

Pelatihan dan Pendampingan Tata Kelola Usaha dan *Digital Marketing* pada UMKM Binaan PLUT Kabupaten Semarang, Jawa Tengah

Yohanes Mario Pratama, Mario Rosario Wisnu Aji, Enggar Sukma Kinanthi, Elizabeth Fiesta Clara Shinta Budiyo, Tegar Satya Putra, Agatha Mayasari, Bartolomeus Galih Visnu Pradana, Dismas Persada Dewangga Pramudita
Universitas Atma Jaya Yogyakarta, JL. Babarsari No. 44, Janti, Caturtunggal, Kapanewon Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewah
Yogyakarta 55281
Email: mario.wisnu@uajy.ac.id

Received 15 Agustus 2023; Revised 05 September 2023-; Accepted for Publication 07 September 2023; Published 28 September 2023

Abstract — *The Integrated Business Service Center functions as a training ground for MSMEs who want to develop their business. Through this service center, MSMEs can be helped by being given training that complements the various skills needed to manage their business. The Integrated Business Service Center in Semarang said that currently MSMEs need practical training, especially training related to business governance and digital marketing. The method used as a solution to overcome this problem is in the form of management training, especially on the production floor using SCORE analysis and digital marketing training through social networks, as well as online assistance in 3 meetings. After training and mentoring, assisted MSMEs can manage production areas in a cleaner and more orderly manner for more efficient movement of workers. Meanwhile, efforts are starting to be seen in managing social media, separating social media between business marketing and social media for private owners and preparing attractive social media content plans.*

Keywords — *MSME, business service center, kaizen, production, digital marketing*

Abstrak— Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) berfungsi sebagai tempat pelatihan bagi para pelaku UMKM yang ingin mengembangkan usahanya. Dengan adanya PLUT ini diharapkan para pelaku UMKM dapat terbantu dengan diberi pelatihan yang melengkapi berbagai keterampilan yang dibutuhkan untuk mengelola usahanya. PLUT Kabupaten Semarang menyampaikan bahwa saat ini UMKM membutuhkan pelatihan-pelatihan praktis, khususnya pelatihan terkait pengelolaan tata kelola usaha dan pemasaran digital. Metode yang digunakan sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut berupa pelatihan tata kelola khususnya di lantai produksi menggunakan analisis SCORE dan pelatihan pemasaran digital melalui jejaring sosial, serta pendampingan jarak jauh dalam 3 pertemuan. Setelah dilakukan pelatihan dan pendampingan, UMKM binaan dapat mengelola area produksi dengan lebih bersih dan teratur untuk pergerakan pekerja yang lebih efisien. Sementara itu, upaya sudah mulai terlihat pada pengelolaan media sosial, memisahkan media sosial antara pemasaran usaha dan media sosial untuk pemilik serta menyiapkan rencana konten media sosial yang menarik.

Kata Kunci— *UMKM, PLUT, kaizen, produksi, pemasaran digital*

I. PENDAHULUAN

Di tengah semakin sulitnya mencari lapangan pekerjaan, jalan menciptakan suatu bisnis menjadi solusi untuk menumbuhkan kehidupan perekonomian. Kewirausahaan sendiri merupakan sebuah kegiatan produksi aktif yang dapat

menjadi penggerak dalam memanfaatkan suatu sumberdaya seperti sumber daya alam, modal, dan lainnya yang pada akhirnya akan menciptakan kekayaan serta kemakmuran melalui penciptaan lapangan kerja serta produk/jasa yang dibutuhkan Masyarakat [1]. Kewirausahaan adalah bagian penting dalam pengendalian perekonomian suatu negara. Oleh karena itu diperlukan suatu manajemen strategis yang berkaitan dengan pengaturan tujuan organisasi jangka panjang dan pengembangan UMKM dalam memenuhi tujuan yang akan ditetapkan [2]. Data dari Asisten Deputi Konsultasi Bisnis dan Pendampingan Deputi Bidang Kewirausahaan Kementerian Koperasi dan UKM (Kemenkop UKM), Destri Anna Sari menjelaskan, rasio kewirausahaan di Indonesia saat ini baru mencapai 3.47% dan jauh tertinggal dengan rasio kewirausahaan negara maju yaitu minimal 12% dari total populasi [3]. Hal ini berarti setiap 100 orang di Indonesia, hanya 3-4 orang di antaranya adalah sebagai wirausahawan. Hal ini bahkan tertinggal dengan negara ASEAN lainnya misalnya Singapura yaitu 8.76%, Malaysia dan Thailand yang sudah di atas 4% [4]. Dikutip dari siaran pers oleh Kemenperin, Indonesia setidaknya membutuhkan 4 juta wirausaha baru dan UMKM baru agar memperkuat struktur ekonomi Indonesia [5].

