

Implementasi Modul ILO-SCORE UMKM Warung Sembako Razka Dalam Aspek Tata Letak dan Kebersihan (5S) dan Aspek Pemasaran di Daerah Perbatasan, Kalimantan Barat

Aloysius Hari Kristianto^{1,3}, Astri Anggreni², Triyana Iskandarsyah³

^{1,2}Prodi Manajemen, Institut Shanti Bhuana

³Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan
harialoysius@gmail.com¹

Abstract

The community service initiative, in conjunction with ILO-Score, aims to support MSME players in the Razka basic food shop. These business players are still simple in terms of governance, layout, and public advertising. The condition that exists is that the things being traded are still placed randomly and are unknown to the surrounding population. The work program implemented is the 5S idea and location mapping on Google maps for the early phases of digital marketing. The participation of students in this support creates new behaviors that business players have not before exercised. Business actors may use their understanding of net production to improve their operations.

Kata Kunci:

ILO-Score
Pemasaran digital
5S
UMKM
Produksi Bersih

Abstrak

Tujuan dari program pengabdian yang bekerja sama dengan ILO-Score adalah untuk melakukan pendampingan terhadap pelaku UMKM toko sembako Razka. Pelaku usaha ini masih sederhana dalam hal tata Kelola, tata letak dan promosi kepada masyarakat. kondisi yang terjadi adalah barang-barang yang didagangkan masih diletakkan belum berdasarkan jenisnya dan masih belum dikenal masyarakat sekitar. Program kerja yang dilakukan adalah implemntasi konsep 5S dan mapping lokasi di *google maps* untuk tahap awal dari pemasaran digital. Keterlibatan mahasiswa dalam pendampingan ini memberikan kebiasaan baru yang selama ini belum dilakukan pelaku usaha. Pemahaman mengenai produksi bersih dapat diimplementasikan pelaku usaha dalam proses usahanya.

Corresponding Author:

Aloysius Hari Kristianto
Prodi Manajemen
Institut Shanti Bhuana
Email: harialoysius@gmail.com

1. PENDAHULUAN

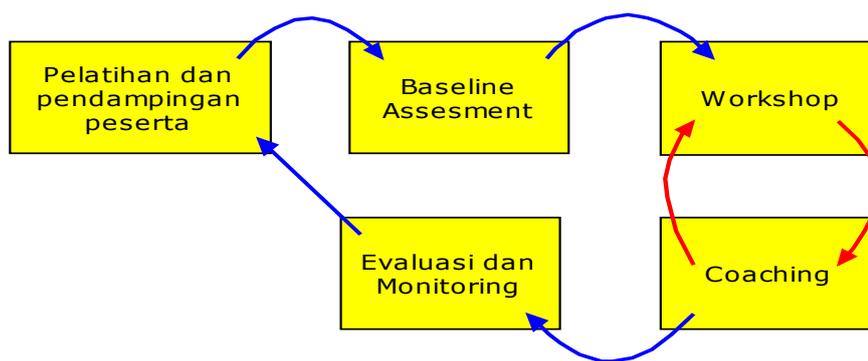
Peningkatan pendapatan nasional merupakan salah satu sasaran dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi baik daerah dan nasional. Salah satu aspek yang dapat mendukung peningkatan tersebut adalah tumbuh kembangnya sektor UMKM. Sektor UMKM dinilai memiliki daya saing dan daya tahan yang cukup baik sehingga dapat menjadi pilar perekonomian Indonesia. Di Asean dan nasional sektor ini menjadi tulang punggung negara karena dapat menyerap tenaga kerja hingga mencapai lebih dari 50% dari total pelaku usaha secara keseluruhan (Azzahra & Wibawa, 2021). Oleh sebab itu UMKM perlu mendapatkan perhatian secara khusus terutama terkait dengan pengelolaan usaha, hal ini dapat meningkatkan pemberdayaan UMKM itu sendiri. Dalam membangun usaha secara khusus UMKM memiliki tantangan tersendiri, kendala yang

