

PELATIHAN BISNIS DASAR UNTUK UMKM NAIK KELAS BEKASI: STRATEGI MEMBANGUN USAHA YANG BERKELANJUTAN

Muhammad Abdullah^{*1}, Harry Mulyadi², Valentine Theresia Simamora³,
Budhy Herry Pancasilawan⁴

^{*1,2,3,4} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Nusa Mandiri

Corresponding e-mail: muhammad.mau@nusamandiri.ac.id

Abstrak

UMKM di Indonesia memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian nasional, namun masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan dalam inovasi produk, pengembangan kapasitas usaha, dan pemanfaatan teknologi digital. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat kali ini dirancang untuk membantu anggota komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bekasi dalam mengatasi tantangan ini melalui peningkatan kapasitas di tiga aspek utama: pemahaman konsep bisnis berkelanjutan, pengembangan produk inovatif, dan pemasaran digital. Program ini menggunakan pendekatan partisipatif, melibatkan dosen dan mahasiswa sebagai fasilitator yang memandu peserta dalam diskusi, studi kasus, dan simulasi praktik. Kegiatan dilakukan secara offline dengan fokus pada pemberdayaan anggota UMKM Naik Kelas Kota Bekasi melalui pelatihan yang aplikatif dan interaktif. Berdasarkan evaluasi, hasil kegiatan ini menunjukkan peningkatan pemahaman peserta terhadap prinsip-prinsip bisnis berkelanjutan dan strategi pemasaran digital, serta munculnya rencana inovasi produk yang lebih adaptif dan ramah lingkungan. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan kontribusi nyata dalam membentuk UMKM yang lebih tangguh, berdaya saing, dan memiliki dampak positif bagi ekonomi lokal serta lingkungan. Kesimpulannya, program ini berhasil mendukung anggota komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bekasi untuk lebih siap dalam menghadapi tantangan pasar global yang dinamis dan memberikan dampak sosial yang signifikan.

Kata kunci: UMKM Naik Kelas; Bisnis Berkelanjutan; Inovasi Produk; Pemasaran Digital; Bekasi

Abstract

MSMEs in Indonesia play a vital role in supporting the national economy but continue to face various challenges, such as limitations in product innovation, business capacity development, and the utilization of digital technology. This community service project was designed to assist members of the UMKM Naik Kelas Kota Bekasi community in overcoming these challenges by enhancing their capacity in three key areas: understanding sustainable business concepts, developing innovative products, and implementing digital marketing strategies. The program employed a participatory approach, engaging lecturers and students as facilitators to guide participants through discussions, case studies, and practical simulations. The activities were conducted offline, focusing on empowering members of UMKM Naik Kelas Kota Bekasi through applied and interactive training sessions. Based on evaluations, this project resulted in an increased understanding among participants of sustainable business principles and digital marketing strategies, as well as the emergence of product innovation plans that are more adaptive and environmentally friendly. The outcomes of this community service program make a significant contribution to fostering more resilient, competitive MSMEs that positively impact the local economy and environment. In conclusion, this program successfully supported UMKM Naik Kelas Kota Bekasi members in becoming better prepared to face the dynamic challenges of the global market and to make a meaningful social impact.

Keywords: UMKM Naik Kelas; Sustainable Business; Product Innovation; Digital Marketing; Bekasi

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang tidak hanya berkontribusi besar terhadap produk domestik bruto (PDB) negara, tetapi juga menyediakan sebagian besar lapangan pekerjaan bagi masyarakat (Yolanda, 2024). Peran vital UMKM dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan menciptakan lapangan pekerjaan menjadikannya sektor yang sangat penting dalam membangun ketahanan ekonomi (Jamilah & Akwila, 2023), terutama di tengah tantangan globalisasi dan digitalisasi yang semakin berkembang pesat. Meskipun demikian, banyak UMKM di Indonesia yang masih menghadapi berbagai kesulitan dalam mengembangkan kapasitas bisnis mereka, terutama dalam hal keberlanjutan usaha, inovasi produk,

