



Program Pendampingan Pengembangan Usaha Industri Rumah Tangga Bumbu Dapur Tradisional Kelurahan Kassi-Kassi Makassar

Daryanti¹, Syarief Dienan Yahya²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP¹; email: daryantio508@gmail.com

Institut Teknologi dan Bisnis Kalla²; email: dienanyahya@kallabs.ac.id

Abstrak

Mitra pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah kelompok Industri Rumah tangga penghasil beraneka bumbu masak tradisional yang telah berjalan selama kurang lebih 4 tahun yang terdiri dari Ibu -Ibu yang berasal dari Kelurahan Kassi-Kassi Kecamatan Rappocini Kota Makassar. Dari hasil pengamatan ditemukan bahwa mitra memiliki beberapa permasalahan dalam menjalankan usahanya yang terdiri dari aspek produksi, aspek manajemen, dan aspek pemasaran. Pada pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini pengusul berupaya melibatkan partisipasi mitra secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan mulai dari tahapan perencanaan hingga tahapan pelaporan kegiatan. Pendekatan brainstorming dan pelibatan aktif mitra digunakan agar dalam pelaksanaannya setiap kegiatan dan perencanaan solusi permasalahan mitra dapat tepat sasaran. Fokus dalam kegiatan pengabdian ini meliputi peningkatan kapasitas produksi mitra, *capacity building*, pelatihan dan pendampingan pengelolaan UMKM, diversifikasi produk dan pengembangan brand awareness produk mitra. Di akhir program mitra telah berhasil melakukan peningkatan pengetahuan pengelolaan usaha, peningkatan kualitas produk, peningkatan kapasitas produksi, melakukan pemasaran antar kota, dan memanfaatkan digital marketing dalam proses pemasaran. Target luaran yang telah ditentukan sebelumnya diukur dengan indikator keberhasilan secara kuantitatif sehingga dapat memudahkan dalam pengukuran keberhasilan di akhir program pengabdian.

Kata Kunci: Bumbu Instan; Digitalisasi UMKM; Akuntansi UMKM; Brand Image UMKM

Abstract

Partners in this Community Service activity are the Home Industry group that produces various traditional cooking spices that have been running for approximately 4 years consisting of women from Kassi-Kassi Village, Rappocini District, Makassar City. From the observations it was found that partners have several problems in running their business which consist of aspects of production, aspects of management, and aspects of marketing. In the implementation of this Community Service activity, the proposer seeks to involve active partner participation in every stage of the activity from the planning stage to the activity reporting stage. The brainstorming approach and active involvement of partners are used so that in the implementation of each activity and planning solutions to partner problems can be right on target. The focus in this service activity includes increasing partner production capacity, capacity building, training and mentoring for MSME management, product diversification and developing brand awareness of partner products. At the end of the program, partners have succeeded in increasing business management knowledge, improving product quality, increasing production capacity, conducting inter-city marketing, and utilizing digital marketing in the marketing process. The predetermined output targets are measured by quantitative success indicators so that it can facilitate the measurement of success at the end of the service program.

Keywords: Instant Seasoning; Digitizing MSMEs; MSME accounting; MSME Brand Image.