sering dihadapi internal UMKM beberapa diantaranya adalah tata letak dan tata kelola serta pemasaran produk yang dijual (Oliviana Santaria et al., 2022). Bengkayang merupakan salah satu daerah perbatasan yang berada di provinsi Kalimantan Barat, yang merupakan daerah yang masih perlu diperhatikan untuk dikembangkan. Beberapa UMKM di daerah tersebut masih banyak bersifat tradisional dalam mengelolanya. Institut Shanti Bhuna (ISB) bekerja sama dengan Universitas Katolik Parahyangan bertekad untuk memajukan UMKM daerah tersebut dengan program ILO-SCORE yang ditawarkan untuk membantu pelaku usaha Mikro dan Kecil dalam meningkatkan produktifitas usaha. Dalam pendampingan dengan UMKM toko Razka dari beberapa modul program yang dipergunakan adalah terkeiat produksi bersih (5S) dan pemasaran. Metode 5S berasal dari jepang dengan kepanjangan Seiri (Ringkas), Seiton (Rapi), Seiso (Resik), Seiketsu (Rawat) dan Shitsuke (Rajin) dan dari pemasaran mengenalkan dahulu warung Razka dengan membuat mapping lokasi menggunakan google (Dimi et al., 2022). Secara filosofi tujuan dari 5S ini adalah bagaimana suatu organisasi/badan usaha/usaha dalam mengelola dan mengatur siklus kerja secara efisien dengan pengurangan buangan (*waste*) yang bersifat barang atau waktu.

Salah satu UMKM yang perlu dilakukan pendampingan adalah toko sembako Razka, hasil observasi yang telah dilakukan adalah kondisi usaha ini terkesan masih belum teratur dalam penataan barang dan usaha yang masih sangat sederhana. Usaha ini juga belum begitu dikenal masyarakat sekitar. Warung berdiri sejak tahun 2021, sudah berjalan 3 tahun namun jika diamati pertumbuhan tidak begitu bagus dan pemilik tidak paham mengenai pemasaran dan dari tata letak masih belum begitu rapi dan seadanya dalam menata barang. Penataan barang belum di susun berdasarkan jenisnya, hal ini dapat menghambat jika memerlukan barang tertentu masih perlu waktu untuk mencarinya. Dari segi kebersihan beberapa barang masih berdebu, kaca dan jendela belum bersih, sampah masih dicampur anatar sampah organik dan sampah plastik. Kondisi tersebut secara psikologis konsumen dapat mengganggu kenyamanan disaat membeli di warung tersebut. Hasil pengabdian yang dilakukan oleh Deviana & Deffrinica (2022) dilakukan di Casey Salon juga menjelaskan bahwa aspek tata Kelola dan kebersihan menjadi hal yang penting dengan dilakukannya program 5S di salon tercipta situasi yang nyaman dan hal ini merupakan bagian dari pelayanan prima dan terciptanya budaya bersih dan memberikan pemahaman kepada pemilik salon bahwa hal ini menjadi bagian penting dalam sebuah usaha. Hasil program pengabdian yang dilakukan oleh Mulia & Marlencia (2021) menjelaskan bahwa perubahan yang terjadi dengan menerapkan produksi bersih metode *lean* secara tidak langsung dapat meningkatkan daya saing usaha dan dari aspek tata letak dengan mengeliminasi pemborosan dan meningkatkan efisiensi waktu kerja ialah tidak ada waktu terbuang dengan mencari bahan baku. Dari aspek pemasaran pelaku usaha ini perlu dibimbing dengan memasarkan usahanya dengan langkah sederhana yaitu membuat mapping lokasi pada *google maps* dan membantu menyebarluaskan lokasi tersebut, kedepannya akan dibimbing dengan pemasaran digital, hal ini penting karena dapat membantu menyebarkan informasi ke masyarakat terkait keberadaan usaha ini dengan skema teknologi madya yang bukan merupakan teknologi tinggi yang berorientasi kepada masyarakat menengah ke bawah (Dewi et al., 2021). Penggunaan pemasaran digital dapat membangun kepercayaan konsumen terkait produk apa yang ditawarkan dan dapat mempermudah penjual dalam memenuhi kebutuhan calon pembeli tanpa kendala waktu (Mansir, 2021). Diharapkan dengan adanya pendampingan UMKM dapat membantu pelaku usaha meningkatkan produktifitas dan menambah pengetahuan pemilik usaha untuk lebih baik dan berkembang dalam menjalankan usahanya. Selain membantu pelaku usaha keterlibatan mahasiswa sebagai pendamping akan meningkatkan kemampuan mahasiswa berkomunikasi dengan pihak ketiga dan belajar dalam memberikan solusi terbaik untuk mempersiapkan mahasiswa terjun ke dunia bisnis (Sugianto et al., 2022).

2. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pengabdian dilakukan dengan terlibat langsung dilapangan dengan dasar modul ILO-Score yang telah dilatih kepada mahasiswa ISB. Sebelum dilakukannya dilakukan dalam bentuk yaitu : 1). Sosialisasi hal ini dilakukan untuk memberikan gambaran mengenai apa saja yang perlu dilakukan dengan mengamati kondisi setiap pelaku usaha (kondisi pelaku usaha berbeda-beda), dengan metode pelatihan (*workshop*) dan pendampingan (*coaching*) untuk setiap peserta. 2). *Baseline Assessment* dilakukan dengan kunjungan lokasi yang hendak didampingi mengenai apa saja yang menjadi permasalahan dan kebutuhan yang diperlukan pelaku usaha, 3). Dilakukannya *workshop* dan *coaching* secara bertahap dengan materi yang berbeda, langkah terakhir, 4) Presentasi laporan akhir hasil pendampingan UMKM. Tahapan pelaksanaan program dapat dilihat pada **Gambar 1**. Metode pelatihan dan pendampingan ini bertujuan agar peserta dapat lebih memahami apa saja yang harus dilakukan di lapangan dengan memberikan solusi yang terbaik sesuai dengan kondisi di setiap pelaku usaha yang didampingi, dengan terlibat secara langsung dapat membangun hubungan relasi antar pendamping dan yang didampingi (Kristianto, 2020). Pendampingan UMKM dilakukan selama 2 bulan, lokasi pengabdian di lakukan di warung sembako Razka yang beralamat di Jl Bukit Tinggi, BTN, Blok G-H, Bani Amas, Bengkayang, Kalimantan Barat



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Program Pengabdian ILO-Score

Pendampingan UMKM dilakukan seminggu 3 kali pertemuan kegiatan, dilakukan dengan membantu pelaku usaha dalam pelaksanaan program kerja, adalah sebagai berikut :

Tabel 1. Kegiatan Pertemuan

No	Pertemuan ke-	kegiatan
1	Pertemuan 1	Perkenalan dan sosialisasi program ILO-Score kepada pelaku usaha
2	Pertemuan 2	Membantu pelaku usaha merapikan barang dagangan yang kurang tertata
3	Pertemuan 3	Diskusi mengenai mengelola sampah pemilahan dan pemilihan
4	Pertemuan 4	Diskusi mengenai promosi apa yang akan dilakukan
5	Pertemuan 5	Bersama pemilik usaha mengenalkan program 5S secara lebih lengkap
6	Pertemuan 6	Diskusi mengenai pembuatan mapping lokasi usaha di <i>google maps</i>
7	Pertemuan 7	Menerapkan konsep 5S yaitu Sisih, Susun dan Sasap
8	Pertemuan 8	Menerapkan konsep 5S yaitu Sosoh dan Suluh untuk dijadikan kebiasaan
9	Pertemuan 9	Pembuatan mapping lokasi di <i>google maps</i>

