Edukasi Peluang Usaha Produk Home Care Berbasis Technopreneurship Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Rini Alfatiyah [1], Sofian Bastuti[2]
[1,2]Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pamulang
Jl. Surya KencanaNo. 1 Pamulang – Indonesia, 15417
e-mail: [1]**dosen00347@unpam.ac.id**, [2]dosen00954@unpam.ac.id

Abstrak/Abstract

Kelurahan Buaran, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan merupakan wilayah yang memiliki posisi strategis di kawasan sub urban yang berdekatan dengan pusat bisnis, kawasan perumahan, serta berbagai fasilitas umum. Kondisi ini menjadikan Buaran sebagai wilayah yang memiliki peluang besar dalam pengembangan kegiatan ekonomi masyarakat, terutama pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Berdasarkan profil wilayah, sebagian besar Masyarakat Buaran bekerja pada sektor perdagangan, jasa, dan UMKM, sedangkan sektor pertanian mulai menurun akibat konversi lahan menjadi kawasan permukiman. Dalam konteks ini, pendekatan technopreneurship menjadi relevan karena tidak hanya mendorong semangat berwirausaha, tetapi juga mengintegrasikan pemanfaatan teknologi, inovasi produk, pengemasan, pemasaran, dan manajemen usaha secara lebih sistematis. Tujuan dari Kegiatan PKM ini adalah meningkatkan pengetahuan dan wawasan pelaku UMKM tentang peluang usaha produk home care dan produk kebersihan rumah tangga melalui pendekatan technopreneurship dan mengukur tingkat pemahaman masyarakat terhadap materi yang diberikan. Metode pelaksanaan PKM dimulai dengan survei awal permasalahan dilanjutkan pendekatan partisipatif, edukatif, dan kontekstual. Pendekatan partisipatif dipilih agar mitra tidak hanya menjadi penerima materi, tetapi juga terlibat aktif dalam proses identifikasi masalah, diskusi peluang usaha, dan perumusan gagasan usaha yang sesuai dengan kondisi mereka. Pendekatan edukatif digunakan karena kegiatan ini berorientasi pada transfer pengetahuan, penguatan wawasan, dan pembentukan pola pikir kewirausahaan yang lebih inovatif. Sebanyak 44 peserta dari hasil kuesioner bahwa 86% sangat paham dengan materi yang disampaikan, 14% paham. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas peserta mampu menyerap dan memahami kegiatan PkM dalam penyampaian materi.

Kata kunci: Kata kunci: Edukasi, Usaha Produk, Home Care. Technopreneurship, UMKM

1. PENDAHULUAN

Kelurahan Buaran, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan merupakan wilayah yang memiliki posisi strategis di kawasan sub urban yang berdekatan dengan pusat bisnis, kawasan perumahan, serta berbagai fasilitas umum. Kondisi ini menjadikan Buaran sebagai wilayah yang memiliki peluang besar dalam pengembangan kegiatan ekonomi masyarakat, terutama pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Berdasarkan profil wilayah, sebagian besar masyarakat Buaran bekerja pada sektor perdagangan, jasa, dan UMKM, sedangkan sektor pertanian mulai menurun akibat konversi lahan menjadi kawasan permukiman. Situasi ini menunjukkan adanya transformasi ekonomi masyarakat dari sektor primer menuju sektor jasa dan usaha rumahan.

Potensi ekonomi lokal di Buaran menunjukkan bahwa masyarakat telah memiliki pengalaman dasar dalam menjalankan usaha, baik pada bidang makanan ringan, kerajinan, jasa laundry, jasa perbaikan elektronik, maupun usaha kecil lainnya. Peluang pengembangan produk home care juga dapat dikaitkan dengan tantangan lingkungan yang dihadapi wilayah mitra. Profil Buaran menunjukkan bahwa pengelolaan sampah masih menjadi salah satu persoalan utama, seiring dengan meningkatnya volume sampah rumah tangga dan aktivitas usaha mikro.

