

Pemberdayaan UMKM Berdaya Jogja (Bejo) oleh Lembaga Lazismu Mantrijeron melalui Pendekatan Strategi Komunikasi Pemasaran Digital

Lusiana*¹, Tasya Aprillia², Benigna Lestari Da Conceicao Cardoso³, Genoveva Ngana Karela⁴, Mar'atus Solichah⁵, Gervasius Domingga Weking⁶, Betriks Riska Kwaitota⁷, Savira Aulia Fadhilah⁸, David Berliansyah⁹, Rila Setyaningsih¹⁰

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10}Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Indonesia

*e-mail: lussyana526@gmail.com¹, kutasya2@gmail.com², benignalestaridacc@gmail.com³, karelagenoveva@gmail.com⁴, maratussholekah52@gmail.com⁵, weking.n0v4@gmail.com⁶, betriksriskakwaitota@gmail.com⁷, asavira37@gmail.com⁸, davidberliansyah08@gmail.com⁹, rila.s@mercubuana-yogya.ac.id¹⁰

Abstrak

UMKM Bejo atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berdaya Jogja merupakan bagian dari program Pemberdayaan Ekonomi oleh Lazismu Mantrijeron sekaligus sebagai bentuk komitmen nyata dalam memberdayakan ekonomi masyarakat sekitar melalui pendekatan sektor UMKM. Berdasarkan hasil observasi dan pengamatan terdapat kendala dari anggota UMKM Bejo dalam menjalankan bisnisnya, yakni masih minimnya tingkat konsistensi dan mindset bisnis yang positif serta rendahnya pengetahuan dan kemampuan dalam mengadopsi teknologi digital sebagai sarana pemasaran online. Oleh sebab itu, tujuan dilaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah anggota UMKM Bejo dapat lebih maksimal dalam mengoptimalkan usaha yang dijalankan dengan menerapkan pembelajaran dan pelatihan yang telah diberikan selama kegiatan pengabdian berlangsung. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi menggunakan konsep pretest dan post-test. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan kemampuan UMKM Bejo dalam memahami pentingnya memiliki motivasi dan mindset bisnis yang positif serta lebih peka dan sadar untuk mengikuti tren pemasaran terkini menggunakan platform digital. Saran untuk kedepannya adalah adanya pemberdayaan UMKM lainnya yang berkelanjutan dan monitoring dalam jangka waktu lebih panjang sebagai bentuk pengawasan untuk meninjau keberhasilan dalam menjalankan usaha setelah mengikuti program pengabdian.

Kata kunci: Brosur, Canva, Komunikasi Pemasaran, Pelatihan, Pemasaran Digital, Sosialisasi

Abstract

UMKM Bejo or Empowered Micro, Small and Medium Enterprises Jogja is part of the Economic Empowerment program by Lazismu Mantrijeron as well as a form of real commitment in empowering the economy of the surrounding community through the MSME sector approach. Based on the results of observations and observations, there are obstacles from Bejo MSME members in running their business, namely the lack of consistency and a positive business mindset as well as low knowledge and ability to adopt digital technology as a means of online marketing. Therefore, the purpose of carrying out this community service activity is that Bejo MSME members can be maximized in optimizing the business they run by applying the learning and training that has been provided during the service activity. The method of implementing activities includes preparation, implementation, and evaluation using the concept of pretest and post-test. The evaluation results show an increase in the knowledge and ability of Bejo MSMEs in understanding the importance of having a positive motivation and business mindset and being more sensitive and aware of following the latest marketing trends using digital platforms. Suggestions for the future are the continuous empowerment of other MSMEs and monitoring in a longer period of time as a form of supervision to review the success in running a business after participating in the service program.

Keywords: Canva, Brochure, Digital Marketing, Marketing Communication, Sharing Session, Training

1. PENDAHULUAN

Lazismu merupakan lembaga zakat yang berperan dalam pemberdayaan masyarakat melalui zakat, infaq, wakaf dan dana kedermawanan baik secara personal, lembaga, perusahaan dan instansi lainnya. Lazismu berdiri dari tahun 2002 oleh PP. Muhammadiyah, dan dikukuhkan

sebagai Lembaga Amil Zakat Nasional oleh Menteri Agama Republik Indonesia dan pada tahun 2016 Lazismu telah dikukuhkan kembali menjadi amil zakat nasional melalui SK Menteri Agama RI Nomor 730. Faktor utama didirikan lembaga Lazismu, yaitu karena adanya kemiskinan dan minimnya intelektual yang disebabkan tatanan dan keadilan sosial yang rendah serta sumbangsih untuk mendorong keadilan sosial, pembangunan manusia, dan mampu mengentaskan kemiskinan melalui program zakat (Lazismu, 2021).

Lembaga Lazismu memiliki beberapa cabang kantor yang tersebar luas di seluruh wilayah di Indonesia, salah satunya di Yogyakarta. Pada tahun 2023, Lazismu cabang Yogyakarta yang dinamakan Lazismu Mantrijeron yang beralamat di Jl. Parangtritis No.24, Mantrijeron, Kec.Mantrijeron, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55143 resmi meluncurkan Kelompok UMKM Berdaya Jogja (Bejo) sebagai langkah strategis untuk mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Lazismu, 2023). Tujuan dibentuknya Kelompok UMKM Bejo yakni untuk meningkatkan daya saing dan merubah pelaku UMKM dari sektor ekonomi yang lebih mandiri. Lazismu Mantrijeron telah melakukan identifikasi kepada UMKM yang bermasalah dalam usahanya dan telah membantu untuk memberdayakan pelaku UMKM dengan memberikan pelatihan digital marketing

UMKM Bejo atau Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berdaya Jogja merupakan bagian dari program Pemberdayaan Ekonomi oleh Lazismu Mantrijeron sekaligus sebagai bentuk komitmen nyata dalam memberdayakan ekonomi masyarakat sekitar melalui pendekatan sektor UMKM. Para pelaku UMKM Bejo memperoleh program pendampingan yang tidak hanya dari segi bantuan modal saja namun juga pelatihan dan pendampingan secara berkala. Pendampingan para pelaku UMKM Bejo oleh Lazismu Mantrijeron meliputi perencanaan anggaran, pemasaran, analisis peluang, pembangunan usaha dan pelaporan keuangan (Doddy, 2023). Tujuan diberikannya pemberdayaan oleh Lazismu Mantrijeron, UMKM Bejo diharapkan dapat memiliki modal kemampuan dan pengetahuan untuk menyelesaikan masalah bisnisnya.

