam.ac.id)

Abstrak

Bermain bagi tingkatan anak usia dini, merupakan dunianya. Banyak sekali manfaat yang didapatkan dari kegiatan bermain, salah satunya adalah pengembangan kreativitas anak usia dini. Bermain dalam bentuk apapun, baik aktif maupun pasif, baik dengan alat maupun tanpa alat dapat menunjang kreativitas anak dalam menciptakan hal-hal yang baru. Misalnya, Permainan ayunan, bermanfaat untuk imajinasi anak saat dia berayun-ayun di udara, juga akan membantu pertumbuhan dan perkembangan otot-otot anak usia dini, melatih motorik kasar saat mengayunkan kakinya. Perosotan baik untuk melatih emosi anak, juga melatih motorik kasar anak saat anak naik tangga. Disinilah peran orang tua dan pendidik untuk dapat menjadi fasilitator pengembangan kreativitas anak, dengan cara memfasilitasi anak agar dapat bermain dengan alat yang tepat sesuai dengan bakat, minat, perkembangan, dan kebutuhan anak. Pandemi Covid-19 yang melanda dunia termasuk Indonesia memang menjadi masalah utama dalam pembelajaran, dan dilakukan secara online dirumah. Dengan adanya kegiatan ini anak dapat menumbuhkan jiwa kreativitas seninya, emosional, bahasa, dan motorik pada anak.

Kata Kunci: Jiwa Kreatif, Covid 19

Abstract

Play for the level of early childhood, is the world. There are so many benefits that can be obtained from playing activities, one of which is the development of early childhood creativity. Playing in any form, whether active or passive, with or without tools, can support children's creativity in creating new things. For example, the swing game, is useful for a child's imagination when he swings in the air, will also help the growth and development of the muscles of early childhood, train gross motor skills when swinging his legs. Slides are good for training children's emotions, as well as training children's gross motor skills when children go up stairs. This is where the role of parents and educators is to be a facilitator for the development of children's creativity, by facilitating children to be able to play with the right tools according to their talents, interests, development, and needs. The Covid-19 pandemic that has hit the world, including Indonesia, has indeed become a major problem in learning, and it is done online at home. With this activity, children can grow their artistic, emotional, language, and motoric creativity in children.

Keywords: Creative Spirit, Covid 19

PENDAHULUAN

Pengabdian. UNPAM Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yang dilakukan oleh dosen dan mahasiswa di perguruan tinggi. Pengabdian kepada masyarakat ini untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat yang meliputi berbagai bidang kehidupan, seperti contohnya pelayanan di bidang pendidikan, kesehatan, ekonomi, dan lain sebagainya.

Kreativitas adalah salah satu kemampuan intelektual manusia yang sangat penting, dan oleh kebanyakan ahli psikologi kognitif dimasukkan dalam

kemampuan memecahkan masalah. Kreativitas juga sering disebut berpikir kreatif. Di bidang lain misalnya manajemen dan teknologi, kreativitas sering disebut berpikir inovatif. Semua istilah ini berkaitan dengan usaha menemukan, menghasilkan atau menciptakan hal-hal baru. Kreativitas dapat didefinisikan sebagai aktivitas kognitif atau proses berpikir untuk menghasilkan gagasan-gagasan yang baru dan berguna.

Supriyadi dalam buku Yeni Rachmawati dalam jurnal ini menyatakan bahwa :

“Kreativitas adalah kemampuan

seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada. Selanjutnya ia menambahkan bahwa kreativitas merupakan kemampuan berpikir tingkat tinggi yang mengimplikasikan terjadinya eskalasi dalam kemampuan berpikir, ditandai oleh suksesti, diskontinuitas, diferensiasi, dan integrasi antara setiap tahap perkembangan”.

Di sini peran Mahasiswa Unpam dalam pengabdian kepada masyarakat sangatlah diperlukan eksistensinya dalam membantu memberikan edukasi tentang Menumbuhkan Jiwa Kreatif Pada Anak di Masa Pandemi Covid-19.