serta pemanfaatan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat daya saing (Rezky, 2023). Komunitas UMKM Naik Kelas adalah salah dari entitas yang bertujuan untuk memberikan dukungan kepada pelaku UMKM agar mereka dapat mengatasi tantangan-tantangan tersebut. Komunitas ini didirikan pada Mei 2020, dimotori oleh inisiatif Raden Tedy dan Achmad Marendes sebagai sebuah wadah yang tidak hanya mempertemukan pelaku UMKM, tetapi juga memberikan ruang bagi mereka untuk saling berdiskusi dan berkolaborasi dalam mengembangkan usaha (Nurhidayati et al., 2021). Seiring dengan perkembangan waktu, komunitas ini telah berkembang menjadi sebuah organisasi formal yang memiliki tujuan untuk memperkuat solidaritas antar pelaku UMKM dan memberikan dukungan praktis dalam menghadapi tantangan, termasuk dampak pandemi yang melanda (Rachmawati et al., 2023). Namun, meskipun telah ada berbagai kegiatan pendampingan dan pelatihan yang dilaksanakan, tantangan utama yang dihadapi oleh sebagian besar anggota komunitas UMKM Naik Kelas adalah kurangnya pemahaman mendalam tentang konsep bisnis yang berkelanjutan, keterbatasan dalam pengembangan produk yang inovatif, serta keterbatasan dalam memanfaatkan potensi teknologi digital yang semakin berkembang (Irawan, 2020). Dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif dan dinamis ini (Basuki, 2023), penting bagi UMKM untuk tidak hanya berfokus pada pertumbuhan keuntungan, tetapi juga memastikan bahwa bisnis yang mereka jalankan memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat sekitar (Pranawukir et al., 2023), serta dapat bertahan dan berkembang dalam jangka panjang. Oleh karena itu, pemahaman yang kuat mengenai prinsip-prinsip bisnis berkelanjutan, inovasi produk, serta penerapan teknologi digital dalam pemasaran dan operasional bisnis menjadi kebutuhan yang mendesak (Prakoso, 2024).



Gambar 1. Kegiatan UMKM Naik Kelas Kota Bekasi

Banyak bukti yang menunjukkan bahwa bisnis berkelanjutan merupakan kunci untuk menciptakan usaha yang tidak hanya menguntungkan, tetapi juga bertanggung jawab terhadap lingkungan dan masyarakat (Dhamayanti, 2021). Prinsip-prinsip keberlanjutan ini menjadi semakin penting di tengah meningkatnya kesadaran konsumen yang lebih peduli terhadap dampak sosial dan lingkungan dari produk yang mereka konsumsi (Suryahanjaya et al., 2024). Selain itu, inovasi produk yang berkelanjutan dan pemanfaatan teknologi digital merupakan dua faktor utama yang dapat meningkatkan daya saing UMKM dalam pasar yang semakin kompetitif dan berkembang (Asikin & Fadilah, 2024). Dengan meningkatkan kapasitas para pelaku UMKM untuk berinovasi dan memanfaatkan teknologi digital (Erwin et al., 2023), diharapkan mereka dapat memperkuat daya saing usaha mereka dan membangun bisnis yang lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan regulasi yang semakin kompleks (Raule et al., 2024). Tujuan utama dari kegiatan ini adalah untuk menciptakan UMKM yang tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang secara berkesinambungan di tengah dinamika pasar yang terus berubah (Fadhillah & Yuniarti, 2023). Melalui pelatihan ini, anggota komunitas UMKM Naik Kelas di wilayah Kota Bekasi diharapkan mampu memperkuat kemampuan teknis bisnis mereka, meningkatkan keterampilan dalam bisnis yang berkelanjutan, serta memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar mereka (Harto et al., 2023). Dengan demikian, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat secara lebih luas melalui terciptanya UMKM yang lebih kuat, berdaya saing, dan berkelanjutan (Azhari et al., 2024). Sebagai bagian dari pengabdian kepada masyarakat, kegiatan ini juga bertujuan untuk mendukung pencapaian visi Indonesia yang lebih maju, mandiri, dan