Kondisi tersebut menunjukkan perlunya edukasi usaha yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga memperhatikan aspek kebersihan lingkungan, efisiensi penggunaan bahan, dan kesadaran terhadap pengelolaan limbah rumah tangga maupun limbah usaha. Tujuan umum kegiatan PKM ini adalah memberikan edukasi kepada pelaku UMKM di Kelurahan Buaran mengenai peluang usaha produk home care berbasis technopreneurship sebagai salah satu strategi penguatan ekonomi masyarakat.

2. METODE PENGABDIAN

Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dengan judul "Edukasi Peluang Usaha Produk Home Care Berbasis Technopreneurship Pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Buaran, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan" dilakukan dengan pendekatan yang sistematis dan menyeluruh agar tujuan pengabdian dapat tercapai dengan efektif. Berikut adalah langkah-langkah untuk memastikan keberhasilan pelaksanaan PKM:

Tahap 1 : Persiapan dan Perencanaan Program

Tujuan: menyusun strategi dan memastikan kesiapan semua pihak yang terlibat.

1. Analisis Kebutuhan Mendalam
   a. Melakukan survei dan diskusi kelompok terfokus (FGD) dengan pelaku UMKM untuk mengidentifikasi secara lebih rinci kebutuhan dan tantangan yang mereka hadapi.
   b. Menyusun peta potensi produk yang dapat dikembangkan, termasuk produk *home care* yang berpeluang untuk didiversifikasi.
2. Pemetaan Sumber Daya dan Stakeholder
   Identifikasi pihak-pihak yang dapat terlibat dalam program ini seperti akademisi (dosen dan mahasiswa), instansi pemerintah, lembaga keuangan, dan sektor swasta yang menyediakan teknologi dan pelatihan.
3. Rencana Aksi Program
   Menyusun rencana aksi yang mencakup jadwal pelatihan, sasaran peserta, materi edukasi, dan metode pelaksanaan. Juga mencakup anggaran dan sumber daya yang dibutuhkan.

Tahap 2: Penyuluhan dan Sosialisasi

Tujuan: Meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya diversifikasi usaha dan pemanfaatan teknologi.

1. Sosialisasi Program kepada UMKM
   Mengadakan pertemuan dengan pelaku UMKM di Kelurahan Buaran untuk memperkenalkan program yang akan dilaksanakan, menjelaskan manfaat yang bisa diperoleh, dan mengundang mereka untuk berpartisipasi.
2. Edukasi Dasar tentang Produk Home Care
   Mengadakan sesi pengenalan mengenai produk *home care* yang memiliki peluang pasar stabil. Menyampaikan keuntungan dan potensi produk ini dalam jangka panjang, serta cara memulai usaha *home care* dengan modal terbatas.

Tahap 3: Pelatihan dan Workshop

Tujuan: Memberikan pelatihan yang mendalam untuk memperbaiki kualitas manajemen usaha dan kemampuan pemasaran digital.

1. Pelatihan Diversifikasi Usaha dan Pengembangan Produk
   a. Materi: Pengenalan teknik diversifikasi produk, pengembangan produk berbasis permintaan pasar, cara memilih produk yang tepat untuk dikembangkan, dan riset pasar untuk produk home care.

b. Metode: Praktik langsung, diskusi kelompok, dan studi kasus produk home care yang berhasil di pasaran.

2. Pelatihan Manajemen Usaha dan Branding
   a. Materi: Penyusunan rencana bisnis, manajemen keuangan, penentuan harga jual produk, strategi branding dan positioning produk di pasar, serta teknik pemasaran efektif.
   b. Metode: Pembelajaran berbasis studi kasus UMKM yang telah berhasil melakukan branding dan pemasaran dengan teknologi.
3. Pelatihan Technopreneurship dan Pemanfaatan Teknologi Digital
   a. Materi: Pemanfaatan teknologi untuk efisiensi usaha, seperti platform e-commerce (Tokopedia, Bukalapak), digital marketing (Instagram, Facebook), dan penggunaan software untuk manajemen usaha.
   b. Metode: Pelatihan praktis menggunakan perangkat teknologi yang relevan, serta demo pembuatan akun dan produk di platform digital.
4. Pelatihan Pemasaran Digital dan E-Commerce
   a. Materi: Penggunaan media sosial dan marketplace untuk meningkatkan penjualan, pemasaran digital melalui SEO dan iklan berbayar, serta analisis data pelanggan.
   b. Metode: Praktik langsung pembuatan konten dan kampanye digital.