Dimulai dengan mengadakan kegiatan edukasi dan memberi ruang agar anak dapat memiliki keberanian dalam hal bereksplorasi dan berekspresi, Taman baca lestari Gg. Lestari Rt.03/02 Kel. Kedaung Kec. Sawangan Depok adalah salah satu yang menjadi sasaran untuk memberikan motivasi serta kegiatan yang dapat menumbuhkan kreativitas pada anak.

Anak yang kreatif adalah anak yang ingin tahu banyak hal, senang bermain, senang mencoba dan mengeksplorasi benda-benda yang ada disekitarnya. Dengan adanya sikap kreatif di dalam diri anak, anak mampu mengkreasi, menciptakan serta menghasilkan ide-ide yang sangat baik dalam belajarnya.

Mahasiswa hendaklah memompa dan mengembangkan jiwa kreativitas dalam diri anak. Masa anak usia dini sangat baik untuk menanamkan dan menumbuhkan jiwa kreativitas, karena dimasa itulah anak mampu menyerap apa saja yang diberikan kepada dirinya. Dalam rangka mengembangkan daya kreativitas anak maka dalam proses pembelajaran mampu memberikan informasi baru yang dapat menggugah rasa ingin tahu anak dan eksplorasi anak.

Cara untuk menumbuhkan jiwa kreatif pada diri anak usia dini di masa pandemi Covid-19, yaitu dengan cara :

- a. Berikan keleluasaan pada anak untuk mengeksplorasi pengetahuan sebanyak mungkin sesuai dengan tingkat kecerdasan nya.
- b. Memberikan permainan untuk menggugah rasa ingin tahu dan

memberikan tantangan yang akan memacu anak untuk mengembangkan daya kreativitasnya.

- c. Berikan sarana permainan yang akan memicu anak dalam berkreasi.
- d. Berikan dukungan kepada anak. Apapun yang yang diciptakan dan dihasilkan oleh anak, orang tua harus selalu mendukungnya dan jangan buat anak merasa kecewa atas hasilnya.
- e. Jangan terlalu memaksakan anak dalam melakukan sesuatu, hal itu akan membuat anak merasa tertekan dan bosan.
- f. Berikan apresiasi kepada anak, apresiasi bisa berupa pujian atau hadiah, biasa anak lebih senang jika dirinya mendapatkan hadiah.

METODE

Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan secara offline dengan mengadakan penyuluhan dan penyadaran dengan menerapkan prosedur protokol kesehatan sesuai dengan anjuran pemerintah. Pada pelaksanaannya kegiatan ini ada tiga kegiatan utama yang diterapkan; tahapan pra pelaksanaan, tahapan pelaksanaan, dan tahapan pasca pelaksanaan. Tahapan pra pelaksanaan adalah tahapan awal kegiatan, tahapan ini berupa observasi awal, perijinan dengan subjek penelitian / lokasi PKM dan perumusan masalah yang dihadapi subjek penelitian. Tindakan selanjutnya adalah berdiskusi dengan anggota PKM mengenai solusi dan konsep kegiatan. Dalam penyusunan konsep ini, ketua pelaksana akan mendelegasikan tugas kepada kseluruh anggota tim. Seluruh anggota dimotivasi agar mampu melaksanakan tugas sesuai dengan porsinya masing-masing. Kegiatan terakhir dari tahapan ini adalah menyusun proposal PKM. Proposal PKM tersebut kemudian diunggah dalam laman Sintias sebagai bukti perencanaan pelaksanaan tridharma perguruan tinggi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Menumbuhkan Jiwa Kreatif Pada Anak di Masa Pandemi Covid 19 ini berkaitan dengan upaya menumbuhkan kreatifitas pada anak untuk mengisi waktu luang terkait dengan pembelajaran jarak jauh di sekolah.

Pada pertemuan pertama, kegiatan dilakukan dengan mengajak sharing dan bercerita dengan menggunakan metode story telling kepada anak-anak mengenai kreatifitas yang pernah dilakukan. Anak-anak diminta bercerita secara bergantian mengenai hal kreatif apa yang pernah dilakukan. Dari cerita itu akan dapat diketahui sejauhmana pengalaman kreatif yang dimiliki anak-anak.