PENDAHULUAN

Di tengah wabah covid yang melanda bangsa Indonesia sektor UMKM menjadi salah satu sektor yang paling terdampak terhadap permasalahan ini. Himpitan ekonomi ditambah dengan wabah yang melanda memaksa Sebagian industri rumah tangga mengambil berbagai langkah mulai dengan melakukan PHK hingga gulung tikar. Hal ini cukup meresahkan mengingat sektor UMKM memegang peran vital dalam roda perekonomian di Indonesia dalam beberapa dekade terakhir berbagai data menunjukkan peran vital dari sektor UMKM baik mengenai kontribusinya terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) hingga kontribusinya dalam pemberdayaan dan penyerapan tenaga kerja. Dalam rilisnya Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia melalui data Kementerian Koperasi dan UKM, mencatat bahwa jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021). Hal ini meliputi kemampuan dalam menyerap sebanyak 97% dari total tenaga kerja yang ada dan dapat menghimpun hingga 60,4% dari total investasi yang ada. Hal ini menunjukkan betapa besarnya peran sektor UMKM sebagai pilar perekonomian bangsa, namun kini di tengah situasi yang sulit dalam upayanya menyelamatkan UMKM yang ada pemerintah menempuh berbagai macam pendekatan kebijakan strategis dalam mengakselerasi performa UMKM diantaranya melalui program program Pemulihan Ekonomi Nasional, Program Kredit Usaha Rakyat, Program Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), Program Digitalisasi pemasaran UMKM, Program Penguatan Wirausaha Alumni Program Kartu Prakerja Melalui Pembiayaan KUR, dan termasuk pula strategi jangka panjang menaikkan kelas UMKM melalui UU Cipta Kerja. Hal ini diharapkan dapat menginjeksi performa UMKM di tengah situasi yang sulit. Selain itu kerja sama dari berbagai elemen baik itu pemerintah, perbankan, hingga perguruan tinggi dibutuhkan dalam upaya penyelamatan UMKM. Kolaborasi dari berbagai pihak diharapkan dapat memberikan solusi yang tepat bagi UMKM, selain itu transformasi digital UMKM menjadi wacana yang mengemuka dalam beberapa tahun terakhir menjadikan pemberdayaan UMKM sebagai objek yang menarik untuk melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat. Mitra pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah kelompok Industri Rumah tangga penghasil beraneka bumbu masak tradisional yang telah berjalan selama kurang lebih 4 tahun yang terdiri dari 5 orang Ibu-Ibu yang berasal dari Kelurahan Kassi-Kassi Kecamatan Rappocini Kota Makassar yang terletak di Jalan Palm Merah nomor 36.

Gambaran Mitra secara detail antara lain adalah sebagai berikut:

1. Analisis situasi Produksi

Pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini produk hasil olahan mitra berupa beberapa aneka bumbu instan masakan tradisional Indonesia tanpa bahan pengawet yang diproduksi oleh mitra dengan total sebanyak 9 jenis produk diantaranya adalah Bumbu Coto Makassar, Bumbu Toppa Lada, Bumbu Konro, Bumbu Rendang, Bumbu Opor, Bumbu Palekko, Bumbu Rawon, Bumbu Nasu Likku, dan Bumbu Kari. Dalam





menjalankan aktivitas operasionalnya mitra menggunakan peralatan sederhana yang tersedia di rumah tangga, dalam observasi awal tidak ditemukan peralatan produksi berskala industri dalam operasionalnya. Selain itu keterbatasan alat produksi ini sering kali membuat mitra kewalahan dalam memenuhi lonjakan permintaan konsumen pada hari – hari tertentu seperti hari libur dan hari raya. Proses produksi dilakukan dalam 2 sampai 3 hari dalam satu minggu yang dapat menghasilkan 300 sampai 500 bungkus plastik berukuran 100 dan 200 gram dengan harga berkisar Rp.17.000 dan Rp.30.000,-. Suplai bahan baku diperoleh mitra dari pasar sekitar lokasi mitra untuk kemudian oleh mitra menjadi bumbu instan tradisional. Dalam menjalankan aktivitas operasionalnya mitra membagi tugas menjadi beberapa bagian untuk memproduksi bumbu instan berdasarkan jenisnya yang kemudian akan dikemas pada bungkus plastik yang diikat dengan karet gelang yang membuat produk mitra rawan rusak dan bocor akibat proses pengantaran sehingga tidak jarang ditemui barang retur yang tidak dapat/ laku untuk dijual. Dalam aktivitas produksinya mitra hanya memproduksi satu jenis produk saja (bumbu instan) yang menurut pengamatan mitra masih memiliki potensi keterampilan dan sumber daya untuk memproduksi produk lainnya sebagai bentuk diversifikasi produk.