Program pemberdayaan UMKM Bejo ini dilaksanakan setiap tahunnya dan terbuka untuk masyarakat yang memiliki ketertarikan di bidang UMKM, tanpa ada batas umur, namun pelaksanaannya berlangsung tiap tahun. Program pemberdayaan tersebut memiliki keterbatasan waktu, di antaranya kontrak pemberdayaan UMKM hanya berlangsung selama enam bulan lamanya. Organisasi Lazismu Mantrijeron memberikan pemberdayaan dan pendampingan terhadap masyarakat yang berminat membuat usaha berdasarkan pengelompokan jenis-jenis kemiskinan.

Pertama, kemiskinan berpotensi (absolut) yang dimaksud, yaitu orang atau masyarakat yang memiliki pendapatan yang tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan dasar hidupnya terlebih lagi memiliki modal usaha yang minim namun memiliki niat, kreativitas dan kemampuan untuk melakukan dan menjalankan suatu usaha (Andriani et al., 2022). Masyarakat yang memiliki kemampuan ini biasanya akan mendapatkan perhatian dari organisasi Lazismu dengan memberikan bantuan berupa biaya, pendampingan, pelatihan, pemberdayaan. Bantuan tersebut dapat menjadi bekal untuk memulai suatu usaha dan diharapkan usaha yang dijalankan dapat berlanjut dan menghasilkan sesuatu yang merubah perekonomian pelaku usaha tersebut menjadi lebih baik.

Kedua, miskin menyerah atau masyarakat yang tidak berpotensi (relatif) dapat melakukan usaha. Masyarakat yang tergolong dalam kategori miskin relatif adalah masyarakat yang tidak memiliki sumber daya untuk memenuhi kebutuhan pokok makanan, partisipasi yang minim dalam kehidupan sosial, dan tidak memiliki kondisi hidup serta fasilitas yang biasa diperoleh oleh masyarakat lainnya di tempat asalnya, misalnya orang cacat fisik, usia lanjut dan lainnya (Adon et al., 2023). Masyarakat yang termasuk kelompok miskin relatif, biasanya tidak dibiarkan begitu saja oleh organisasi Lazismu, melainkan memberikan bantuan dalam bentuk biaya secukupnya saja dan sembako serta tidak ada keberlanjutan pendampingan.

Ketiga, masyarakat yang tergolong ke dalam kemiskinan struktural. Selo Soemardjan menjelaskan bahwasanya kemiskinan struktural terjadi dikarenakan ketidakmampuan dan keterbatasan individu dalam mengakses hak-haknya berdasarkan sumber ekonomi yang tersedia, bukan karena malas bekerja atau tidak berpenghasilan. Golongan masyarakat ini tergolong dalam para pekerja yang tidak terdidik dan terlatih (*unskilled labores*). Pelaku usaha yang memiliki

modal kecil tanpa fasilitas dari pemerintah atau sering dikenal dengan kalangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah UMKM) masuk ke dalam golongan kemiskinan struktural (Arifin, 2020). Dalam hal ini berkaitan dengan UMKM Bejo, pelaku usaha UMKM Bejo yang termasuk ke dalam kategori kemiskinan ini adalah masyarakat yang memiliki modal namun berpotensi miskin atau dapat diartikan usaha yang dilakukan oleh orang tersebut semakin menurun dan tidak mengalami perkembangan, hal ini terjadi dikarenakan SDM rendah. Dihadapkan dengan hal ini organisasi Lazismu memberikan bantuan atau dana, pendampingan hingga pemberdayaan yang sama sekali belum diberikan oleh pemerintah.

Lembaga Lazismu Mantrijeron sudah banyak memberikan bantuan dana, pemberdayaan dan pendampingan kepada lebih dari 15 UMKM sejak diluncurkannya UMKM Bejo, namun yang masih produktif dan aktif hingga periode tahun 2024 hanya ada sekitar 11 hingga 12 UMKM yang berpotensi berkembang. Rata-rata usia anggota UMKM Bejo adalah sekitar 40 tahun dan mayoritas anggota masih kurang terampil dalam tata kelola bisnis, khususnya dalam hal pemasaran digital. Dari 12 UMKM tersebut, ada beberapa jenis UMKM yang bergerak di kategori *food and beverage*, menjual produk makanan olahan, penyedia jasa pembuat tas dan *handicraft*.

Berdasarkan pengamatan atau *pretest* yang dilakukan, diperoleh informasi bahwasanya kinerja usaha dari masing-masing pelaku UMKM Bejo berjalan dengan lambat dan tidak terlalu signifikan, hal ini dikarenakan rendahnya semangat dan ketidakstabilan maupun konsistensi yang cenderung stagnan dalam mengelola usaha yang sedang dijalankan, dimana masalah ini berkaitan dengan motivasi dan mindset pelaku UMKM Bejo yang masih kurang dan minimnya pengetahuan tata kelola bisnis yang baik seperti halnya pemasaran. Disisi lain, hambatan yang dialami adalah rendahnya pengetahuan dan adopsi terhadap teknologi digital meskipun beberapa pelaku UMKM memiliki fasilitas teknologi berupa *handphone*, namun masih beberapa yang peka terkait penggunaan teknologi digital, kemudian kurangnya pengetahuan tentang pemasaran digital dan kemampuan teknologi yang terbatas menjadi penghalang utama dalam meningkatkan kinerja bisnis para pelaku UMKM Bejo.