Tahap 4: Pendampingan dan Implementasi Teknologi

Tujuan: Membantu UMKM mengimplementasikan apa yang telah dipelajari dalam kehidupan sehari-hari dan meningkatkan daya saing usaha.

1. Pendampingan Bisnis Secara Berkelanjutan
   a. Memberikan pendampingan bisnis bagi pelaku UMKM untuk mengimplementasikan strategi yang telah dipelajari dalam pelatihan. Pendampingan dilakukan oleh mentor yang ahli dalam bisnis dan pemasaran digital.
   b. Fokus pada penerapan teknologi digital, strategi pemasaran, dan inovasi produk yang telah diajarkan selama pelatihan.
2. Penerapan Diversifikasi Produk Home Care
   Membantu pelaku UMKM untuk mulai mengembangkan produk *home care* dengan bahan baku yang mudah didapat, serta memenuhi standar kualitas yang baik. Mendorong pelaku usaha untuk fokus pada produk ramah lingkungan atau berbahan alami yang sedang populer.
3. Implementasi Platform E-Commerce dan Digital Marketing
   Membimbing UMKM dalam pembuatan akun e-commerce di platform yang ada serta mengajarkan cara menjalankan kampanye iklan dan promosi produk menggunakan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar.

Tahap 5: Evaluasi dan Monitoring

Tujuan: Mengevaluasi dampak dari program dan melakukan penyesuaian agar keberlanjutan usaha dapat terjaga.

1. Evaluasi Hasil Program
   a. Melakukan evaluasi berkala terhadap pelaksanaan program, hasil yang dicapai oleh UMKM, serta kendala yang dihadapi dalam penerapan teknik baru. Hal ini bisa dilakukan melalui survei dan wawancara langsung dengan pelaku UMKM.
   b. Mengukur keberhasilan berdasarkan pencapaian target (peningkatan penjualan, penggunaan teknologi, keberhasilan diversifikasi produk).
2. Monitoring Keberlanjutan
   a. Setelah program berakhir, melakukan pendampingan lanjutan untuk memastikan keberlanjutan usaha. Monitoring keberlanjutan dilakukan setiap tiga bulan untuk memantau perkembangan usaha, penjualan produk, dan pengelolaan bisnis.

b. Mengidentifikasi pelatihan lanjutan atau dukungan tambahan yang diperlukan untuk membantu UMKM mengatasi tantangan lebih lanjut.

3. Penyusunan Laporan dan Rekomendasi
   Menyusun laporan mengenai pelaksanaan program, pencapaian hasil, serta tantangan yang dihadapi. Memberikan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut.

Tahap 6: Penyebaran Informasi dan Replikasi

Tujuan: Memperluas dampak program dengan melibatkan lebih banyak UMKM di wilayah lainnya.

1. Dokumentasi dan Publikasi Hasil Program
   Mengumpulkan testimoni dan studi kasus sukses dari peserta program untuk dijadikan materi promosi dan publikasi. Hal ini dapat membantu memperkenalkan program kepada lebih banyak UMKM dan menggugah minat mereka untuk bergabung.
2. Replikasi Program di Wilayah Lain
   Mengembangkan program di luar Kelurahan Buaran dengan menggandeng stakeholder lokal lainnya, seperti komunitas UMKM di kecamatan lain atau kabupaten terdekat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Lokasi Pelaksanaan Kegiatan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Lokasi Kegiatan pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan di Kelurahan Buaran, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan, Kode pos 15316 adalah kawasan pemukiman yang berkembang dengan jumlah penduduk sekitar 22.112 jiwa pada Semester I 2025 (11.013 laki-laki, 10.875 perempuan). Luas wilayahnya sekitar 2,26 dan berlokasi strategis di bagian selatan Kecamatan Serpong yang dilalui Sungai Ciater.