Gambar 1 Kegiatan Produksi Mitra

2. Analisis situasi Manajemen Usaha

Gambaran mitra Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dari aspek Manajemen usaha tampak bahwa mitra dikoordinatori oleh Ibu Nurdaya (56 tahun) dalam kegiatan operasionalnya, dimana Ibu Nurdaya mengawali usaha ini dengan berbekal keahliannya dalam mengolah makanan dan memberikan pelatihan kepada ibu-ibu sekitar rumahnya dalam pengolahan bumbu masakan-masakan tradisional. Dalam kesehariannya karyawan Ibu Nurdaya memiliki latar belakang pendidikan SMA dan SMP yang memiliki cita-cita untuk memberikan pendidikan yang lebih tinggi dan layak bagi anak-anaknya sehingga berpartisipasi pada UMKM ini membuat mereka dapat membantu kehidupan perekonomian keluarganya. Dalam satu kali produksi mitra dapat memperoleh omset kotor sekitar 2 Juta Rupiah, diperkirakan mitra dapat memperoleh omset bersih sebanyak 500 ribuan rupiah setelah dikurangi dengan bagi hasil dengan ibu-ibu lainnya dan operasional. Hal ini disebabkan pengetahuan mitra mengenai perhitungan harga pokok yang masih minim sehingga mitra kesulitan dalam menghitung omset bersih dan melakukan perhitungan berdasarkan perkiraan saja. Hal ini juga membuat mitra kebingungan untuk melakukan antisipasi lonjakan harga bahan baku dalam penentuan harga jual sehingga mitra hanya melakukan perkiraan saja untuk setiap perubahan



lonjakan harga bahan baku di pasar. Selain itu, tidak ditemukan sistem pembukuan keuangan pada setiap transaksi yang dilakukan sehingga mitra tidak dapat melakukan evaluasi dan identifikasi omset dalam periode tertentu misalnya omset bulanan maupun harian yang hanya didasarkan berdasarkan perkiraan saja, dan hal ini sudah berlangsung lama dan mitra mengingat hanya melakukan pencatatan di awal memulai usaha dan dalam perkembangannya mitra sudah tidak melakukannya karena kewalahan dan minimnya pengetahuan tata kelola UMKM (Yahya, S. D., & Yulianto, H, 2019).

3. Analisis situasi Pemasaran

Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra diperoleh informasi mengenai kondisi pemasaran produk olahan bumbu instan mitra dengan memasarkannya ke pasar-pasar tradisional yang ada di kota Makassar dengan model pemasaran sederhana, dalam hal ini mitra belum memanfaatkan konsep digital *marketing* dalam setiap aktivitas produksinya. Selain itu mitra dalam perkembangannya belum memiliki brand tersendiri sehingga produk yang dihasilkan mitra belum dapat diidentifikasi dengan baik oleh konsumen ketika beredar di pasaran, hal ini menurut pengamatan dapat menghambat pertumbuhan penjualan mitra dan ekspansi produk mitra. Walaupun mitra memiliki niat untuk melakukan pengembangan usaha namun tanpa pemanfaatan digital *marketing* seperti yang berkembang saat ini dapat menghambat perkembangan usaha kedepannya.

Dari hasil pemaparan kondisi gambaran mitra sebelumnya melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terdapat beberapa permasalahan prioritas yang akan menjadi fokus pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini antara lain sebagai berikut:

1. Permasalahan situasi Produksi

Pada permasalahan produksi mitra diidentifikasi bahwa mitra memiliki permasalahan dalam peralatan produksi yang masih minim yang berskala rumahan dan belum memiliki alat produksi berskala industri sehingga ini sangat membatasi mitra dalam melakukan aktivitas produksinya dan mengantisipasi lonjakan permintaan, dalam aktivitas berkepanjangan kondisi mesin produksi mitra seperti blender tidak memiliki daya tahan (*durability*) yang memadai sehingga potensi untuk rusak apabila digunakan terus menerus akan berimbas pada keberlangsungan usaha. Selain itu panci yang digunakan mitra juga masih kecil yang belum berkapasitas industri yang cukup dalam melakukan aktivitas produksi, sehingga aktivitas produksi menjadi tidak efektif dan efisien. Selanjutnya mitra belum memiliki mesin pengemasan produk olahan sehingga membuat beberapa produk rusak dan cacat cukup besar. Selain itu mitra belum berupaya melakukan diversifikasi produk meskipun mitra memiliki keterampilan dan potensi untuk mengembangkannya.