Masalah yang sedang dialami oleh pelaku UMKM Bejo merupakan masalah yang pada umumnya dialami para pelaku UMKM lainnya di tengah era digitalisasi yang serba canggih, hal ini didukung dengan data dari MSME Empowerment Report pada tahun 2022 bahwasanya meskipun 83,8% pelaku UMKM yang sudah menggunakan platform digital untuk mempromosikan produknya, namun 70,2% pemilik UMKM mengalami kesulitan dalam hal pemasaran produk melalui adopsi teknologi digital sebesar 30,9% (Anjani, 2023). Masalah ini tentunya menjadi tantangan dan ancaman bagi Indonesia secara Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) telah memberikan peran yang penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, hal ini didukung dengan data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah bahwasanya UMKM di Indonesia menyumbang sekitar 61% dari pendapatan Domestik Bruto (PDB) atau setara Rp 9,580 triliun (Simangunsong, 2022). Oleh sebab itu, dalam upaya untuk membantu pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, pelaku UMKM harus memiliki kesadaran dan kepekaan untuk mengikuti tren terkini, salah satunya digitalisasi dalam hal pemasaran melalui penggunaan teknologi serta memiliki kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital yang dapat mendukung operasional bisnis mereka.

Setelah penjelasan dan pemaparan latar belakang di atas, para penulis berinisiatif untuk turut berkontribusi membantu para pelaku UMKM, khususnya UMKM Bejo yang berada di bawah naungan Lembaga Lazismu Mantrijeron terkait dengan mengatasi masalah-masalah bisnis yang sedang dihadapi. Pada upaya untuk membantu mengatasi masalah tersebut, para penulis merancang program pengabdian masyarakat, yakni dengan melakukan pemberdayaan melalui sosialisasi, edukasi, dan pelatihan. Adapun program pengabdian masyarakat yang dirancang yang pertama adalah dengan melakukan sosialisasi dan edukasi terhadap UMKM Bejo terkait dengan cara meningkatkan motivasi dan *mindset* bisnis yang positif serta cara mencari ide peluang bisnis kekinian yang sesuai dengan tren terkini yang dapat dikombinasikan dengan bisnis yang sedang dijalankan melalui aplikasi Tiktok. Program pengabdian masyarakat UMKM Bejo yang kedua, di antaranya memberikan pelatihan dan edukasi terkait cara pengambilan foto produk yang *eye catching* dan membuat desain brosur produk menggunakan *template* canva serta pemasarannya dengan baik melalui *copywriting* yang menarik. Adapun tujuan utama dari kegiatan pengabdian

masyarakat ini adalah *upgrade knowledge* dan *upgrade skills* anggota UMKM Bejo, baik dari segi meningkatkan *entrepreneurial mindset* yang positif dan kemampuan yang basisnya adalah aplikatif, seperti pengambilan foto produk yang bagus serta mampu mengaplikasikan aplikasi digital yang dapat menjadi penunjang keberlanjutan usaha yang dijalankan sehingga bisa memberikan hasil dampak positif bagi masing-masing anggota UMKM Bejo (Elsa Dwi Ramanti & Astuning Saharsini, 2022).

2. METODE

Kegiatan pelaksanaan program pengabdian masyarakat dilakukan dua kali pada 24 Mei 2024 yang berlokasi di Gedongkiwo yang beralamat Jl. Gg Resi Seto di Kec. Mantrijeron, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta dan pada 4 Juni 2024 yang berlokasi di Gedung Aisyiyah Danunegaran yang beralamat di Danunegaran MJ3 No.987, RT.069/RW. 019, Kec. Mantrijeron, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewah Yogyakarta. Pada rangka pelaksanaan program pengabdian masyarakat yang pertama dan kedua, penulis menggunakan metode meliputi persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi (Maryam & Bagye, 2023).

Pada pelaksanaan program pertama dan kedua hal pertama yang dilakukan adalah tahap persiapan, ada beberapa hal yang perlu dipersiapkan, di antaranya (1) Penyusunan materi oleh tim pelaksana berupa memo, terkait topik yang diangkat maupun slide materi, (2) Persiapan penyediaan waktu dan tempat untuk pelaksanaan program pertama dan kedua, (3) Penyediaan SDM, yakni anggota UMKM Bejo sendiri, (4) Persiapan penyediaan jaringan akses internet melalui fitur *tethering* atau *hotspot*, (5) Persiapan penyediaan perangkat teknologi *smartphone*, yang dipersiapkan sebagai tindakan pencegahan jika salah satu dari UMKM Bejo tidak membawa *smartphone* dan peralatan teknologi lainnya seperti proyektor serta persiapan hal lainnya.