Munculnya berbagai jenis dan skala usaha atau kegiatan bisnis tersebut membawa manfaat yang besar bagi masyarakat untuk dapat mencari lapangan kerja, dan juga memunculkan alternatif usaha baru. Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) menyadari akan adanya kebutuhan dalam pengelolaan kegiatan kewirausahaan di masyarakat yang kemudian berkembang menjadi UMKM. PLUT Kabupaten Semarang merupakan salah satu PLUT yang berfokus sebagai wadah pengembangan UMKM yang ada di sekitar Kabupaten Semarang. PLUT digunakan sebagai wadah dan tempat pelatihan bagi para pelaku UMKM yang hendak mengembangkan usahanya. Harapannya, dengan adanya PLUT ini, para pelaku UMKM bisa terakomodir untuk melakukan pelatihan hingga pemasaran UMKM.

PLUT Kabupaten Semarang sedang gencar melakukan kegiatan pelatihan bagi usaha rintisan hingga UMKM yang ingin melakukan pengembangan dari segala sisi bisnis. UMKM pada dasarnya memiliki beberapa permasalahan yang dihadapi seperti (a) kurangnya permodalan, (b) kesulitan dalam pemasaran, (c) persaingan usaha yang ketat, (d) kesulitan bahan baku, (e) kurangnya teknis produksi dan keahlian, (f) kurangnya keterampilan manajerial (SDM), dan (g) kurangnya pengetahuan dalam masalah manajemen khususnya bidang keuangan dan akuntansi [6]. Dari beberapa

point di atas, terdapat beberapa masalah mendasar yang dapat dijumpai di beberapa UMKM binaan PLUT Kabupaten Semarang, diantaranya produksi dan pemasaran. Kemudahan dalam proses pengelolaan produksi tentu bukan hal yang dapat dilakukan sekaligus terutama bagi UMKM. Namun, dengan menerapkan prinsip Kaizen, kita dapat menghilangkan atau mereduksi kegiatan atau proses yang tidak bernilai tambah. Dalam Bahasa Indonesia, Kaizen memiliki arti perbaikan berkesinambungan yang melibatkan seluruh orang pada level puncak, manajer, maupun karyawan. Terdapat prinsip 5S yang terdiri dari Seiri (Ringkas), Seiton (Rapi), Seiso (Resik), Seiketsu (Rawat), dan Shitsuke (Rajin) [7]. Kaizen sangat cocok untuk diaplikasikan pada UMKM yang memiliki sumber daya terbatas terutama dalam hal modal (uang), karena perbaikan dengan Kaizen dilakukan sedikit demi sedikit namun dilakukan secara terus menerus dengan melibatkan semua orang yang ada di dalam organisasi [8]. Dalam ruang lingkup yang lebih luas dan jangka panjang, diharapkan UMKM yang menerapkan Kaizen dapat meningkatkan daya saingnya sehingga dapat berkompetisi baik di tingkat lokal, nasional dan bahkan internasional.

Salah satu pengembangan yang gencar dilaksanakan adalah pelatihan *digital marketing*. Dalam dunia usaha, adanya *digital marketing* membawa angin baru dalam dunia bisnis. Hal ini karena penggunaan *digital marketing* dianggap menjadi lebih mudah, murah, dan efektif. Walaupun tidak semuanya yang dimiliki oleh *digital marketing* adalah kebaikan tetapi setidaknya di masa *post-pandemic* seperti ini penggunaan *digital marketing* menjadi tren bagi semua para pelaku usaha. Perkembangan teknologi digital telah mengubah pemasaran dari usaha kecil dan menengah (UKM) yang semula dilakukan secara konvensional menjadi secara digital dengan memanfaatkan penggunaan media sosial dan website untuk memasarkan produk mereka. Pemanfaatan media *online* menjadi pilihan tepat bagi para UKM untuk mengembangkan bisnis yang dijalankannya. Mudahnya akses internet saat ini, besarnya manfaat yang didapatkan, serta murahnya biaya yang dibutuhkan menjadi alasan utama bagi UKM sebelum akhirnya mereka memilih media *online* sebagai solusi tepat untuk memperluas jangkauan bisnisnya [9].