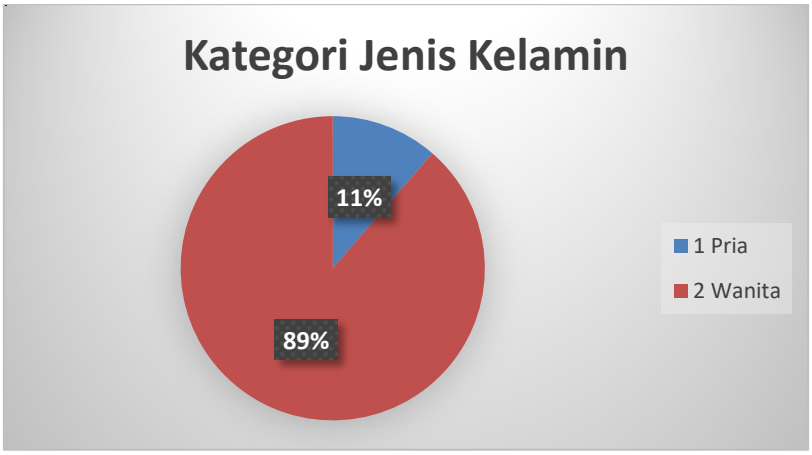
2. Hasil Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Responden atau peserta yang mengikuti penyuluhan ada 44 responden, dilakukan penyebaran kuesioner mengenai materi yang disampaikan melalui angket. Adapun kategori responden sebagai berikut:

Responden Kategori Jenis Kelamin berdasarkan **Tabel 1.**

Tabel 1 Responden Kategori Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden
1	Pria	5
2	Wanita	39
Total		44

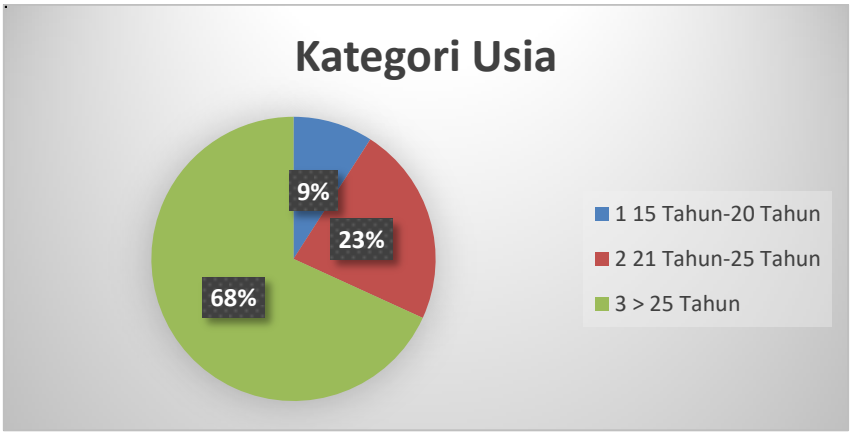


Gambar 1 Persentase Kategori jenis Kelamin

Responden Kategori Usia seperti **Tabel 2.**

Tabel 2 Responden Kategori Jenis Usia

No	Usia	Jumlah Responden
1	15 Tahun-20 Tahun	4
2	21 Tahun-25 Tahun	10
3	> 25 Tahun	30
Total		44