Pada tahap kedua, yakni tahap pelaksanaan untuk program pertama terkait dengan topik "*Sosialisasi cara meningkatkan motivasi, mindset bisnis, dan ide peluang bisnis digital*", dimana tahap pertama sosialisasi berfokus pada *Upgrade Knowledge* atau peningkatan pengetahuan, adapun kegiatan dimulai dengan serangkaian kegiatan berupa (1) Sesi pemaparan materi dalam bentuk *sharing session*, (2) Demonstrasi penggunaan aplikasi *TikTok*, (3) Sesi tanya jawab. Sedangkan tahap pelaksanaan untuk program kedua terkait dengan topik "*Pelatihan dan edukasi terkait cara pengambilan foto produk yang eye catching dan membuat desain brosur produk menggunakan template canva serta pemasarannya dengan baik melalui copywriting yang menarik*", dimana tahap pelatihan berfokus pada *Upgrade Skills* atau peningkatan kemampuan, adapun kegiatan dimulai dengan serangkaian kegiatan meliputi (1) pelaksanaan praktik atau demonstrasi dilakukan dengan dua kegiatan. Metode demonstrasi adalah pendekatan pembelajaran yang melibatkan penyajian praktik dari suatu proses atau keterampilan untuk membantu anggota kelompok memahaminya (Novita & Sundari, 2024). Adapun kegiatan demonstrasi yang dilakukan, di antaranya; (a) pengambilan foto produk, yang diajarkan oleh tim pelatihan kepada anggota UMKM Bejo dengan praktik secara langsung agar meningkatkan pengetahuan tentang teknik pengambilan foto yang menarik menggunakan *smartphone*. (b) Pembuatan brosur menggunakan aplikasi *canva* yang dilakukan dengan praktik dan para peserta akan mendemonstrasikan secara langsung langkah-langkah penggunaan aplikasi *canva* dalam pembuatan brosur produk menggunakan foto dan kata yang menarik dan informatif. (2) Sesi tanya jawab.

Metode terakhir adalah tahap evaluasi untuk kedua program pengabdian yang telah dilaksanakan sebelumnya, dimana evaluasi yang digunakan adalah dengan konsep *pretest dan post-test*, yakni memberikan selembar kertas berisi pernyataan dengan jawaban pilihan skala (Sangat Baik, Baik, Tidak Baik, Sangat Tidak Baik) yang nantinya digunakan sebagai alat ukur keberhasilan pelaksanaan program pengabdian pertama dan kedua (Hamzah et al., 2023).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat telah berhasil dilaksanakan selama dua kali pertemuan dengan topik program yang berbeda pula. Program pengabdian masyarakat pertama, yakni sosialisasi dan edukasi terhadap UMKM Bejo terkait dengan cara meningkatkan motivasi dan *mindset* bisnis yang positif serta cara mencari ide peluang bisnis kekinian yang sesuai dengan tren terkini yang dapat dikombinasikan dengan bisnis yang sedang dijalankan melalui aplikasi Tiktok. Pelaksanaan kegiatan program pengabdian pertama berjalan dengan lancar dan telah dihadiri oleh 5 anggota dari 12 anggota kelompok UMKM Bejo yang aktif, yakni Ibu Novi yang memiliki usaha menghasilkan produk fashion berupa produk-produk aksesoris yang diproduksi dengan rajut tangan, Ibu Siti Komariah yang memiliki usaha dibidang kuliner berupa cemilan ringan, Ibu Dal Suhaki yang menjual produk olahan rumahan, seperti lauk pauk, kemudian Bapak Jaya dan Ibu Surani yang turut memproduksi kerajinan tangan seperti *handicraft* dan berbagai souvenir.



Gambar 1. Sesi Pemaparan Materi Pemateri dengan Anggota UMKM Bejo Pada Program Pertama

Gambar pertama adalah gambaran kegiatan program pengabdian masyarakat pertama yang dilaksanakan pada 24 Mei 2024 berlokasi di Gedongkiwo, Yogyakarta. Acara diawali dengan pembukaan, kemudian pemaparan materi kepada seluruh anggota UMKM Bejo yang hadir. Acara sosialisasi pertama tersebut diisi dengan pemaparan materi dengan memberikan tips dan trik membangun *mindset* dan motivasi bisnis yang positif diselingi dengan komunikasi dua arah antara pemateri dengan para peserta, kemudian memberikan materi terkait cara mengoptimalkan bisnis dengan memahami tips dan trik maupun langkah-langkah yang harus dilakukan untuk membuat bisnis berkembang, salah satunya alangkah lebih baiknya mengetahui caranya menentukan lokasi penjualan yang strategis sekaligus menentukan target konsumen yang jelas, melakukan pemasaran dengan teknik dari mulut ke mulut (*word of mouth*) untuk skala UMKM yang masih kecil, menjaga kualitas produk untuk menjaga loyalitas konsumen, membuat variasi produk yang lebih beragam dan inovatif dan melakukan pemasaran secara *online* melalui media digital, seperti WhatsApp. Materi lainnya yang diberikan juga berupa simulasi praktikum bagaimana memanfaatkan media digital terkini, salah satunya Tiktok dalam mencari isu-isu yang sedang tren maupun mencari referensi ide bisnis.

3.1. Hasil *Pretest* dan *Post-test* Program Pertama

Tim pengabdian masyarakat memberikan materi pada sosialisasi pertama tidak terlepas dari hasil evaluasi *pretest* yang telah disebarkan sebelumnya dan diisi oleh anggota UMKM Bejo. Berikut hasil *pretest* program pertama yang telah diperoleh yang dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini. Hasil *pretest* yang diperoleh menjadi rujukan penulis dalam merancang program pengabdian masyarakat untuk meninjau ketepatan penulis dalam merancang program pengabdian yang bertujuan untuk mengatasi masalah bisnis yang dihadapi oleh anggota UMKM Bejo sebelumnya yang telah diperoleh dari hasil observasi bersama penanggung jawab UMKM Bejo.