Dalam audiensi dengan tim, PLUT Kabupaten Semarang juga menyampaikan bahwa saat ini pelatihan secara praktikal diperlukan oleh UMKM khususnya pelatihan yang terkait dengan pengelolaan tata usaha dan pemasaran digital. Minimnya pengetahuan UMKM binaan mengenai pengelolaan tata usaha khususnya di lantai produksi dan *digital marketing* menginspirasi tim Pengabdian pada Masyarakat (PPM) oleh Fakultas Bisnis dan Ekonomika (FBE) Universitas Atma Jaya Yogyakarta, untuk memberikan pelatihan mengenai Kaizen dan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi khususnya media sosial. Jika UMKM binaan paham akan pentingnya Kaizen dan *digital marketing* serta menguasai *softskill* dan *hardskill* yang berguna bagi usaha mereka, diharapkan mereka akan termotivasi untuk meningkatkan pengelolaan produksi dan menggunakan *digital marketing* sebagai sarana komunikasi dan promosinya, serta dapat mempraktikkannya secara langsung dengan memanfaatkan media sosial.

II. METODE PENGABDIAN

Berdasarkan permasalahan yang telah diungkapkan pada Pendahuluan di atas, maka melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini tim ahli Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya yang memiliki spesialisasi di bidang manajemen keuangan, SDM, Operasi, Pemasaran, Kewirausahaan dan Ekonomi Pembangunan akan membantu melakukan pemetaan masalah dan kemudian akan melakukan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM terpilih dari Kabupaten Semarang untuk meningkatkan kemampuan tata kelola usaha yang efisien serta kemampuan *digital marketing* yang efektif. Metode yang digunakan sebagai solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut berupa pelatihan tata kelola usaha dengan penerapan prinsip Kaizen khususnya di lantai produksi menggunakan analisis SCORE dan pelatihan *digital marketing* melalui media sosial. Selain itu, UMKM binaan juga akan didampingi dalam menerapkan prinsip Kaizen dan dalam menggunakan media sosial untuk mempromosikan usaha mereka. Dengan demikian, UMKM binaan diharapkan dapat memperoleh kemudahan dalam proses pengelolaan produksi dan mengoptimalkan promosi dan pemasaran bisnis mereka melalui media sosial. Materi pelatihan mencakup:

- Pengetahuan tentang pentingnya komunikasi dan kerjasama di tempat kerja-SCORE *training*.
- Pengetahuan dasar 5S dan *lean production* untuk UMKM-SCORE *training*.
- Pengetahuan tentang *digital marketing* dan konten menarik.
- Pembuatan konten di media sosial.
- Mengenal media sosial sebagai pemasaran yang efektif.
- Strategi pembuatan konten yang menarik.
- Bagaimana melakukan *update* informasi melalui media sosial.