Kreativitas adalah salah satu kemampuan intelektual manusia yang sangat penting, dan oleh kebanyakan ahli psikologi kognitif dimasukkan dalam kemampuan memecahkan masalah. Kreativitas juga sering disebut berpikir kreatif. Di bidang lain misalnya manajemen dan teknologi, kreativitas sering disebut berpikir inovatif. Semua istilah ini berkaitan dengan usaha menemukan, menghasilkan atau menciptakan hal-hal baru. Kreativitas dapat didefinisikan sebagai aktivitas kognitif atau proses berpikir untuk menghasilkan gagasan-gagasan yang baru dan berguna.

Diperlukan kerjasama yang baik dengan pihak sekolah dan orang tua yang ada di rumah untuk menumbuhkan, mengembangkan serta mengimplementasikan kreativitas anak sehingga dapat tersalurkan dengan baik di tengah pandemi Covid ini.

Pertemuan ke dua akan diberikan pemahaman lebih terstruktur mengenai upaya dalam mengasah serta mempertajam kreatifitas anak dengan cara-cara yang menyenangkan. Berikut ini 10 cara mengasah dan mempertajam kreativitas anak dengan cara menyenangkan tersebut:

1. Bermain

Bermain bisa menjadi media untuk mengembangkan kreativitas anak. Untuk itu, sediakan berbagai macam mainan untuknya. Kita bisa membelinya tentu saja tidak harus mahal atau membuat sendiri dengan menggunakan bahan-bahan yang ada. Untuk menemukan ide membuat mainan bisa mencarinya di pinterest kata kunci DIY atau art and craft dan di instagram. Selain itu, beri anak kesempatan untuk bermain di luar rumah, mengenal alam, dan bermain dengan teman-teman. Lewat cara itu anak akan kaya pengalaman dan terbiasa

berinteraksi dengan lingkungan yang akan membuatnya belajar banyak hal, termasuk menyelesaikan masalah.

2. Biarkan Anak Berimajinasi

Salah satu cara melatih imajinasinya adalah membacakan buku setiap hari. Beri anak kesempatan untuk memilih buku yang ia sukai. Libatkan anak saat membaca dengan memintanya mengira-ngira, suara seorang tokoh atau karakternya. Selain mengasah imajinas membacakan buku dan mendongeng akan menambah perbendaharaan bahasa anak. Ajak juga anak bermain role play. Misalnya, memintanya menjadi koki atau dokter dengan menggunakan perlengkapan mainan. Dengan itu, dengan imajinasinya anak akan berusaha memerankan hal-hal tersebut.

3. Pertanyaan Kreatif

Cobalah memberikan pertanyaan-pertanyaan yang kreatif dan mendorongnya untuk berekspresi baik secara verbal maupun non- verbal. Seperti, "Coba nak, beritahu Bunda, bagaimana cara kamu memainkan mainan ini?" atau "Apa yang akan terjadi jika kran air tidak ditutup?". Perhatikan jawaban anak, walaupun tidak seluruhnya benar, tapi itu berusaha untuk berpikir.

4. Hindari Kata Salah

Kadang reaksi atau imajinasi anak tidak selalu sama dengan anak sepantarnya. Misalnya, ia menggambar mobil dengan roda segitiga. Jika hal ini terjadi, usahakan kita tidak berkata "SALAH" akan imajinasinya. Kita bisa berkata "Menarik sekali.

5. Lihat Minat & Bakat

Coba mulai memerhatikan apa yang disukai oleh balita. Apakah ia senang menggambar, menumpuk barang, berolahraga, menari atau hal lainnya. Setelah mengetahui, kegemarannya, mulailah dengan mengasahnya sejak dini. Misalnya dengan menyediakan crayon dan kertas gambar bagi anak yang senang menggambar, melatihnya berolahraga bagi anak yang senang olahraga dan memasukkannya ke sanggar seni jika anak menyukai seni. Dengan demikian, kemampuan anak akan terasah dengan baik.