Tabel 1. Kuesioner *Pretest* Program Pengabdian Pertama “Upgrade Knowledge”

Kuesioner <i>Pretest</i> Program 1	Sangat Baik	Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
Sebelum mengikuti program sosialisasi dalam peningkatan motivasi bisnis, seberapa baik Bapak/Ibu memotivasi diri sendiri untuk mengatasi hambatan dalam bisnis?			4	1
Sebelum mengikuti program sosialisasi, seberapa baik Bapak/Ibu bisa memiliki <i>mindset</i> yang lebih positif dan tangguh dalam berbisnis?		1	3	1
Sebelum mengikuti program sosialisasi, seberapa baik Bapak/Ibu dalam memahami dan sadar terhadap masalah bisnis yang dimiliki?		1	3	1
Sebelum mengikuti program sosialisasi, seberapa baik Bapak/Ibu merasa terinspirasi untuk menciptakan ide-ide bisnis baru?		2	3	
Sebelum mengikuti program sosialisasi, seberapa baik Bapak/Ibu dalam memahami tren pemasaran terkini?		2	3	

Poin pertanyaan *pretest* yang dapat dilihat pada tabel 1 di atas pada program pengabdian masyarakat pertama diberikan sejumlah 5 poin pertanyaan dengan pilihan jawaban SB (Sangat Baik), B (Baik), TB (Tidak Baik), dan STB (Sangat Tidak Baik). Berdasarkan hasil *pretest* yang diperoleh, khususnya pada poin pertanyaan nomor satu dan dua menjelaskan bahwasannya rata-rata anggota pelaku UMKM Bejo masih belum baik dalam manajemen diri dan memotivasi diri untuk konsisten dalam menjalankan usaha yang dapat dilihat pada jawaban skala ukur yang didominasi jawaban TB (Tidak Baik) oleh anggota UMKM Bejo. Dalam hal ini, motivasi dan *mindset* positif bisnis masih rendah dimiliki oleh anggota UMKM Bejo sehingga hal tersebut mempengaruhi perkembangan bisnis yang dijalankan. Sedangkan poin nomor tiga menjelaskan anggota UMKM Bejo juga masih rendah dalam memahami dan mampu menelusuri masalah bisnis dari segi pemasaran, didominasi jawaban TB yang dipilih oleh tiga anggota UMKM Bejo.

Pada poin pertanyaan keempat, rata-rata anggota UMKM Bejo memilih jawaban TB (Tidak Baik) yang artinya masing-masing dari anggota UMKM Bejo masih enggan untuk mencoba peluang bisnis di pasar yang berbeda dibandingkan dengan usaha yang telah dijalankan sebelumnya dan memilih untuk tetap menjalankan usaha yang telah dijalankan sejak dulu, namun tetap tertarik dalam menciptakan ide bisnis di kategori bisnis yang sama atau dalam marketing dikenal dengan istilah *Line Extension* yang artinya strategi perluasan produk yang dianggap familiar bagi pelaku bisnis, namun baru bagi pasar (Malonda et al., 2022). Kemudian poin terakhir menunjukkan hasil anggota UMKM Bejo rata-rata menjawab hanya 2 orang saja yang sudah sadar dan peka dengan tren pemasaran kekinian menggunakan platform digital, namun masih bingung terkait mekanisme dan tata cara melakukan pemasaran *online* yang baik dan benar sedangkan 3 anggota lainnya masih belum mengetahui dan memahami dengan baik tren pemasaran terkini.

Tabel 2. Kuesioner *Post-test* Program Pengabdian Pertama “Upgrade Knowledge”

Kuesioner <i>Post-test</i> Program 1	Sangat Baik	Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
Setelah mengikuti program sosialisasi dalam peningkatan motivasi bisnis, seberapa baik Bapak/Ibu dapat memotivasi diri sendiri untuk mengatasi hambatan dalam bisnis?		5		
Setelah mengikuti program sosialisasi, seberapa baik Bapak/Ibu bisa menyadari bahwa memiliki <i>mindset</i> dan motivasi positif penting selama menjalankan bisnis?		5		
Setelah mengikuti program sosialisasi, seberapa baik pengetahuan Bapak/Ibu memahami dan sadar terhadap masalah bisnis yang dimiliki itu penting?		5		
Setelah mengikuti program sosialisasi, seberapa baik Bapak/Ibu merasa terinspirasi untuk menciptakan ide-ide bisnis yang sedang dijalani untuk lebih berkembang?	1	4		
Setelah mengikuti program sosialisasi, seberapa baik pemahaman Bapak/Ibu bahwa mengikuti tren pemasaran terkini itu penting untuk mengembangkan bisnis yang dijalani?		5		

Berdasarkan hasil *post-test* program pengabdian pertama, diperoleh hasil bahwasannya ada peningkatan pemahaman, pengetahuan, tingkat kesadaran dan kepekaan masing-masing dari anggota UMKM bahwasannya memiliki motivasi dan *mindset* bisnis yang positif itu sangat diperlukan karena hal tersebut akan mempengaruhi tingkat konsistensi dan semangat dalam menjalankan usaha yang sedang dijalankan (Megracia, 2021) serta pentingnya untuk lebih sadar dan peka serta mampu untuk menyesuaikan tren pemasaran terkini, hal tersebut ditunjukkan melalui rata-rata skala ukur jawaban yang dipilih oleh anggota UMKM Bejo adalah B (Baik). Hasil yang diperoleh dari *post-test* yang telah diisi oleh kelima anggota UMKM Bejo yang telah mengikuti program sosialisasi pertama menjelaskan bahwasanya kegiatan program sosialisasi pertama telah berhasil mencapai output yang diinginkan, yakni tujuannya adalah untuk memberdayakan anggota UMKM Bejo dengan memberikan serangkaian pengetahuan dan informasi yang bermanfaat yang dapat mendukung perkembangan bisnis yang dimiliki oleh masing-masing dari anggota UMKM Bejo.