3. PEMBAHASAN

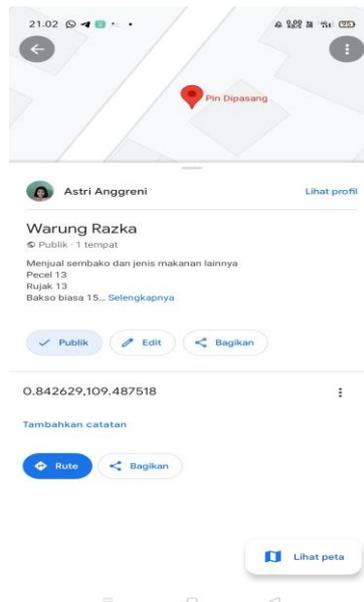
Dalam kegiatan implementasi modul ILO-Score yang dilakukan di toko sembako Razka, pihak Perguruan Tinggi yaitu mahasiswa Bersama dosen pendamping berperan sebagai konsultan. Peran tersebut bertugas untuk memberikan arahan, masukan dan *transfer knowledge* yang telah disampaikan dalam pelatihan dan pendampingan berdasarkan modul ILO-Score (Chandra et al., 2022). Modul-modul yang dijadikan sebagai acuan tersebut diterapkan berdasarkan permasalahan yang dihadapi pelaku usaha yang didampingi yaitu terkait 5S dan promosi usaha. Berikut ini adalah pembahasan hasil implementasi program ILO-Score yang dilakukan di Toko sembako Razka :

- a. Implementasi modul 5S dengan prinsip Sisih, Susun, Sasap, Sosoh dan Suluh dengan menerapkan konsep Sortir/Sisih barang yang tidak perlu yaitu dengan selalu mengecek barang yang dijual apakah masih layak atau tidak, jika barang sudah expired sebaiknya barang dagangan ditarik dan diganti dengan barang yang baru, Susun barang yang berantakan yaitu dengan menata barang dagangan dengan tempat yang sudah ditentukan agar barang mudah ditemukan, klasifikasi barang berdasarkan dengan barang yang paling laku dijual, Sasap/Sapu debu/kotoran di tempat usaha, Sosoh/Standarisasi kerja supaya teratur dan Suluh/Swadisplin pribadi untuk menjadikan kebiasaan.



Gambar 2. Kondisi usaha penerapan 5S

- b. Implementasi modul promosi dan pengenalan usaha dengan konsep digital dilakukan dengan cara membuat mappring di *google maps* hal ini bertujuan untuk memudahkan calon pembeli mengetahui lokasi usaha dan merupakan salah satu cara untuk mengenalkan toko di masyarakat sekitar diluar area lokasi. Pada lokasi tersebut juga akan ditambahkan kondisi dan foto-foto barang yang dipejualbelikan. Program yang dilakukan saat ini sementara masih dengan pengenalan via *google maps* sedangkan untuk media sosial belum, hal ini disebabkan karena kondisi usaha yang masih sangat sederhana. Pemasaran digital juga bertujuan untuk memangkas biaya operasional yang berhubungan dengan promosi seperti membuat flyer dapat diminimalisasi (Suyanto & Purwanti, 2020).



Gambar 3. Mapping lokasi dengan *Google Maps*

4. KESIMPULAN DAN SARAN/REKOMENDASI

4.1 Kesimpulan

Meskipun usaha toko sembako Razka masih sederhana dan belum fasih dalam menggunakan teknologi namun jika dijalin kerjasama yang berkelanjutan antar akademisi (ISB), pelaku usaha dan lembaga pelatihan (ILO) maka hal ini dapat membantu perkembangan usaha tersebut. Program-program yang ditawarkan ILO-Score dapat dilakukan secara bertahap. Di satu sisi mahasiswa dalam mendampingi program tersebut dapat belajar proses-proses apa saja yang harus dilakukan dan dari permasalahan yang dihadapi pelaku usaha mahasiswa belajar untuk memberikan solusi untuk mengambil keputusan terkait usaha yang didampingi. Dengan adanya program ini pelaku usaha banyak belajar hal-hal yang belum mereka ketahui seperti program yang ditawarkan terkait produksi bersih metode *lean* dengan konsep 5S dan pemasaran produk secara digital yang dapat meningkatkan daya saing usaha yang dijalankan. Program ILO-Score juga dapat membantu peningkatan mutu dalam pengelolaan usaha, menciptakan budaya bersih, mengelola strategi penjualan dan dapat mengurangi risiko Kesehatan.