berkelanjutan dalam menghadapi tantangan ekonomi global yang semakin kompleks (Yulianti et al., 2024). Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bertema "Pelatihan Bisnis Dasar untuk UMKM Naik Kelas Bekasi: Strategi Membangun Usaha yang Berkelanjutan" ini dirancang dengan tujuan untuk memberikan solusi konkret bagi anggota komunitas UMKM Naik Kelas dalam mengatasi permasalahan yang ditemukan dan dirasakan oleh mereka. Melalui kegiatan pelatihan ini, diharapkan para peserta dapat memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai konsep bisnis berkelanjutan yang tidak hanya mencakup keberhasilan finansial, tetapi juga dampak sosial dan lingkungan dari setiap keputusan bisnis yang diambil. Selain itu, di sisi lainnya pelatihan ini juga tentunya akan membekali peserta dengan keterampilan praktis dalam mengembangkan produk yang inovatif serta memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar dan meningkatkan keterlibatan konsumen.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pendekatan partisipatif dengan melibatkan anggota komunitas UMKM Naik Kelas Bekasi secara aktif dalam setiap tahap kegiatan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan bisnis bagi anggota komunitas UMKM melalui pelatihan yang difokuskan pada tiga aspek utama: konsep bisnis berkelanjutan, pengembangan produk dan inovasi, serta pemanfaatan teknologi dan digitalisasi. Metode pelaksanaan dilakukan secara langsung melalui sesi interaktif yang melibatkan diskusi, studi kasus, dan simulasi praktik.



Gambar 2. Tahapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

1. Analisis Situasi Mitra

Pada tahap awal, anggota pengabdian kepada masyarakat melakukan survei secara langsung ke UMKM Naik Kelas Kota Bekasi untuk mengetahui situasi nyata di lingkungan mitra yang akan dijadikan objek pengabdian. Hasil survei ini akan memberikan gambaran tentang tantangan yang dihadapi oleh mitra, serta potensi pengembangan yang dapat dilakukan melalui pelatihan. Fokus utama dari survei ini adalah untuk mengenali kebutuhan pelatihan yang relevan dan bagaimana program ini dapat memberikan kontribusi positif terhadap komunitas UMKM.

2. Identifikasi Masalah

Setelah melakukan survei dan memperoleh data mengenai situasi di lingkungan mitra, langkah selanjutnya adalah menganalisis dan mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Berdasarkan hasil survei, anggota pengabdian kepada masyarakat menemukan bahwa UMKM Naik Kelas Bekasi sangat membutuhkan pelatihan tentang konsep bisnis yang berkelanjutan, pengembangan produk dan inovasi, serta pemanfaatan teknologi dan digitalisasi untuk meningkatkan daya saing usaha mereka.

3. Perancangan Solusi Dan Pendekatan Sosial

Setelah mengidentifikasi masalah yang ada, langkah berikutnya adalah merancang solusi untuk mengatasi masalah tersebut. Dalam kegiatan ini, anggota pengabdian kepada masyarakat memutuskan untuk memberikan pelatihan yang mencakup tiga aspek utama:

- Konsep Bisnis Berkelanjutan: Peserta akan diajarkan tentang pentingnya menjalankan bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga memperhatikan dampak sosial

dan lingkungan. Peserta akan diberi contoh nyata dari UMKM yang sukses mengimplementasikan prinsip keberlanjutan dalam operasional mereka.