6. Bebaskan Anak Bereksplorasi

Anak sudah dibekali dengan rasa ingin tahu yang tinggi. Jadi, biarkan mereka melakukan eksplorasi terhadap dunia di sekitarnya. Tentu saja kita perlu memberitahu mana yang bahaya dan yang tidak. Misalnya, kita tentu perlu memberitahu bahwa api itu panas dan bisa melukai dengan cara mendekatkan nyala api di korek api ke dekatnya. Kita juga perlu siap menjawab pertanyaannya mengenai berbagai hal. Sebab itu, kita pun perlu membekali diri dengan bermacam pengetahuan yang bisa diperoleh lewat berbagai informasi di buku, website, atau berbagi dengan teman-teman yang memiliki anak seusai.

7. Jangan Dipaksa

Jika anak tidak menunjukkan bakat atau kreativitas, tidak perlu terlalu memaksa. Misalnya, dengan hanya fokus mengembangkannya di situ. Semua butuh proses dan waktu. Yang bisa dilakukan adalah memberikan stimulus untuk memancing kreativitasnya keluar, seperti kegiatan bermain. Perlahan-lahan pasti akan terlihat. Paling penting adalah ia harus melakukannya dengan enjoy dan antusias.

8. Berikan Pengalaman Baru

Berikan waktu khusus untuk anak dengan mengajaknya ke tempat-tempat yang belum pernah dikunjungi seperti museum, kebun binatang, sawah, kebun, peternakan, pasar tradisional, dan taman rekreasi. Di tempat baru ini anak akan melihat, menyentuh, mendengar, merasakan bahkan mencium sesuatu yang baru yang akan memperkaya pengalamannya. Dengan pengalaman itu anak akan meramunya menjadi modal untuk melakukan sesuatu yang kreatif.

9. Kurangi Larangan

Tahukah bahwa ada larangan dapat mematikan kreativitas seseorang? Hal ini juga berlaku untuk balita. Sebisa mungkin kurangi "melarang". Misalnya melarang anak memegang lumpur atau kodok, hanya karena takut tangannya kotor, padahal tangan kotor bisa dicuci. Sebagai gantinya, berikanlah saran apa yang seharusnya ia lakukan, bukan melarangnya. Misalnya, boleh

memegang lumpur dan bermain dengan lumpur asal setelahnya mencuci tangan. Namun, dalam kondisi tertentu bila terpaksa, kita tentu saja harus tegas. Misalnya, anak ingin perosotan di pegangan tangga padahal itu berbahaya. Jika itu yang terjadi, katakan bahwa tidak ingin ia terluka dan ia tak bisa bermain lagi. Solusinya bisa mengajaknya bermain perosotan di taman.

10. Liburan Kreatif

Liburan kreatif untuk anak tidak harus mahal, namun yang penting sesuai dengan minat anak. Apalagi sedang pandemic Covid 19, hal ini bisa dilakukan di rumah. Misalnya dengan berkebun, mendekorasi kamar, membuat kreasi "DIY" dan masih banyak lagi.

11. Beri Pujian

Selalu memberikan pujian jika anak melakukan sesuatu yang kreatif. Misalnya, anak bermain pesawat terbang dengan daun mangga atau dengan piring kertas. "Wah, pesawatnya keren sekali. Mau terbang ke mana?" bisa mengatakan begitu. Cara itu akan membuat anak terdorong untuk berimajinasi dan mencari hal-hal baru yang akan mencuri perhatian.

PENUTUP

Pengabdian Kepada Masyarakat oleh Universitas Pamulang yang dilakukan telah berjalan dengan lancar dan mendapatkan sambutan hangat dari anak-anak Taman Baca Lestari Gg. Lestari Rt.03/02 Kel. Kedaung Kec. Sawangan Depok.

Harapannya dengan kegiatan pengabdian ini dapat membantu para warga dan anak-anak dalam meningkatkan jiwa kreatif pada anak dimasa pandemi dan memacu anak untuk mengembangkan daya kreativitas saat keadaan pandemi dan dapat memberikan motivasi agar anak-anak semangat dalam belajar agar bisa meraih impian dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Arga Teriyan, *et al.* (2021). Strategi Bertahan di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Peradaban Masyarakat*. 1(2). 29-32
- Dewanti, R. N., *et al.* (2021). Penyuluhan Dan Pelatihan Keterampilan Sablon Pigment Pasta Manual Di Karang