3.2. Hasil *Pretest* dan *Post-test* Program Kedua

Setelah kegiatan pengabdian masyarakat pertama berhasil dilaksanakan, kemudian dilanjutkan pengabdian masyarakat yang kedua terkait dengan memberikan pelatihan dan edukasi terkait cara pengambilan foto produk yang *eye catching* dan membuat desain brosur produk menggunakan *template* canva serta pemasarannya dengan baik melalui *copywriting* yang menarik. Tim pengabdian juga turut melakukan *pretest* terkait dengan usulan program yang dirancang sebagai program lanjutan dari program pertama yang telah berhasil dilaksanakan. Berikut rincian hasil *pretest* pada program kedua tim pengabdian masyarakat yang dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3. Kuesioner *Pretest* Program Pengabdian Kedua “*Upgrade Skills*”

Pertanyaan <i>Pretest</i> Program 2	Sangat Baik	Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
Sebelum mengikuti program pelatihan, seberapa baik Bapak/Ibu mengetahui jika aplikasi canva adalah aplikasi untuk mendesain?	1		6	
Sebelum mengikuti program pelatihan, seberapa baik Bapak/Ibu mengetahui cara ambil foto produk yang bagus?	1		5	1
Sebelum mengikuti program pelatihan, seberapa baik Bapak/Ibu mengetahui cara membuat <i>caption story</i> di media sosial yang menarik?	1		3	3
Sebelum mengikuti program pelatihan, seberapa baik Bapak/Ibu melakukan pemasaran secara <i>online</i> ?	1		3	3
Sebelum mengikuti program pelatihan, seberapa baik Bapak/Ibu <i>update story</i> di media sosial untuk memasarkan produk/jasa yang dimiliki?	1	1	4	1

Berdasarkan hasil *pretest* program kedua yang dapat dilihat pada tabel 3 di atas yang menjadi program lanjutan dari program pertama, diperoleh hasil bahwasannya rata-rata sebelum mengikuti pelatihan pada program sesi kedua, anggota UMKM Bejo masih belum mengenal aplikasi Canva yang merupakan aplikasi untuk mendesain, kemudian masih rendahnya pengetahuan dan kemampuan dalam mengambil foto produk yang bagus dan membuat *caption story* maupun *copywriting* pada brosur produk di media sosial, hal tersebut dapat dilihat pada pilihan skala ukur jawaban pada poin pertanyaan pertama, kedua dan ketiga yang didominasi pilihan jawaban TB (Tidak Baik) dan STB (Sangat Tidak Baik). Tidak hanya itu, pilihan jawaban pada poin pertanyaan keempat dan kelima yang didominasi jawaban TB (Tidak Baik) dan STB (Sangat Tidak Baik) menjelaskan bahwa masing-masing anggota UMKM Bejo juga masih belum konsisten dan optimal dalam melakukan pemasaran secara *online* serta intensitas dalam memperbarui status di media sosial masih rendah.



Gambar 2. Sesi Demonstrasi Pengambilan Foto Produk Anggota UMKM Bejo Pada Program 2

Gambar 2 yang dapat dilihat di atas adalah representasi kegiatan pengabdian masyarakat pada sesi 2 yang telah dilaksanakan pada 4 Juni 2024 yang berlokasi di Gedung Aisyiyah Danunegaran. Kegiatan pengabdian masyarakat yang kedua, yakni pelatihan cara mengambil foto produk yang bagus dan membuat desain brosur produk menggunakan *template* aplikasi canva diawali dengan pembukaan oleh moderator, kemudian langsung memasuki sesi praktikum atau demonstrasi pengambilan foto produk dengan pemateri anggota tim pengabdian. Kemudian dilanjutkan dengan demonstrasi masing-masing anggota UMKM Bejo melakukan simulasi pengambilan foto produk menggunakan objek produk dari masing-masing anggota UMKM Bejo. Kegiatan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan anggota UMKM Bejo telah berhasil dilaksanakan dan kegiatan tersebut berlangsung dengan baik, terlihat dari antusias anggota UMKM Bejo yang tertarik mengikuti program kedua tersebut, hal tersebut dapat dilihat dari adanya penambahan peserta pada kegiatan program pengabdian masyarakat yang kedua dengan total ada 7 peserta begitupun dengan para peserta yang telah mengikuti kegiatan program pengabdian pertama pun masih turut hadir dan antusias mengikuti kegiatan pelatihan.

Setelah terlaksananya demonstrasi atau praktikum cara pengambilan foto produk yang bagus, kemudian dilanjutkan dengan demonstrasi atau praktikum pembuatan brosur produk yang akan dipasarkan secara *online* menggunakan *template* aplikasi canva. Tiap-tiap anggota tim pengabdian membimbing para peserta secara langsung untuk melakukan simulasi terkait tahap-tahapan bagaimana cara membuat desain brosur produk sendiri dan memperkenalkan aplikasi canva beserta fitur-fitur yang tersedia dalam aplikasi canva serta teknik membuat *copywriting* yang menarik dalam brosur produk. Kegiatan pengabdian masyarakat yang kedua ditutup dengan penyerahan *reward* atau hadiah kepada 2 anggota UMKM Bejo yang berhasil dan mampu melaksanakan praktikum mengambil foto produk yang cukup baik sekaligus mendesain brosur melalui canva.