- Pengembangan Produk dan Inovasi: Sesi ini berfokus pada strategi pengembangan produk dan cara berinovasi untuk meningkatkan nilai tambah dan diferensiasi produk. Peserta akan mempelajari cara-cara untuk mengeksplorasi tren pasar dan kebutuhan konsumen serta menyusun ide produk yang segar dan relevan dengan prinsip keberlanjutan.
- Pemasaran Digital: Pelatihan tentang pemasaran digital akan membantu peserta memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan visibilitas bisnis mereka melalui media sosial dan platform e-commerce. Peserta akan diajarkan teknik pemasaran yang efektif dan sederhana, serta diberikan kesempatan untuk merancang strategi pemasaran digital mereka sendiri.

4. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat akan dilaksanakan secara offline pada:

- Hari: Sabtu
- Tanggal: 9 November 2024
- Waktu: 08.30 - 11.50 WIB
- Tempat: Aula Gedung Pertemuan Songgo Jati Bekasi, Jl. Berlian II Jl. Caman Raya No.16 Blok E 3, Jatibening, Kec. Pondok Gede, Kota Bekasi, Jawa Barat 17412

Pelaksanaan kegiatan ini melibatkan dosen dan mahasiswa yang akan memberikan materi secara langsung dengan menggunakan alat bantu seperti laptop dan modul yang telah dipersiapkan sebelumnya. Setiap peserta akan dilibatkan dalam sesi diskusi kelompok dan latihan praktis untuk memperkuat pemahaman mereka.

5. Evaluasi Kegiatan Dan Pelaporan

Setelah kegiatan selesai, evaluasi akan dilakukan untuk menilai keberhasilan pelatihan. Evaluasi ini akan dilakukan melalui beberapa metode, yaitu:

- Kuesioner Pra dan Pasca Pelatihan: Untuk mengukur perubahan pemahaman peserta mengenai materi yang diberikan.
- Observasi dan Diskusi Kelompok: Untuk menilai seperti apa para peserta melakukan implementasi tentang apa yang telah dipelajari dalam diskusi kelompok dan sesi praktik.
- Wawancara Mendalam: Untuk menggali lebih lanjut dampak pelatihan terhadap perubahan sikap dan praktik bisnis peserta, serta bagaimana mereka menerapkannya dalam usaha mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan yang diselenggarakan pada 9 November 2024 di Aula Gedung Pertemuan Songgo Jati Bekasi untuk pelaku UMKM dari komunitas UMKM Naik Kelas Bekasi berhasil memberikan pemahaman baru yang relevan terkait tiga aspek penting dalam dunia usaha saat ini. Kegiatan ini menggunakan metode service learning dengan konsep partisipatif, di mana setiap peserta dilibatkan dalam diskusi, studi kasus, dan simulasi praktis yang memungkinkan mereka untuk langsung menerapkan materi yang dipelajari. Hal tersebut diuraikan sebagai berikut:

1. Peningkatan Pemahaman terhadap Konsep Bisnis Berkelanjutan

Salah satu aspek yang paling berhasil dicapai adalah peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep bisnis berkelanjutan. Sebelum pelatihan, sebagian besar peserta hanya mengenal keberlanjutan dari sudut pandang pengelolaan sumber daya alam atau pengurangan limbah (Prabawani, 2016). Namun, setelah mengikuti pelatihan, para peserta mulai menyadari bahwa keberlanjutan mencakup tiga pilar utama, yaitu aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Evaluasi melalui kuesioner pasca-pelatihan menunjukkan bahwa 90% peserta merasa lebih paham tentang cara mengintegrasikan prinsip keberlanjutan ke dalam operasional bisnis mereka. Beberapa peserta juga melaporkan rencana untuk mengimplementasikan praktik bisnis yang tidak hanya mengutamakan keuntungan finansial, tetapi juga memiliki dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat sekitar. Hal ini mencerminkan perubahan mindset yang terasa, meskipun implementasi konkret dari konsep ini masih menghadapi kendala di beberapa sektor UMKM, terutama yang memiliki modal terbatas.