2. Permasalahan situasi Manajemen

Pada permasalahan Manajemen mitra diidentifikasi bahwa mitra memiliki permasalahan dalam pengetahuan tata kelola UMKM baik itu dalam proses manajemen maupun proses sistem pembukuan akuntansi, sehingga dalam pengelolaannya UMKM mitra kurang efektif dan efisien. Selain itu belum terdapat pembagian kerja yang tepat (*division of labor*) sehingga menambah *idle time* produksi mitra dalam memproduksi bumbu instan.



3. Permasalahan situasi Pemasaran

Pada permasalahan Pemasaran Mitra ditemukan bahwa dalam proses pemasaran masih dilakukan secara konvensional. Model pemasaran seperti ini relatif pasif karena belum dapat mengoptimalkan internet seperti yang berkembang saat ini. Selain itu, dalam proses pemasaran mitra belum mencantumkan label pada kemasan sehingga konsumen belum dapat mengidentifikasi produk mitra di pasaran. Selanjutnya, mitra belum dapat membangun brand image yang dibutuhkan UMKM pada industri saat ini.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya secara umum tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan mendukung pencapaian Indikator Kinerja Utama yang telah ditetapkan oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan pada tahun 2021 yang menjadi ukuran kerja bagi setiap pelaksanaan program pada perguruan tinggi yang adaptif dan berbasis luaran yang lebih konkret. Dari total 8 indikator kinerja utama yang ditetapkan pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat menunjang pencapaian 3 indikator dari 8 Indikator Kinerja Utama (IKU) yaitu sebagai berikut:

1. Mahasiswa Mendapat Pengalaman di Luar Kampus. Pada kegiatan ini mahasiswa akan terlibat secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kesempatan mahasiswa untuk mengembangkan diri diluar kelas.
2. Dosen Berkegiatan di Luar Kampus. Pada kegiatan ini tim pengusul yang terdiri dari dosen pada perguruan tinggi masing-masing saling berkolaborasi untuk turun ke masyarakat memberikan solusi permasalahan sesuai dengan kepakaran dan kompetensi masing-masing, diharapkan melalui kegiatan ini kepakaran dosen dapat berguna bagi masyarakat dan menambah pengalaman industri khususnya UMKM bagi dosen pada masing-masing perguruan tinggi.
3. Hasil Kerja Dosen Digunakan oleh Masyarakat. Pada kegiatan ini hasil riset yang telah dilakukan sebelumnya dari masing-masing dosen anggota pengusul digunakan untuk menyelesaikan permasalahan masyarakat, diharapkan hal ini akan menambah kebermanfaatannya bagi masyarakat khususnya bagi UMKM.

METODE

Pada pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini pengusul berupaya melibatkan partisipasi mitra secara aktif dalam setiap tahapan kegiatan mulai dari tahapan perencanaan hingga tahapan pelaporan kegiatan. Pendekatan *Brainstorming* dan pelibatan aktif mitra digunakan agar dalam pelaksanaannya setiap kegiatan dan perencanaan solusi permasalahan mitra dapat tepat sasaran. Pendekatan ini juga dapat lebih efektif dalam memberikan gambaran dan informasi awal pada tahapan survei dan observasi dalam mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan mitra. Selanjutnya berdasarkan hasil diskusi dan kesepakatan dengan mitra kemudian disepakati mengenai solusi permasalahan, metode pelaksanaan, hingga jadwal pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Baik pihak pengusul maupun mitra kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini kemudian bersama-sama berkomitmen dalam



mendukung keberhasilan dan ketercapaian masing-masing indikator luaran yang telah diuraikan sebelumnya.