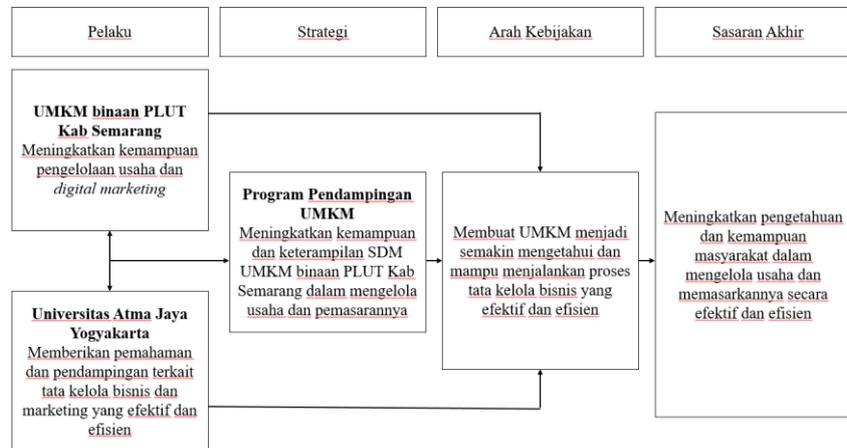
Peran mitra di sini adalah sebagai peserta pelatihan dan penyedia data yang dibutuhkan. Peserta pelatihan ini adalah UMKM binaan PLUT Kabupaten Semarang. Pengumpulan data akan dilakukan dengan model wawancara dan diskusi. Kebutuhan data akan digunakan untuk merancang pelatihan tata kelola manajemen yang sesuai dengan karakteristik mitra. Setelah itu akan dilakukan pendampingan pelatihan terkait dengan Modul SCORE *Training*. SCORE *Training* adalah metode pelatihan untuk UMKM yang dikembangkan oleh *International Labor Organisation (ILO)* [10]. Pelatihan ini bertujuan untuk menyadarkan pemilik dan pegawai UMKM tentang pentingnya komunikasi, kerjasama, dan kenyamanan pegawai di perusahaan. Dalam pelatihan akan dijelaskan konsep-konsep dasar komunikasi, kerjasama, 5S dan *lean production*. Setelah itu, UMKM binaan akan didampingi oleh tim dosen yang berperan sebagai *coach* untuk menerapkan rencana peningkatan setiap UMKM. Selain SCORE *Training*, pelatihan *digital marketing* akan dilakukan dengan tujuan supaya pelaku UMKM dapat mendesain konten media sosial secara mandiri.

Pada pendampingan ini PLUT Kabupaten Semarang dan Tim Pendampingan Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya telah memilih 4 UMKM yang dinilai paling berpotensi untuk diberikan pendampingan. Keempat UMKM tersebut antara lain:

1. Puspita Lukis yaitu UMKM yang berfokus pada kerajinan ecoprint
2. Kopi Pinanggih yaitu UMKM yang berfokus pada penjualan kopi
3. Tids Crochet yaitu UMKM yang berfokus pada kerajinan rajut

4. Lumpia Maritza yaitu UMKM yang berfokus pada kuliner lumpia

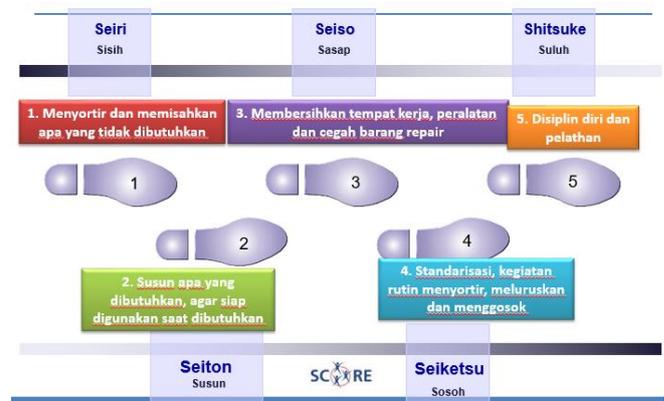
Sementara itu, secara lebih jelas tahap-tahap Program Pendampingan Masyarakat pada UMKM binaan PLUT Kabupaten Semarang dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Tahapan Program Pendampingan Masyarakat pada UMKM binaan PLUT Kabupaten Semarang

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari permasalahan yang ada, dilakukan kegiatan pendampingan selama bulan Mei-Agustus 2023 yang terdiri dari satu kali kunjungan pada lokasi UMKM binaan, yaitu pada tanggal 26 Mei 2023, untuk melakukan wawancara dan penggalian informasi lebih lanjut. Informasi yang dikumpulkan mencakup proses dan alur produksi dari bahan baku hingga pengiriman, tempat dan area pengolahan dan penyimpanan, serta kendala-kendala yang sering ditemui selama proses produksi berlangsung. Informasi seputar pemasaran yang sudah dilakukan sejauh ini baik cara konvensional maupun digital. Kegiatan selanjutnya adalah pelatihan yang diadakan di PLUT Kabupaten Semarang pada tanggal 21 Juni 2022 mengenai proses efisiensi dan penataan lini produksi dengan *SCORE Training*. Pada proses pemaparan tersebut dijelaskan oleh pemateri bahwa dalam proses penataan rantai produksi perlu dilakukan beberapa proses yaitu diantaranya dengan proses menyortir dan memisahkan apa yang tidak dibutuhkan, menyusun apa yang dibutuhkan agar siap digunakan saat dibutuhkan, kemudian selanjutnya membersihkan tempat kerja, peralatan dan cegah barang repair, kemudian melakukan standarisasi, kegiatan rutin menyortir, meluruskan dan menggosok, dan yang terakhir adalah melakukan pendisiplinan diri. Seluruh proses yang dilakukan tersebut mengacu pada teori analisis SCORE yang secara lebih jelas ditampilkan pada Gambar 2 berikut ini:



Gambar 2. Proses Penataan Lantai Produksi dengan analisis SCORE

Selain itu, diberikan juga materi terkait dengan *digital marketing* dikarenakan kebanyakan UMKM di Kabupaten Semarang masih menghadapi permasalahan pemasaran dan promosi. Dalam proses pembahasannya dijelaskan mulai dari pembuatan konten di media sosial yang baik, kemudian terkait dengan media sosial sebagai media pemasaran yang efektif, dan yang ketiga adalah strategi pembuatan konten yang menarik. Materi ini dipilih dikarenakan berdasarkan proses wawancara diperoleh informasi bahwa kebanyakan umkm telah memiliki media sosial namun masih belum dapat memaksimalkan potensinya. Oleh karena itu pada proses penyuluhan ini juga diberikan pemaparan materi terkait dengan pembuatan konten yang baik. Pada proses pemaparan materi ditutup dengan beberapa cara membuat konten yang menarik mulai dari penjadwalan dan konsistensi konten, update dengan tren terkini, pembuatan video singkat agar

konten lebih diminati, proses story telling di media sosial yang menarik, rutin melakukan analisis performa, target konsumen yang jelas serta melakukan proses ATM (Amati, Tiru dan Modifikasi).

Pada tahap kunjungan pertama, dibentuk empat tim untuk mendampingi empat UMKM yang telah dipilih oleh PLUT Kabupaten Semarang. Kunjungan yang dilakukan bertujuan untuk mengobservasi kondisi-kondisi yang ada di UMKM binaan seperti jumlah karyawan, proses produksi, memeriksa ruang kerja atau produksi, dan melihat produk-produk yang sudah jadi dan siap untuk dijual. Adanya observasi ini bertujuan untuk menjadi bahan pendampingan bagi tim pendamping selama satu bulan ke depannya. Pada tahap kunjungan kedua, dilaksanakan pelatihan yang mencakup dua topik, yaitu pelatihan tata kelola khususnya di lantai produksi menggunakan pendekatan analisis SCORE dan pelatihan *digital marketing*. Pelatihan analisis SCORE bertujuan untuk melatih para peserta pendampingan supaya dapat membuat lini produksi menjadi lebih efisien dan lebih rapi. Pelatihan *Digital Marketing* bertujuan untuk melatih para peserta pelatihan untuk memasarkan produknya dengan memaksimalkan media sosial dengan baik. Setelah pelatihan tanggal 21 Juni 2023 ini dilaksanakan, masing-masing UMKM binaan akan didampingi secara privat dan *online* selama 3 pertemuan untuk merapikan lini produksi terutama dari segi kerapiahannya. Namun, hingga saat ini, UMKM yang rajin melakukan pendampingan adalah UMKM Tidscrochet dan Puspitalukis. Sedangkan, untuk UMKM Kopi Pinanggih dan Lumpia Maritza proses pendampingannya mengalami kendala secara teknis dan komunikasi, sehingga waktu yang dibutuhkan cenderung akan lebih panjang dari waktu observasi yang sudah ditentukan. Dalam masing-masing pertemuan, UMKM binaan menampilkan secara *live progress* merapikan tempat produksi yang telah dilakukan, dan langsung diberikan *feedback* oleh masing-masing pendamping tim. Pertemuan secara privat ini dilaksanakan selama 3 kali pertemuan, dan pada tanggal 7 Agustus 2023, masing-masing UMKM binaan akan mempresentasikan hasil progress merapikan lini produksi yang telah dilakukan.