2. Pengembangan Produk Inovatif dan Berbasis Keberlanjutan

Selain keberlanjutan, pelatihan ini juga mengedukasi peserta tentang pentingnya inovasi dalam pengembangan produk. Banyak peserta yang mengungkapkan bahwa mereka selama ini terjebak dalam pola lama, dimana inovasi produk lebih berfokus pada peningkatan varian atau desain tanpa mempertimbangkan aspek keberlanjutan. Melalui sesi simulasi, peserta didorong untuk merancang produk yang tidak hanya memenuhi kebutuhan pasar tetapi juga memperhatikan aspek lingkungan,

seperti penggunaan bahan baku ramah lingkungan dan efisiensi energi dalam proses produksi. Setelah pelatihan, mayoritas peserta mengaku lebih terbuka terhadap ide-ide produk yang menggabungkan keberlanjutan dengan daya tarik pasar. Namun, tantangan utama yang muncul adalah keterbatasan sumber daya untuk mengimplementasikan inovasi tersebut. Sebagai contoh, beberapa peserta yang menjalankan usaha dengan skala kecil mengungkapkan kesulitan dalam mencari bahan baku yang ramah lingkungan atau mengakses teknologi yang diperlukan untuk meningkatkan efisiensi produksi.

3. Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Pemasaran

Salah satu topik utama yang dibahas dalam pelatihan ini adalah pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran. Dalam sesi ini, peserta diperkenalkan pada berbagai platform digital yang dapat meningkatkan visibilitas produk mereka, seperti media sosial, marketplace, dan platform e-commerce. Hasil evaluasi pasca-pelatihan menunjukkan bahwa 95% peserta merasa lebih percaya diri dalam menggunakan media sosial dan platform digital untuk memasarkan produk mereka. Sebelum pelatihan, kebanyakan peserta hanya mengandalkan pemasaran tradisional yang terbatas pada pasar lokal. Namun, setelah diberikan pengetahuan tentang pemasaran digital, mereka mulai menyadari pentingnya untuk memperluas jangkauan pasar mereka melalui internet. Meskipun demikian, terdapat kesulitan teknis yang dihadapi sebagian peserta, terutama dalam hal pengelolaan iklan berbayar dan analisis data dari platform digital yang digunakan. Tantangan ini menunjukkan bahwa meskipun antusiasme terhadap teknologi digital meningkat, masih banyak peserta yang membutuhkan bimbingan lebih lanjut dalam hal penerapan teknis dan pengelolaan platform digital.

4. Kendala dalam Implementasi Materi Pelatihan

Meskipun pelatihan ini berhasil memberikan wawasan baru kepada peserta, beberapa kendala tetap muncul, terutama dalam hal implementasi materi yang lebih mendalam. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan waktu yang tersedia untuk menyampaikan materi secara komprehensif. Peserta mengungkapkan bahwa mereka membutuhkan lebih banyak waktu untuk memahami dan mengimplementasikan konsep-konsep yang diajarkan, terutama dalam hal penerapan teknologi digital. Beberapa peserta yang memiliki usaha dengan keterbatasan sumber daya mengungkapkan bahwa mereka memerlukan pelatihan lanjutan mengenai penggunaan teknologi untuk pemasaran dan pengelolaan usaha. Oleh karena itu, meskipun materi yang disampaikan sangat relevan, waktu pelatihan yang terbatas menyebabkan beberapa topik, terutama yang berhubungan dengan teknologi, tidak dapat digali lebih dalam. Selain itu, tantangan lainnya adalah keberagaman latar belakang peserta yang menyebabkan adanya kesenjangan dalam pemahaman konsep yang diajarkan. Sebagian besar peserta berasal dari UMKM kecil dengan keterbatasan dalam hal akses teknologi dan sumber daya. Hal ini mempengaruhi cara mereka mengimplementasikan prinsip-prinsip yang diajarkan dalam pelatihan. Beberapa peserta yang memiliki keterbatasan dalam hal teknologi mengungkapkan kesulitan dalam mengakses platform digital atau dalam mengimplementasikan keberlanjutan dalam produk mereka. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan yang lebih fleksibel, dengan penyesuaian materi yang sesuai dengan kapasitas peserta, agar pelatihan ini dapat memberikan dampak yang lebih besar.