Berikut dijabarkan mengenai pelaksanaan kegiatan berdasarkan aspek-aspek permasalahan mitra antara lain sebagai berikut:

1. Survei awal dilakukan dalam mengidentifikasi permasalahan awal melalui observasi dan wawancara dengan mitra. Pada tahapan ini pengusul bersama mitra bersama-sama melakukan analisis kebutuhan dan permasalahan-permasalahan bisnis mitra.
2. Inventarisir kebutuhan peralatan produksi dan *packaging*. Pada tahapan ini pengusul dan mitra kemudian melakukan inventarisir kebutuhan peralatan produksi yang dibutuhkan dalam menunjang perkembangan usaha mitra, hasil pada tahapan ini kemudian dirumuskan menjadi kebutuhan pengadaan alat produksi dan pengemasan produk mitra.
3. Penyusunan Standar Operasional Prosedur, pada tahapan ini pengusul membantu mitra dalam menyusun standar operasional prosedur baku yang digunakan dalam aktivitas usaha mitra, melalui penyusunan standar operasional prosedur diharapkan kemampuan mitra dalam mengelola usahanya dapat berkembang dan semakin efektif dan efisien (Efa Wahyuni,2021) .
4. Pelatihan dan pendampingan *branding* dan *online selling*. Pada tahapan ini mitra akan dibekali mengenai pengetahuan mengenai internet *marketing* sehingga mitra dapat memanfaatkan internet sebagai media promosi dan pengenalan produk lebih luas (Putri Trulline,2021), selain itu pada tahapan ini juga akan dilakukan pendampingan dan pemahaman mengenai transaksi digital yang sangat berkembang saat ini.
5. Monitoring dan evaluasi perkembangan. Pada tahapan ini akan dilakukan evaluasi terhadap progres perkembangan mitra, selain itu pada tahapan ini akan dilakukan pula pengukuran terhadap indikator luaran keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat.
6. Pelaporan, pada tahapan ini dilakukan dokumentasi terhadap kebutuhan pelaporan dan pertanggungjawaban kegiatan yang telah berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan dari program pengabdian masyarakat ini difokuskan ke dalam beberapa aspek sasaran antara lain sebagai berikut:

a) Aspek Produksi

Dari aspek produksi hasil yang diperoleh dari pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini antara lain terdapat peningkatan skala produksi mitra setelah dilakukan *upgrading* peralatan produksi menggunakan peralatan produksi berskala industri berupa blender berkapasitas besar, wajan berkapasitas besar, dan wadah penampungan bumbu olahan yang besar. Selain itu model *packaging* yang sebelumnya yang rawan rusak setelah dilakukan program pengembangan telah diubah dengan kemasan yang lebih layak jual dan dari model pengemasan yang baru dapat meningkatkan umur kadaluwarsa produk lebih lama dari model pengemasan yang lama (Florensi W. Mikael, 2020), model pengemasan produk mitra dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 2 Model Kemasan Baru Produk Mitra

Selain peningkatan kualitas produk mitra program pengabdian ini juga membantu mitra dalam pengembangan produk alternatif melalui pengembangan keterampilan sehingga melalui program ini mitra telah berhasil menghasilkan produk alternatif selain bumbu dapur berupa olahan kue tradisional atau modern, dan makanan siap saji seperti yang tampak pada gambar berikut:



Gambar 3 Produk Alternatif Mitra

b) Aspek Manajemen

Dari aspek manajemen pada program pengabdian kepada masyarakat ini juga berfokus pada *capacity building* tata kelola bisnis melalui proses pendampingan dan pembekalan yang tersistematis. Secara berkala mitra dikunjungi untuk dilakukan pendampingan melalui *transfer knowledge* sehingga proses bisnis yang terjadi pada UMKM mitra dapat berjalan secara efektif dan efisien. Proses pendampingan dan pelatihan yang telah dilakukan kepada mitra antara lain adalah pelatihan tata kelola operasional UMKM, pelatihan pembukuan keuangan sederhana untuk UMKM, pelatihan penyusunan *Standard Operational Procedure* sederhana untuk UMKM. Dari hasil pendampingan ini