Gambar 3. Hasil desain brosur produk peserta anggota UMKM Bejo Pada Program 2



Gambar 4. Dokumentasi Tim Pengabdian dengan Anggota UMKM Bejo pada Program 1 dan 2

Gambar 3 di atas adalah salah satu hasil karya brosur produk anggota UMKM Bejo yang dibuat menggunakan template aplikasi canva. Adapun poin yang menjadi penilaian tim pengabdian masyarakat dalam memilih dua desain brosur produk yang menarik adalah tingkat kombinasi warna desain yang relevan dengan produk, *copywriting* produk, detail spesifikasi produk, informasi kontak pengusaha, dan posisi gambar produk pada desain yang terlihat proporsional. Kegiatan pengabdian masyarakat pada program kedua ini merupakan program terakhir dari tim pengabdian yang telah turun lapangan. Setelah kegiatan program kedua selesai, dilanjutkan dengan dokumentasi bersama dengan anggota UMKM Bejo yang dapat dilihat pada gambar 4 di atas, gambar paling sisi kiri adalah dokumentasi tim pengabdian masyarakat pada program pertama sedangkan gambar paling sisi kanan adalah dokumentasi tim pengabdian masyarakat bersama anggota UMKM Bejo pada program kedua. Penutupan kegiatan pengabdian kedua juga dilanjutkan dengan menyebarkan *post-test* untuk diisi oleh masing-masing anggota UMKM Bejo yang telah hadir pada kegiatan program pengabdian kedua tersebut. Berikut hasil *post-test* program pengabdian kedua pada sesi “*Upgrade Skills*”.

Tabel 4. Kuesioner *Post-test* Program Pengabdian Kedua “*Upgrade Skills*”

Pertanyaan <i>Post-test</i> Program 2	Sangat Baik	Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
Setelah mengikuti program pelatihan, seberapa baik Bapak/Ibu mengetahui jika aplikasi canva adalah aplikasi untuk mendesain?	2	5		
Setelah mengikuti program pelatihan, seberapa baik Bapak/Ibu mengetahui cara ambil foto produk yang bagus?	3	4		
Setelah mengikuti program pelatihan, seberapa baik Bapak/Ibu mengetahui cara membuat <i>caption story</i> di media sosial yang menarik?	2	5		
Setelah mengikuti program pelatihan, seberapa baik Bapak/Ibu menyadari bahwa melakukan pemasaran secara <i>online</i> itu diperlukan?	5	2		
Setelah mengikuti program pelatihan, seberapa baik Bapak/Ibu <i>update story</i> di media sosial untuk memasarkan produk/jasa yang dimiliki?	5	2		

Tabel 4 di atas adalah hasil *post-test* program pengabdian masyarakat kedua pada sesi *upgrade skills*, yakni pelatihan pengambilan foto produk yang bagus dan mendesain brosur produk secara *online* melalui aplikasi canva. Berdasarkan pilihan skala jawaban pada poin pertanyaan pertama yang didominasi jawaban SB (Sangat Baik) dan B (Baik), menjelaskan bahwa rata-rata anggota UMKM Bejo sudah memiliki pengetahuan yang cukup dan bisa lebih mengenal aplikasi canva yang merupakan aplikasi yang bisa digunakan untuk mendesain secara praktis dan cocok untuk orang awam yang masih belum terlalu lihai dalam mendesain. Berdasarkan hasil *post-test* pada tabel 4 di atas juga menjelaskan bahwasannya anggota UMKM Bejo sudah lebih paham dan mengetahui tips mengambil foto produk yang baik, membuat *copywriting* pada brosur produk yang bagus dan sudah lebih aware tentang pentingnya melakukan pemasaran secara digital serta lebih konsisten dalam meningkatkan intensitas memperbaiki status dengan upload dan mengiklankan produk di media sosial yang dimiliki, hal ini dapat dilihat berdasarkan

dominasi skala jawaban yang dipilih oleh 7 anggota UMKM Bejo yang hadir, yakni SB (Sangat Baik) dan B (Baik) pada poin pertanyaan kedua hingga kelima. Meskipun demikian, anggota UMKM Bejo tetap harus terus berlatih untuk mendesain brosur secara mandiri menggunakan template aplikasi canva agar lebih lihai dalam menggunakan aplikasi canva. Tim pengabdian juga memberikan fasilitas konsultasi dan bimbingan secara *online* melalui grup WhatsApp sebagai bentuk wadah komunikasi dan koordinasi dengan anggota UMKM Bejo dan anggota tim pengabdian.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang berfokus pada pemberdayaan terhadap UMKM Bejo bertujuan untuk meningkatkan kapabilitas masing-masing anggota UMKM Bejo untuk menjalankan usahanya dalam jangka waktu yang panjang. Hasil *pretest* pada program pertama dan kedua didominasi skala ukuran jawaban TB (Tidak Baik) dan STB (Sangat Tidak Baik) yang menunjukkan masih minim dan rendahnya pengetahuan seputar bisnis serta kurangnya kemampuan dalam mengaplikasikan aplikasi digital, khususnya canva sebagai penunjang keberlanjutan usaha oleh anggota UMKM Bejo. Sedangkan hasil *post-test* pada program pertama dan kedua diperoleh hasil bahwa rata-rata anggota UMKM Bejo memilih skala ukuran jawaban, yakni SB (Sangat Baik) dan B (Baik) yang menunjukkan adanya peningkatan, baik dari segi pengetahuan maupun wawasan dan kemampuan anggota UMKM Bejo terkait dengan cara meningkatkan *entrepreneurial mindset* yang baik dan praktikum mendesain brosur produk menggunakan template aplikasi canva serta cara mengambil foto gambar produk yang *eye catching*. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya tujuan utama dilaksanakannya pengabdian masyarakat ini adalah untuk *upgrade knowledge* dan *upgrade skills* anggota UMKM Bejo telah berhasil diimplementasikan.