Gambar 3. Pembukaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat



Gambar 4. Pemaparan Materi Dalam Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat



Gambar 5. Pengisian Kuesioner Dalam Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat



Gambar 6. Foto Bersama Dalam Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

5. Perubahan Sikap dan Kebiasaan Peserta

Setelah mengikuti pelatihan, perubahan yang signifikan dapat diamati dalam sikap dan kebiasaan peserta dalam menjalankan bisnis mereka. Banyak peserta yang mulai mengadopsi pendekatan yang lebih berorientasi pada keberlanjutan dan inovasi produk. Mereka mengaku bahwa pelatihan ini membuka wawasan baru tentang pentingnya memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari produk yang mereka hasilkan. Sebagai contoh, peserta dari sektor makanan mulai merencanakan untuk mengurangi penggunaan plastik sekali pakai dan mengganti dengan bahan yang lebih ramah lingkungan, seperti kemasan dari bahan daur ulang. Selain itu, peserta dari sektor fashion mulai memperkenalkan desain produk yang lebih berkelanjutan dengan menggunakan bahan-bahan yang lebih ramah lingkungan. Meskipun demikian, perubahan ini memerlukan waktu untuk dapat diterapkan secara penuh, mengingat tantangan operasional yang dihadapi oleh sebagian besar UMKM. Pelatihan ini memberikan dampak yang cukup besar dalam hal pemahaman dan penerapan prinsip bisnis berkelanjutan, inovasi produk, dan pemasaran digital, meskipun masih ada tantangan yang perlu diatasi. Keberhasilan dari aktivitas pelatihan ini mencerminkan pentingnya penyelenggaraan kegiatan

pengabdian yang lebih terstruktur, yang dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif tentang konsep-konsep tersebut dan membantu UMKM untuk mengimplementasikannya dalam kegiatan usaha mereka sehari-hari.

6. Tanggapan Atas Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Oleh Anggota UMKM Naik Kelas Kota Bekasi

Kegiatan ini mendapat apresiasi positif dari anggota UMKM Naik Kelas Kota Bekasi. Banyak peserta menyatakan bahwa materi yang diberikan sangat aplikatif dan memberikan panduan praktis untuk mengembangkan bisnis mereka ke arah yang lebih baik dan berkelanjutan. Mereka juga mengapresiasi pembahasan tentang pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, meskipun sebagian peserta masih merasa kesulitan dalam aplikasi teknisnya. Beberapa peserta mengharapkan pelatihan lanjutan yang lebih mendalam, terutama mengenai pengelolaan iklan digital dan analisis data, serta solusi praktis untuk UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya. Hasil pengisian kuesioner juga menunjukkan hal yang mendukung pernyataan tersebut:

Tabel 1. Hasil Pengisian Kuesioner Peserta Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Indikator	Skor	Kategori
1	Informasi kegiatan pada saat pelaksanaan	4.12	Puas
2	Materi/modul pelatihan/kegiatan	4.12	Puas
3	Sarana dan prasarana yang digunakan pada saat kegiatan berlangsung	4.04	Puas
4	Tema kegiatan pengabdian kepada masyarakat	4.31	Sangat Puas
5	Cara narasumber menyampaikan materi	4.50	Sangat Puas
6	Susunan acara berjalan dengan baik	4.23	Sangat Puas
7	Kegiatan ini memberikan manfaat bagi peserta	4.50	Sangat Puas
8	Kegiatan ini menambah wawasan peserta (mengenai tema yang disampaikan)	4.38	Sangat Puas
9	Kegiatan ini menambah keterampilan peserta sesuai dengan tema yang disampaikan	4.15	Puas
10	Kegiatan ini memperhatikan Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3)	4.08	Puas
11	Kegiatan ini memberikan pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi kepada peserta secara berkelanjutan	4.31	Sangat Puas
12	Hasil kegiatan ini dapat memberikan solusi bagi permasalahan yang dihadapai oleh peserta	4.23	Sangat Puas
13	Kegiatan ini dilakukan sesuai dengan kaidah metode ilmiah (dilakukan secara terstruktur dan sistematis)	4.38	Sangat Puas
14	Jika kegiatan ini diadakan kembali, seberapa besar minat anda untuk berpartisipasi kembali	4.58	Sangat Berminat
15	Persepsi responden terhadap kegiatan ini secara keseluruhan	4.12	Puas