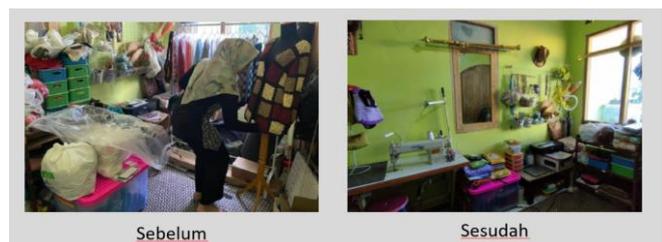
Setelah memperoleh pendampingan selama 1 bulan, seluruh unit usaha UMKM binaan yang menjadi subyek percontohan diwajibkan untuk menyampaikan perubahan yang telah terjadi dan memberikan komentarnya terhadap apa yang dirasakan setelah menerapkan proses kaizen dengan menggunakan analisis SCORE dan juga penerapan teori digital marketing. Hasil dari proses pendampingan yang dilakukan telah direkap dan ditampilkan pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Implementasi Pendampingan UMKM Binaan PLUT Kabupaten Semarang

Unit Usaha	Hasil Implementasi
1. Tidscrochet	Telah menerapkan proses 5S pada proses produksi, telah memberikan tanda/label pada wadah-wadah peralatan termasuk kepada benang, lem, dan bahan-bahan produksi lain.
2. Kopi Pinanggih	Hasil implementasi mengalami kendala komunikasi dan waktu

	dikarenakan pemilik usaha masih menjadikan usaha kopi hanya sebagai sampingan sehingga masih disibukkan dengan pekerjaan utamanya
3. Puspita Lukis	Telah menerapkan proses 5S pada proses produksi dengan penataan ruang produksi dan memberikan wadah pada peralatan dan barang-barang yang diperlukan dalam pembuatan produk. Selain itu Puspita Lukis kini juga telah memiliki Instagram bisnis sendiri. Hal ini merupakan sebuah perubahan karena sebelum proses pendampingan, Instagram masih dicampur dengan akun personal pemilik.
4. Lumpia Maritza	Telah melakukan proses penataan ruang produksi namun baru pada meja tempat peracikan bahan lumpia. Selain itu sudah dibuat juga papan tulis yang digunakan untuk memantau pesanan.

Berdasarkan deskripsi diatas, perubahan yang terjadi pada subjek UMKM tersebut dapat dilihat pada Gambar 3 untuk kondisi sebelum dan sesudah pendampingan dari Ruang Produksi Tidscrochet. Selain itu pada Gambar 4 juga ditampilkan perubahan kondisi ruang produksi dari Puspita Lukis sebelum dan sesudah adanya pendampingan. Sementara itu pada Gambar 5 adalah perubahan kondisi Lumpia Maritza sebelum dan sesudah adanya proses pendampingan.