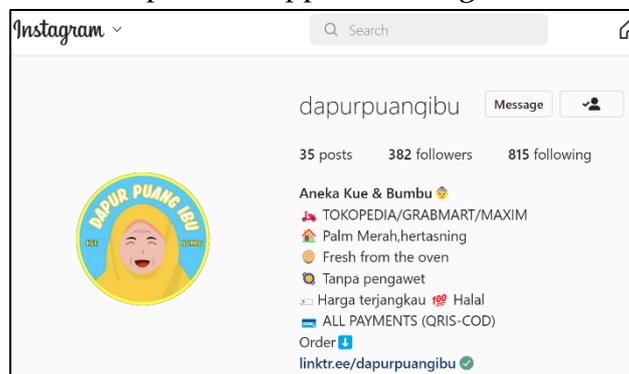
mitra diharapkan memiliki wawasan tata kelola yang memadai untuk mengembangkan usahanya baik saat periode pelaksanaan kegiatan sementara berlangsung maupun dalam menjamin keberlangsungan program bahkan setelah program pengabdian telah berakhir.



Gambar 4 Proses Pendampingan Tata Kelola UMKM

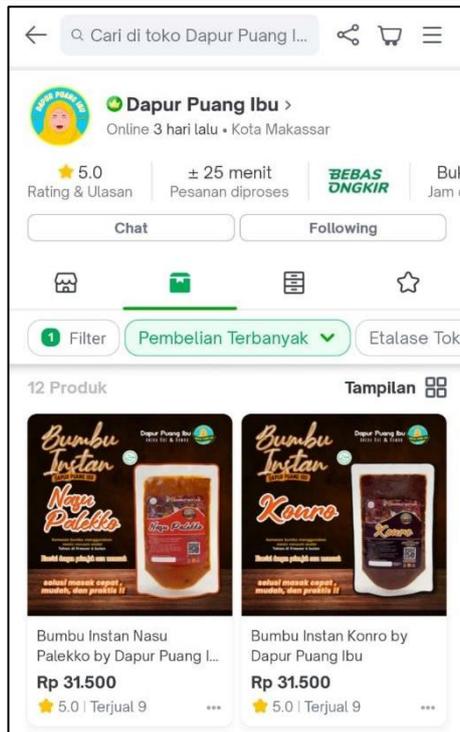
c) Aspek Pemasaran

Dari aspek pemasaran terdapat beberapa hal yang menjadi fokus pengembangan sistem pemasaran yang dilakukan oleh mitra dan *branding* produk. Pada aspek sistem pemasaran mitra yang sebelumnya masih dilakukan secara konvensional melalui program pengabdian masyarakat ini mitra telah diarahkan untuk melakukan memanfaatkan digital *marketing* dalam memasarkan produknya. Proses penjualan online saat ini dapat dilakukan mitra melalui pelayanan pemesanan produk melalui pemanfaatan *social media* berupa whatsapp dan Instagram.



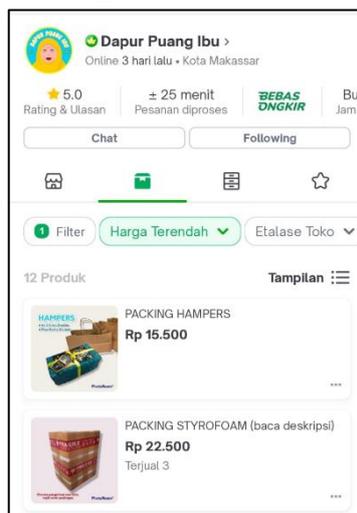
Gambar 5 Akun Instagram Mitra (@dapurpuangibu)

Selain itu mitra juga saat ini telah memanfaatkan platform *marketplace* seperti Tokopedia dan Grabfood/Mart/ Maxim untuk dapat lebih aktif menjangkau konsumen dan mengakselerasi penguatan brand produk kepada konsumen.



Gambar 6 Akun Tokopedia Mitra

Hasil dari kegiatan pengabdian ini juga telah membantu mitra dalam membangun *brand awareness* kepada konsumen dimana produk yang dihasilkan oleh mitra telah memiliki brand yang memudahkan konsumen untuk mengidentifikasi produk mitra dipasaran. Selain itu pemanfaatan platform ini membantu mitra dalam menjangkau konsumen di luar kota. Pada platform Tokopedia mitra telah berhasil melakukan penjualan antar kota dan luar pulau melalui pemanfaatan *packing Styrofoam* dan *Hampers* sehingga produk tetap dapat sampai ke konsumen dengan aman.