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Pelatihan Bisnis Dasar untuk UMKM Naik Kelas Bekasi: Strategi Membangun Usaha yang Berkelanjutan telah berhasil memberikan dampak positif terhadap peningkatan kapasitas pelaku UMKM di Kota Bekasi, khususnya dalam hal pemahaman konsep bisnis berkelanjutan, pengembangan produk inovatif, dan pemanfaatan teknologi digital. Melalui pelatihan ini, peserta telah dibekali dengan pengetahuan yang aplikatif mengenai bagaimana mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dalam operasional bisnis mereka, sekaligus mengembangkan produk yang lebih sesuai dengan tuntutan pasar yang semakin dinamis. Secara rinci, keberhasilan pelatihan ini dapat dilihat dari tiga indikator utama yang tercapai:

1. Peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep bisnis berkelanjutan yang melibatkan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan;

2. Peningkatan kemampuan dalam merancang dan mengembangkan produk inovatif yang mengedepankan prinsip keberlanjutan dan ramah lingkungan;
3. Kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan pemasaran produk mereka, yang akan membuka peluang bagi mereka untuk bersaing di pasar yang semakin digital dan global.

Namun, pelaksanaan kegiatan ini juga menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan waktu yang membatasi pendalaman materi terkait pemanfaatan teknologi digital secara optimal dan hambatan dalam mengubah pola pikir pelaku UMKM yang lebih mengutamakan keuntungan jangka pendek, sehingga penerapan konsep keberlanjutan memerlukan perubahan budaya bisnis yang lebih dalam. Selain itu, tingkat adopsi teknologi oleh peserta juga bervariasi, dengan sebagian pelaku UMKM menghadapi kesulitan dalam memanfaatkan platform digital secara efektif. Untuk mengatasi tantangan ini, perlu adanya tindak lanjut berupa pendampingan berkelanjutan setelah pelatihan. Salah satunya dengan memberikan akses kepada para peserta untuk pelatihan lanjutan atau konsultasi terkait penerapan teknologi digital dan keberlanjutan dalam bisnis mereka. Di masa depan, kegiatan ini dapat diperluas dengan menghadirkan materi tambahan yang lebih spesifik, seperti pemasaran melalui platform e-commerce, pengelolaan bisnis berbasis data, serta keberlanjutan dalam operasional sehari-hari. Dengan demikian, meskipun terdapat beberapa kekurangan, kegiatan ini secara keseluruhan berhasil memberikan manfaat yang besar bagi pelaku UMKM di Kota Bekasi dan memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut untuk mendukung perkembangan UMKM di tingkat yang lebih luas. Diharapkan bahwa dengan adanya kegiatan ini, para anggota komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bekasi dapat lebih siap menghadapi tantangan bisnis yang semakin kompleks dan mampu beradaptasi dengan perubahan pasar secara lebih berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak UMKM Naik Kelas Kota Bekasi yang telah mengizinkan, serta memfasilitasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sehingga berjalan dengan lancar dan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Asikin, M. Z., & Fadilah, M. O. (2024). Masa Depan Kewirausahaan Dan Inovasi: Tantangan Dan Dinamika Dalam Era Digital. *Jurnal Syntax Admiration*, 5(1), 303–310.
- Azhari, A., Kamaruddin, K., & Simahatie, M. (2024). Strategi Penciptaan Lapangan Kerja Pada Sektor Umkm Di Indonesia. *Ekonomika: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 16(1), 19–25.
- Basuki, N. (2023). Mengoptimalkan Modal Manusia: Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia Yang Efektif Untuk Pertumbuhan Organisasi Yang Berkelanjutan. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 182–192.
- Dhamayanti, S. K. (2021). Analisis Implementasi Tanggung Jawab Sosial Berbasis Stakeholder Pada Perusahaan Perkebunan Kelapa Sawit. *Jurnal Bisnis, Logistik Dan Supply Chain (BLOGCHAIN)*, 1(2), 86–96.
- Erwin, E., Ardyan, E., Ilyas, A., Ariasih, M. P., Nawir, F., Sovianti, R., Amaral, M. A. L., Setiawan, Z., Setiono, D., & Munizu, M. (2023). Digital Marketing: Penerapan Digital Marketing pada Era Society 5.0. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Fadhillah, P., & Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM Di Era Digital Di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 2(1), 291–298.
- Harto, B., Rukmana, A. Y., Subekti, R., Tahir, R., Waty, E., Situru, A. C., & Sepriano. (2023). Transformasi Bisnis Di Era Digital (Teknologi Informasi Dalam Mendukung Transformasi Bisnis Di Era Digital). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Irawan, D. (2020). Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Jaringan Usaha. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 103–116. <https://doi.org/https://doi.org/10.32670/coopetition.v11i2.82>
- Jamilah, S., & Akwila, F. E. (2023). Strategi Pengembangan Dan Peningkatan Di Era Digital. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(5), 647–658.
- Nurhidayati, N., Sugiyah, S., Syahyuni, D., & Wianti, W. (2021). Merubah Tantangan Sebagai Peluang Di Masa Pandemi Bagi Komunitas UMKM Naik Kelas Kota Bekasi. *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 6–11.