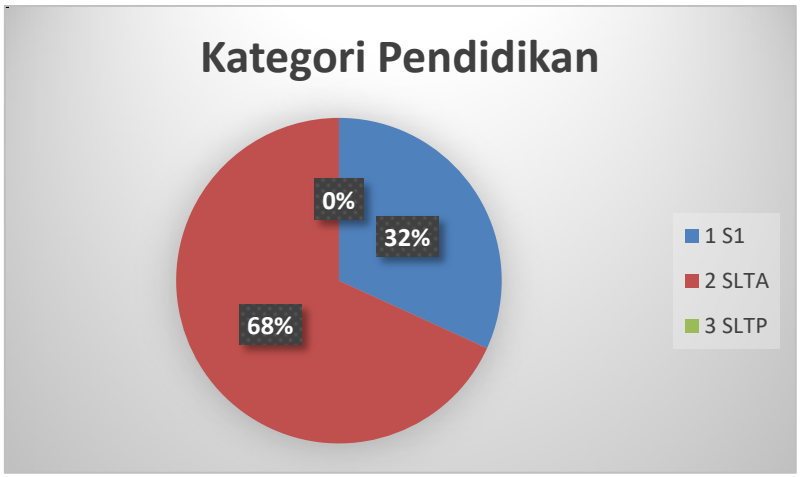


Gambar 2 Persentase Kategori Usia

Responden Kategori Pendidikan seperti **Tabel 3.**

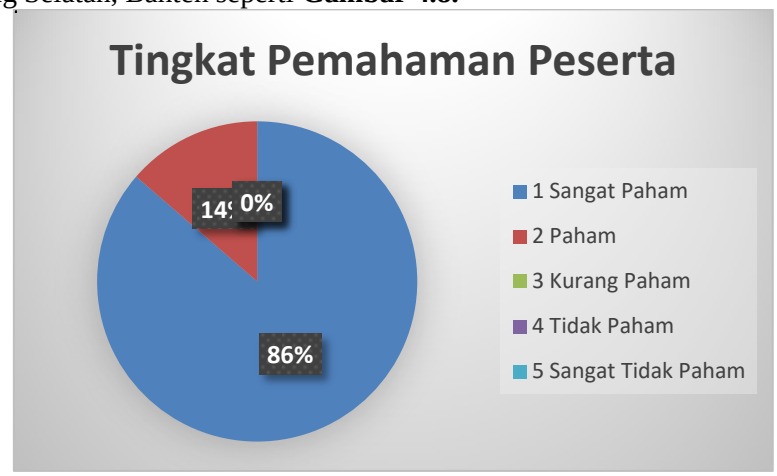
Tabel 3 Responden Kategori Pedidikan

No	Pendidikan	Jumlah Responden
1	S1	14
2	SLTA	30
3	SLTP	0
Total		44



Gambar 3 Persentase Kategori Pendidikan

Tingkat pemahaman materi PKM masyarakat Kelurahan Buaran, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten seperti **Gambar 4.8.**



Gambar 4 Efektifitas PKM dan Pemahaman Peserta

Berdasarkan hasil kuesioner kepada 44 responden masyarakat Kelurahan Buaran, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan, Banten yang mengikuti kegiatan PKM adalah Sangat Paham 38 responden atau 86%, Paham 6 responden atau 14 %, Kurang Paham 0 responden atau 0%, Tidak Paham 0 responden atau 0%, Sangat tidak Paham 0 responden atau 0%.

3. Dokumentasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Dokumentasi kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah sebagai berikut:

Team Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) seperti **Gambar 5.**

Gambar 5 Team Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM)

Pembukaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat **Gambar 6.**

Gambar 6 Pembukaan Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM)

Penyampaian Materi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat **Gambar 7**

Gambar 7 Penyampaian Materi PKM

Penyerahan plakat kenang-kenangan kepada Perwakilan Kepala Desa Buaran, Kecamatan Serpong, Kabupaten Tangerang Selatan, Jawa Barat **Gambar 8.**

Gambar 8 Penyerahan Plakat

Sosialisasi Penerimaan mahasiswa baru Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pamulang kepada Warga Desa Buaran, Kecamatan Serpong, Tangerang Selatan, Banten seperti **Gambar 9.**