- Taruna 03 Desa Cisauk. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 1(1).
- Haikal, H., et al. (2021). Penyuluhan Pemanfaatan Media Sosial Bagi Perkembangan Sumber Daya Manusia (SDM) Pada Masyarakat Desa. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 1(3).
- Lewenussa, R., et al. (2019). Pelatihan Fitur Project Dengan Software Accurate Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Dalam Rangka Peningkatan Produktifitas Dan Keterampilan Mahasiswa Dalam Dunia Kerja. *Abdimas: Papua Journal of Community Service*, 1(2), 31-44.
- Rawi, R. D. P., et al. (2019). Pelatihan Pembuatan Keripik Pisang Sebagai Sarana Peluang Bisnis Dan Kreatifitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sorong. *Abdimas: Papua Journal of Community Service*, 1(2), 24-30.
- Sunarsi, D., et al. (2021). Penyuluhan Wirausaha Untuk Meningkatkan Ekonomi Keluarga Dengan Daur Ulang Barang Bekas Desa Mekarsari Kabupaten Bogor. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 1(2).
<http://manajemen.unpam.ac.id/format-laporan-pkm-mahasiswa-prodi-manajemen-s-1-universitas-pamulang/>
<https://www.kompasiana.com/ayundazeslyana/5f38c0d9097f3656ab1a9522/menumbuhkan-jiwa-kreatif-pada-anak-usia-dini-di-masa-pandemi-covid-19?page=2>

PANDUAN SINGKAT BAGI PENULIS JURNAL PADMA

PENGABDIAN DHARMA MASYARAKAT

Panduan penulisan ini dimaksudkan untuk menyeragamkan bentuk penulisan karya ilmiah yang dikirim penulis ke redaksi Jurnal PADMA Pengabdian Dharma Masyarakat, dengan panduan penulisan sebagai berikut :

1. Naskah ditulis dalam Bahasa Indonesia dengan Abstrak Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris dalam bentuk Font cambria 10" dengan ukuran 1 Spasi dengan intisari tidak lebih dari 250 kata disertai 3 atau 4 kata kunci (keyword).
Naskah berupa Softcopy program MS maksimal 10 Halaman termasuk tabel dan gambar, spasi 1.
2. Sistematika penulisan disusun dengan urutan sebagai berikut :
 - a) Judul, nama dan alamat email penulis/peneliti tunggal.
 - b) Abstrak dan intisari, keyword dan kata kunci.
 - c) Batang Tubuh :
 - 1). Pendahuluan, termasuk didalamnya intisari permasalahan
 - 2). Metode Penelitian
 - 3). Hasil dan Pembahasan
 - 4). Kesimpulan dan Saran
 - 5) Daftar Pustaka atau Referensi
 - 6) Seluruh isi tersebut di buat dengan 2 kolom
3. Judul ditulis dalam bentuk font Cambria 12" dengan huruf besar dicetak tebal dan ditempatkan ditengah halaman,, serta tidak lebih dari 18 kata.
4. Nama, Asal Kampus, Email dan Tulisan karya ilmiah dalam bentuk font Cambria 11" dengan ukuran spasi 1,0 spasi dalam bentuk kolom.
5. Abstrak dalam bentuk font Cambria 10" spasi 1.0
6. Gambar diberi nomor dan keterangan, sedangkan tabel diberi nomor dan keterangan diatasnya.
7. Penulisan persamaan matematika yang terdapat pada halaman naskah hendaknya menggunakan *equation editor*.
8. Daftar pustaka hanya memuat literature yang dirujuk dalam keterangan dan dicantumkan pada bagian akhir naskah dilakukan dengan memberikan nomor.
9. Margin atas dan bawah 2,5cm, kiri 3cm, kanan 2cm, dan ukuran kertas A4.
10. Sesuaikan Template, Copy Paste gambar atau tabel baiknya satu – satu.
11. Email Redaksi : padma_mnj@unpam.ac.id

Jurnal

PADMA

PENGABDIAN DHARMA MASYARAKAT



UNIVERSITAS PAMULANG

Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang, Kota Tangerang Selatan,
Banten 15417 - Telp: (021) 7412566,
email: perkusi_mnj@unpam.ac.id