- Prabawani, B. (2016). Business Sustainability Dan Peran Triple Helix Dalam Industri. Terra Media.
- Prakoso, T. (2024). Optimalisasi Manajemen Keuangan: Membangun Ketangguhan Dalam Dinamika Kompleks Ekonomi Global Yang Terkait Erat. Prosiding Seminar Nasional Indonesia, 2(1), 1–11.
- Pranawukir, I., Putri, E. R., Barizki, R. N., Desilawati, N., & Hamboer, M. J. E. (2023). Peran Komunikasi Perubahan dalam Corporate Social Innovations (CSI) Di Era Marketing 5.0. Hybrid Advertising Journal: Publication for Advertising Studies, 2(1), 1–12.
- Rachmawati, S., Pramularso, E. Y., Sari, I., & Shahyuni, D. (2023). Pelatihan Copywriting For Marketing. Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis, 3(1), 27–36.
- Raule, J. H., Nurhayati, N., Pratiwi, K. A., & Sinaga, R. (2024). Manajemen Pemasaran. PT Media Penerbit Indonesia.
- Rezky, M. I. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Financial Technology. Journal of Principles Management and Business, 2(02), 64–77.
- Suryahanjaya, B., Putra, B., & Nugroho, C. (2024). Inovasi Strategi Bisnis dalam Menghadapi Pola Konsumsi Dan Produk F&B yang Berkelanjutan. Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis, 4, 38–48.
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 2(3), 170–186.
- Yulianti, N., Adji, F. F., Hukom, A., Nomeritae, N., Segah, H., Munier, M. T., & Putra, R. A. A. H. S. (2024). Pendampingan Penyusunan Kajian Lingkungan Hidup Strategis Sebagai Dasar Dalam Pembangunan Berkelanjutan Di Provinsi Kalimantan Tengah: The Assistance of the Preparation of Strategic Environmental Assesment as A Foundation for Sustainable Development in th. PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat, 9(9), 1536–1554.