Gambar 7 Pilihan Packing Produk Mitra



KESIMPULAN

Dari pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini dari awal pelaksanaan melalui persiapan hingga pelaksanaannya ditemukan beberapa hal yang dapat menjadi simpulan antara lain adalah sebagai berikut:

- 1) Penggunaan alat produksi yang berkapasitas industri secara tepat dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi maupun kualitas dan kuantitas produk mitra. Selain itu penggunaan model pengemasan yang tepat dapat meningkatkan umur kadaluwarsa produk dan meminimalisir produk yang cacat sebelum sampai kepada konsumen.
- 2) Pelatihan dan pendampingan kewirausahaan dan tata kelola UMKM dapat membantu mitra dalam mengelola dan mengembangkan usahanya baik pada saat berlangsungnya program maupun pada saat program pengabdian masyarakat telah berakhir. Hal ini akan menjamin keberlangsungan pengembangan usaha mitra bahkan setelah program pengabdian masyarakat telah berakhir.
- 3) Pemanfaatan online *selling* melalui *social* media dan platform *marketplace* dapat membantu mitra membangun brand *awareness* dan menjangkau konsumen lebih luas.

SARAN

Dari pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat menjadi perwujudan nyata peran perguruan tinggi dalam pengembangan UMKM masyarakat dalam mendorong roda perekonomian di tengah kesulitan para pelaku UMKM bersaing. Peningkatan kegiatan serupa sangat diharapkan dimasa yang akan datang untuk dapat membantu UMKM bertahan dan bersaing serta memajukan taraf hidup masyarakat sekitar usaha. Dalam pelaksanaannya perlu dilakukan penyesuaian pemilihan kata dalam proses komunikasi kepada mitra dengan menghindari penggunaan bahasa akademik yang masih asing bagi masyarakat awam sehingga mitra dapat memahami konteks pembicaraan dengan baik. Proses monitoring dan pendampingan juga sangat diharapkan mengingat singkatnya ketersediaan waktu dalam pelaksanaan kegiatan. Melalui LPPM pada perguruan tinggi diharapkan proses monitoring dan evaluasi terhadap mitra dapat berlangsung khususnya dalam proses pendampingan mitra dalam mengakses permodalan usaha dari perbankan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada segenap pihak yang telah mendukung dan membantu terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini baik dari pihak LPPM Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YPUP Makassar dan LPPM Institut Teknologi dan Bisnis Kalla. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi atas dukungannya mendanai kegiatan ini melalui hibah Pengabdian Kepada Masyarakat Kompetitif Nasional skema Program Kemitraan Masyarakat tahun anggaran 2022.



REFERENSI

- Efa Wahyuni. (2021). Penerapan Standard Operation Procedure (SOP) Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Aa Bento Kelurahan Ujung Menteng Jakarta Timur. *Jurnal Andhara* Volume 1 Nomor 1. ISSN: 2776-8821, e-ISSN: 2776-883X.
- Florensi W. Mikael, dkk. (2020). Analisis Mutu dan Ekonomi Penerapan Pengemasan Vakum Bawang Daun Potongan (*Allium Fistulosum* L.) Selama Penyimpanan. *Jurnal Teknologi Pertanian (Agricultural Technology Journal)* Vol 11, No 2 (2020). ISSN: 2685-1954
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021). Siaran Pers - UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia. Diakses melalui tautan <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Putri Trulline. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. *Jurnal Manajemen Komunikasi* Volume 5 Nomor 2. ISSN: 2548-3242, e-ISSN: 2549-0079.
- Yahya, S. D., & Yulianto, H. (2019). Pengujian Technology Acceptance Model Pada Mobile Banking Sebagai Determinan Performa UMKM di Kota Makassar. *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, Vol 8 No 3, hal. 251-261. p-ISSN: 2252-3037, e-ISSN:2622-0806.