Gambar 9 Sosialisasi Penerimaan Mahasiswa Program Studi Teknik Industri

4. SIMPULAN

Berdasarkan analisis terhadap hasil penyuluhan dan evaluasi, dapat disimpulkan beberapa poin penting sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan pelaku UMKM di Kelurahan Buaran, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan mengenai peluang usaha produk home care dan produk kebersihan rumah tangga lainnya, pendekatan yang efektif adalah melalui pendekatan technopreneurship. Pendekatan ini mengintegrasikan pengetahuan kewirausahaan dengan pemanfaatan teknologi, yang akan memberikan pelatihan serta edukasi kepada pelaku UMKM dalam hal diversifikasi produk, inovasi produk berbasis teknologi, dan pemanfaatan pemasaran digital;
2. Tingkat Pemahaman Peserta: dari 44 peserta yang mengikuti kegiatan, hasil kuesioner menunjukkan bahwa 86% peserta menyatakan diri mereka sangat paham dengan materi yang disampaikan, 14% paham, 0% kurang paham, 0% tidak paham dan 0% sangat tidak paham. Ini menunjukkan bahwa mayoritas peserta mampu menyerap dan memahami kegiatan PkM dalam penyampaian materi.

5. SARAN

Agar hasil dari program pengabdian ini dapat terus berkembang dan memberikan manfaat jangka panjang, disarankan beberapa langkah lanjutan:

1. Peningkatan program pendampingan pasca pelatihan, meskipun sebagian besar peserta menunjukkan pemahaman yang baik terhadap materi yang disampaikan, masih diperlukan pendampingan berkelanjutan agar pengetahuan yang didapatkan dapat diterapkan dengan efektif dalam usaha mereka.
2. Peningkatan akses dan pemanfaatan teknologi digital walaupun telah diberikan pelatihan mengenai pemanfaatan teknologi untuk pemasaran dan inovasi produk, beberapa pelaku UMKM mungkin masih terbatas dalam mengakses teknologi atau kurang familiar dengan alat digital yang ada.
3. Kolaborasi dengan pihak swasta dan pemerintah mengingat pentingnya dukungan finansial dan fasilitas dalam pengembangan usaha, disarankan untuk menjalin kemitraan dengan pihak swasta (seperti perusahaan penyedia teknologi atau bahan baku) dan pemerintah setempat untuk memberikan pelaku UMKM akses ke modal usaha, alat produksi, serta

bantuan untuk mendaftarkan produk mereka dalam platform e-commerce. Kolaborasi ini juga dapat memperkuat aspek keberlanjutan usaha.

4. Evaluasi dan monitoring berkelanjutan. Meskipun hasil evaluasi awal menunjukkan pemahaman yang sangat baik dari peserta, penting untuk melaksanakan monitoring secara berkala untuk memastikan bahwa program ini terus memberikan dampak positif. Evaluasi berkala akan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai keberhasilan program, tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM, dan area yang perlu ditingkatkan.
5. Pengembangan komunitas UMKM. Salah satu saran penting adalah membentuk komunitas UMKM yang berbasis digital dan saling mendukung. Komunitas ini dapat menjadi platform bagi pelaku UMKM untuk berbagi pengalaman, belajar dari satu sama lain, serta memperluas jaringan bisnis mereka. Komunitas ini juga dapat memfasilitasi diskusi mengenai inovasi produk dan perkembangan tren pasar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Pamulang, Fakultas Teknik, Team Pengabdian Kepada Masyarakat Program Studi Teknik Industri, LPPM Universitas Pamulang, Masyarakat Kelurahan Buaran, Kecamatan Serpong, Kota Tangerang Selatan yang telah memberi dukungan terhadap keberhasilan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

BALQIS, S. S. (2024). *Strategi Pelayanan Home Care Dalam Mempertahankan Loyalitas Pelanggan* (Studi Pada Klinik Kecantikan Aa Beauty Care Desa Bulu, Kecamatan Semen, Kediri) (Doctoral dissertation, IAIN Kediri).