Gambar 3. Perubahan Kondisi Ruang Produksi Tidscrochet



Gambar 4. Perubahan Kondisi Ruang Produksi Puspita Lukis



Gambar 5. Perubahan Kondisi Ruang Produksi Lumpia Maritza

IV. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang diselenggarakan di PLUT Kabupaten Semarang diikuti oleh 4 UMKM Binaan yang terdiri dari Tidscrochet (kerajinan rajut), Puspitalukis (kerajinan ecoprint), Lumpia Maritza (kuliner lumpia), dan Kopi Pinanggih (produsen dan penjualan kopi). Kegiatan pengabdian masyarakat tersebut meliputi pelatihan dan pendampingan mengenai tata kelola usaha menggunakan analisis SCORE dan pelatihan *digital marketing*. Dengan penerapan prinsip Kaizen yang dilakukan tersebut, para UMKM binaan dapat mengelola lantai produksi menjadi lebih bersih dan teratur sehingga pergerakan pekerja menjadi lebih efektif. Pemberian *sign* atau label pada area atau wadah tertentu memudahkan para pekerja untuk menyimpan atau mencari barang serta menjaga area agar tetap rapi. Adanya papan informasi juga membantu pekerja dalam mengetahui setiap proses pergerakan pesanan mulai dari pesanan diterima hingga pesanan dikirim ke pelanggan sehingga tidak ada lagi pesanan yang terlewat. Sementara itu, sudah mulai terlihat Upaya untuk mengelola media sosial, memisahkan antara media sosial untuk memasarkan bisnis dan media sosial untuk personal pemilik dan merencanakan konten menarik di media sosialnya.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat berjalan dengan lancar dan baik berkat kerjasama dengan PLUT Kabupaten Semarang dan UMKM binaan. Tim Pengabdian berharap kegiatan pengabdian ini dapat dilanjutkan ke UMKM binaan yang lain sehingga dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mereka dalam mengelola usaha dan memasarkannya secara efektif dan efisien. Namun, sebagai masukan juga perlu ditekankan perlunya komitmen dan kerjasama dari seluruh pihak yang terkait agar dalam proses yang panjang selama pendampingan komunikasi dapat berjalan lancar sehingga seluruh perubahan dapat terukur dan terpantau. Kegiatan Pengabdian ini dapat dilakukan diberbagai jenis kegiatan usaha masyarakat dengan pendekatan dan solusi yang lebih variatif. Diperlukan juga kegiatan pelatihan manajemen pengelolaan bisnis yang lain untuk menunjang bisnis UMKM yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. N. Rachman, A. E. Z. Musa, Hardiyono, I. F. Latiep, and R. Herison, *Usaha Kecil Menengah (UKM) dan Kewirausahaan: Konsep Dasar untuk Menjadi Entrepreneur*. Makassar: Penerbit Nas Media Pustaka, 2023.
- [2] S. P. Aji, H. Mulyadi, and B. Widjajanta, "Keterampilan Wirausaha untuk Keberhasilan Usaha," *J. Bus. Manag. Educ.*, vol. 53, no. 1, pp. 111–122, 2018, [Online]. Available: <http://www.tfd.org.tw/openems/english/about/background.html%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.cirp.2016.06.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.powtec.2016.12.055%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.ijfatigue.2019.02.006%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.matlet.2019.04.024%0Aht>
- [3] Sulaeman, "Rasio Kewirausahaan di Indonesia baru 3,47 persen," *Liputan6.com*, 2022. [Online]. Available: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4925383/rasio-kewirausahaan-di-indonesia-baru-347-persen>
- [4] Herman, "Rasio Kewirausahaan Nasional Masih Tertinggal di ASEAN," *Beritasatu.com*, Sep. 04, 2021. [Online]. Available: <https://www.beritasatu.com/ekonomi/822961/rasio-kewirausahaan-nasional-masih-tertinggal-di-asean>
- [5] K. P. R. I. Pusat Data dan Informasi, "Indonesia Butuh 4 Juta Wirausaha untuk Menjadi Negara Maju," *Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*, Nov. 23, 2018. [Online]. Available: <https://kemenperin.go.id/artikel/19926/Indonesia-Butuh-4-Juta-Wirausaha-Baru-untuk-Menjadi->
- [6] E. Cahyani, E. Masdaini, and D. Septiani, "Kajian Kewirausahaan Dengan Kinerja Pemasaran Serta Desain Strategi Pemasaran Depot Air Minum Isi Ulang Gunung Salju," *J. Ilmu Manaj.*, vol. 10, no. 1, p. 45, 2020, doi: 10.32502/jimn.v10i1.2724.
- [7] H. Wijaya, "Analisa Area Gudang dengan Metode Kaizen di PT. Indah Prakasa Sentosa Tbk Cab Cilegon," *J. Ind. Eng. Manag. Res.*, vol. 4, no. 3, pp. 17–25, 2022.
- [8] C. Roser, *Faster, Better, Cheaper in the History of Manufacturing*, 1st editio. New York: Productivity Press, 2016.
- [9] A. Wardhana, "Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UMK di Indonesia," *Semin. Nas. Keuang. dan Bisnis IV*, no. April 2015, pp. 327–337, 2015.
- [10] O. Santaria, B. Ardulat, and W. W. Ary, "Pendampingan Wirausaha Berbasis Modul ILO SCORE Training di Toko Shanti Bhuana," *J. Budimas*, vol. 04, no. 8.5.2017, pp. 2003–2005, 2022.

PENULIS

	Yohanes Mario Pratama , prodi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
	Mario Rosario Wisnu Aji , prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
	Enggar Sukma Kinanthi , prodi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

	<p>Elizabeth Fiesta Clara Shinta Budiyo, prodi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.</p>
	<p>Tegar Satya Putra, prodi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.</p>
	<p>Agatha Mayasari, prodi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.</p>
	<p>Bartolomeus Galih Vishnu Pradana, prodi Akuntansi, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.</p>
	<p>Dismas Persada Dewangga Pramudita, prodi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.</p>