4.2 Saran/Rekomendasi

Rekomendasi untuk program selanjutnya adalah program yang berkaitan dengan literasi keuangan, implementasi pemasaran digital dengan menggunakan fasilitas *marketplace* diantaranya adalah tokopedia atau shopee

REFERENSI

- Azzahra, B., & Wibawa, I. G. A. R. P. (2021). Strategi Optimalisasi Standar Kinerja UMKM sebagai Katalis Perekonomian Indonesia dalam Menghadapi Middle Income Trap 2045. *Economics and Development Analysis*, 1(1), 75–86. file:///C:/Users/User/Downloads/4856-Article Text-20462-1-10-20210509.pdf
- Chandra, W., Kristiani, I., Nadapdap, J. P., Barat, P. K., Collections, P. H., Hasans, L., & Bengkayang, K. (2022). *PENERAPAN MODUL ILO SCORE DALAM PENDAMPINGAN UMKM DI HASANS COLLECTION BENGKAYANG KALIMANTAN. II*, 1–8.
- Deviana, & Deffrinica. (2022). Pendampingan UMKM Berbasis Modul ILO Score di Salon Casey Bengkayang Kalimantan Barat. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia*, 3(1), 59–65. <https://doi.org/10.35870/jpni.v3i1.68>
- Dewi, V. I., Iskandarsyah, T., Sulungbudi, B. M., & ... (2021). Program Pelatihan Sustaining Competitive and Responsible Enterprises Mendorong Umkm Bangkit Di Era Pandemi. ... (*Jurnal Masyarakat ...*, 5(6), 4–12. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/4820%0Ahttps://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/download/4820/pdf>
- Dimi, N. H., Widajati, N., Sinta, L. E., Yatulaini, F., Amaliya, G. R., Jalaludin, J., & Ahsan, A. (2022). The 5S Culture Implementation in PT Indonesia Kendaraan Terminal Tbk Office Area. *Media Gizi Kesmas*, 11(1), 191–199. <https://doi.org/10.20473/mgk.v11i1.2022.191-199>
- Kristianto, A. (2020). Pendampingan dan Pelatihan Pengelolaan Limbah Organik Menjadi Produk Bernilai Ekonomi di SMA Negeri 1 Bengkayang. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 190–197. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v3i2.8093>
- Mansir, F. dan H. P. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Melalui Digital Marketing dan Media Sosial Sebagai Media Promosi Era Pandemi Covid -19 di UMKM Panggunharjo Sewon Bantul. *Abdimas Singkeru*, 1(1), 39-50.
- Mulia, F., & Marlencia, C. (2021). Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Anggota Ppkm Kabupaten Bandung Menggunakan Modul Score Ilo. *Jurnal Abdimas Musi Charitas*, 5(1), 6–11. <https://doi.org/10.32524/jamc.v5i1.252>
- Oliviana Santaria, Ardulat, B., & Ary, W. W. (2022). pendampingan Wirausaha Berbasis Modul ILO-Score Training di Toko Shanti Bhuna. *Budimas*, 04(01), 2003–2005.
- Sugianto, H. A. T., Saputra, M. A., & Emeliana. (2022). Pendampingan UMKM Berbasis Modul ILO Score di Toko Sembako Nadin Family Bengkayang Kalimantan Barat. *Jurnal*

Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia, 3(1), 51–58. <https://doi.org/10.35870/jpni.v3i1.67>
Suyanto, U. Y., & Purwanti, I. (2020). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis E-Commerce (Studi Pada UMKM Kabupaten Lamongan). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 189–198. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.299>