Bappenas/LCDI Indonesia. (2024). *Rencana Aksi Nasional Ekonomi Sirkular 2025–2045.*

Devi, A. W., & Firmansyah, F. (2024). *Strategi green marketing, harga, dan brand equity: Pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk homecare. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, 10(1), 86-99.*

Ismiyanti, Y. (2026). *Technopreneurship enhancing student MSMEs competitive advantage through digital marketing capability.*

Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). *Transformasi Digital UMKM.*

Mobility Foresights. (2025). *Indonesia Household Cleaning Products Market.*

OECD. (2024). *OECD Economic Surveys: Indonesia 2024 – Making the digital transformation work for all.*

Pratiwi, U. D., Andayanie, E., & Rusyidi, A. R. (2021). *Evaluasi Pelaksanaan Pelayanan Home Care di Puskesmas Antang Perumnas Kota Makassar. Window of Public Health Journal, 2(3), 397-405.*

Prihartiwi, F., & Santoso, T. (2022). *Analisis Stok Produk Homecare Pada PT Indomarco Prismatama Menggunakan Algoritma Apriori. Informatika: Jurnal Teknik Informatika dan Multimedia, 2(2), 22-33.*

Prihatiningsih, M., Maryani, M., & Subagyo, Y. (2024). *Pentingnya Berlatih Ketrampilan Berbahasa Inggris Dan Pembuatan Produk Home Care Menuju Masyarakat Yang*

Produktif Dan Inovatif. COMSERVA Учредители: Publikasi Indonesia, 4(7), 2296-2303.

Purnomo, S. (2024). *Digital transformation of MSMEs in Indonesia: A systematic literature review.*

Sadewa, T., Sofyan, M. R., Siregar, M. H. R., & Hasibuan, A. (2025). *Technopreneurship Sebagai Solusi Inovatif untuk Pengembangan UMKM di Era Revolusi Industri 4.0. Variable Research Journal, 2(01), 47-51.*

Sasarari, Z. A., Achmad, V. S., Naka, A. S. B., & Andani, N. (2023). *The Effect of Home Care Service Quality on Patient Satisfaction. Jurnal Edukasi Ilmiah Kesehatan, 1(2), 79-84.*

Siraj, M. L., Gani, A. W., Sakawati, H., Syarifuddin, & To Tadampali, A. C. (2024). *Technopreneurship: Pelatihan pengembangan digital marketing bagi pelaku usaha mikro.*

Subhan, S. (2026). *Technopreneurship training to improve the competitiveness of MSMEs.*

Sugito, E., Hanafi, H., & Octavia, N. (2025). *Pemberdayaan UMKM dan Masyarakat Melalui Teknologi Digital dan Technopreneurship di Kelurahan Sadai, Kota Batam. Jurnal Abdimas Sains dan Teknologi Ibnu Sina, 2(01), 1-9.*

Suwedia, I., & Daruki, M. W. (2019). *Strategi Pemasaran Pelayanan Home Care Rumah Sakit Umum Bhakti Rahayu Denpasar. Jurnal ARSI: Administrasi Rumah Sakit Indonesia, 6(1), 7.*

SW, F. N. (2023). *Efek Moderasi Religiusitas pada Niat Pembelian Ulang Produk Halal Homecare: Perspektif Teori Nilai Konsums*i (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).

Tanalyze. (2025). Indonesia Home Care Market Size, Share & Forecast.

Wahyuni, L. (2024). Hubunngan Kualitas Pelayanan Home Care Dengan Kepuasan Pasien. *Jurnal Assyifa: Jurnal Ilmu Kesehatan Lhokseumawe, 9(1), 46-53.*

Yohan, D. D., SI, M., PERORANGAN, K. K. I., & RI, L. (2021). *Pengembangan kewirausahaan pemuda pada era revolusi industri 4.0*.