Merujuk pada hasil kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan bahwasannya terdapat beberapa saran agar kegiatan pengabdian masyarakat di masa yang akan mendatang memperoleh hasil yang optimal dan memberikan dampak positif dalam jangka waktu yang panjang. Pertama adalah memperkuat kerja sama dengan UMKM Bejo melalui perancangan program-program pengabdian yang tepat dan sesuai dengan kebutuhan dan tantangan yang sedang dihadapi. Langkah ini dapat dilakukan melalui survei atau diskusi terbuka untuk memahami lebih dalam tentang kebutuhan anggota UMKM Bejo secara spesifik. Kedua, perlu merancang program lanjutan dan lebih mendalam terkait bidang-bidang lainnya yang lebih beragam, seperti pemasaran digital yang lebih lanjut, manajemen keuangan, dan strategi pengembangan produk. Ketiga, memperluas jangkauan kolaborasi dengan pihak eksternal, termasuk pemerintah, dan pihak terkait lainnya untuk mendapatkan dukungan tambahan dalam pelaksanaan program dan peningkatan kapasitas UMKM Bejo. Keempat, melaksanakan evaluasi secara berkala terhadap hasil kegiatan untuk mengevaluasi dampak dan efektivitas program serta mengidentifikasi area perbaikan yang dapat diterapkan di masa mendatang. Kelima, menggunakan skala ukur jawaban *pretest* dan *post-test* dalam bentuk angka statistik sehingga akan lebih terukur dan menambah serangkaian metode pengukuran statistik lainnya, seperti validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwasanya pertanyaan yang digunakan valid dan reliabel serta metode analisis statistik yang lebih terukur untuk memberikan hasil yang lebih objektif tentang peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota UMKM Bejo.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Penanggung Jawab UMKM Berdaya Jogja (Bejo) yang telah memberikan izin dan membantu terkait penyediaan tempat untuk pengadaan pengabdian masyarakat dan kepada dosen pembimbing kegiatan pengabdian masyarakat yang telah membimbing dari awal hingga akhir serta tidak lupa segenap anggota UMKM Bejo yang telah berpartisipasi dan segala pihak yang terkait lainnya yang telah membantu proses pelaksanaan pengabdian masyarakat kepada anggota UMKM Bejo, Lazismu Mantrijeron Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

- Adon, M. J., Jeraman, G. T., & Andrianto, Y. (2023). Kontribusi Teori Kemiskinan sebagai Deprivasi Kapabilitas dari Amartya Sen dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Miskin. *Masyarakat Madani: Jurnal Kajian Islam dan Pengembangan Masyarakat*, 8(1), 1. <https://doi.org/10.24014/jmm.v8i1.22295>
- Andriani, Y., Syafril, S., & Sukmawati, N. (2022). Kemiskinan dalam Naskah Hah Karya Putu Wijaya (Tinjauan Sosiologi Sastra). *Puitika*, 18(1), 72. <https://doi.org/10.25077/puitika.18.1.76-88.2022>
- Anjani, M. M. (2023). *Tren Digitalisasi UMKM di Indonesia 2023: Tantangan dan Peluang*. <https://dailysocial.id/post/tren-digitalisasi-umkm-di-indonesia-2023-tantangan-dan-peluang>
- Arifin, J. (2020). Budaya Kemiskinan dalam Penanggulangan Kemiskinan di Indonesia. *Sosio Informa*, 6(2). <https://doi.org/10.33007/inf.v6i2.2372>
- Doddy. (2023). *Luncurkan Kelompok UMKM Bejo, Lazismu Berdayakan Ekonomi Kecil*. <https://lazismu.org/view/luncurkan-kelompok-umkm-bejo-lazismu-berdayakan-ekonomi-kecil>
- Elsa Dwi Ramanti, & Astuning Saharsini. (2022). Pengaruh Pemahaman Informasi Keuangan dan Mindset Entrepreneur terhadap Kinerja UMKM di Pasar Ir Soekarno Sukoharjo (Studi Pasar Ir Soekarno Sukoharjo 2021). *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(6), 667–682. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i6.2088>
- Hamzah, A. H. P., Kaligis, J. N., Yahya, S. R., Waoma, S., Samosir, H. E., Alfiana, A., & Nurhasanah, N. (2023). Pendampingan Pengembangan UMKM Melalui Implementasi Financial Technology Era Society 5.0. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 4(2), 377–388. <https://doi.org/10.37680/amalee.v4i2.2828>
- Lazismu. (2021). *Mengelola Zakat dengan Manajemen Modern*. <https://lazismu.org/view/latar-belakang>
- Lazismu. (2023). *Lazismu Mantrijeron Launching Kelompok UMKM Bejo, Perkuat Misi Pemberdayaan*. <https://lazismudiy.or.id/lazismu-mantrijeron-launching-kelompok-umkm-bejo-perkuat-misi-perbedayaan/>
- Malonda, M., Azmarita, D., & Saputra, J. (2022). *Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat 2022 LP2M UST Jogja 134 Pentingnya Strategi Bersaing dan Inovasi Produk untuk Meningkatkan Kinerja pada Cafe 89 Degress*. 134–141.
- Maryam, M., & Bagye, W. (2023). Pelatihan Pembuatan Poster Menggunakan Canva sebagai Media Promosi LPK Zahra. *Mitra Mahajana: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 106–111. <https://doi.org/10.37478/mahajana.v4i2.2905>
- Megracia, S. (2021). Karakteristik dan Motivasi Entrepreneur terhadap Kinerja Bisnis. *Mbia*, 20(1), 51–63. <https://doi.org/10.33557/mbia.v20i1.1277>
- Novita, N., & Sundari, R. (2024). Demonstrasi Pembuatan Konten Kreatif pada Media Sosial dalam Promosi Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Kompetitif*, 2(2), 86–91. https://doi.org/10.35446/pengabdian_kompetif.v2i2.1630
- Simangunsong, R. (2022). Pengaruh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Wadah Ilmiah Penelitian Pengabdian untuk Nommensen*, 1(1), 78–84. <https://jurnal.uhnp.ac.id/wippun/article/view/227>

Halaman Ini Dikосongkan