

Bunga Rampai

PEMBERDAYAAN UMKM DI DESA WISATA BOROBUDUR

Volume 1, 2024



PENULIS

Sri Hapsari Wijayanti | Jennifer Kevina Sujanto
Talitha Wilhelmina Maulana | Christina Eli Indriyani
Imelda Hostia Larasati | Rodemeus Ristyanoro
Debbie Immanuel Gabriella | Astuti Kusumawicitra
Chrestella Agatha | Purnomolugi Ursila Nilamsari
Steven Andreas Pardomian | Feronica | David Alberto
K. M. Widi Hadiyanti | Tri Aesatun | Titis Puspitarini
Michellie | Putri Purbasari | Virginia Nicole Tinulo | Tia Xenia

ISSN 3047-3004



9

773047

300006

Bunga Rampai

PEMBERDAYAAN UMKM DI DESA WISATA BOROBUDUR

PENULIS

Sri Hapsari Wijayanti | Jennifer Kevina Sujanto | Talitha Wilhelmina Maulana
Christina Eli Indriyani | Imelda Hostia Larasati | Rodemeus Ristyanoro
Debbie Immanuel Gabriella | Astuti Kusumawicitra | Chrestella Agatha
Purnomolugi Ursila Nilamsari | Steven Andreas Pardomian | Feronica
David Alberto | K. M. Widi Hadiyanti | Tri Aesatun | Titis Puspitarini
Michellie | Putri Purbasari | Virginia Nicole Tinulo | Tia Xenia



**PENERBIT UNIVERSITAS KATOLIK INDONESIA
ATMA JAYA**

DEWAN REDAKSI

BUNGA RAMPAI
PEMBERDAYAAN UMKM DI DESA WISATA BOROBUDUR
Volume 1, 2024

Penanggung Jawab

Herman Yosep Sutarno (Ex Officio Kepala PPM)

Ketua

Sri Hapsari Wijayanti

Reviewer

Christina Eli Indriyani
Rodemeus Ristyantoro
Astuti Kusumawicitra
Purnomolugi Ursila Nilamsari
Feronica
K. M. Widi Hadiyanti
Titis Puspitarini
Putri Purbasari
Tia Xenia

Kesekretariatan

A. M. Dwi Yunti
Rosabela Christina
Laban Eka Jaya

KATA SAMBUTAN

Salam Pemberdayaan,

Pelaksanaan KKN Tematik di Desa Barobudur merupakan implementasi dari kebijakan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Indonesia tentang Merdeka Belajar- Kampus Merdeka (MBKM). Program ini merupakan amanah dari berbagai aturan di perguruan tinggi yang bertujuan meningkatkan mutu pembelajaran dan mutu lulusan pendidikan tinggi. Program ini merupakan program kegiatan akademik yang mengarahkan pada tema tertentu sesuai kondisi masyarakat sebagai mitra kegiatan, diselaraskan dengan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM).

Proses pelaksanaan dan hasil yang diperoleh mahasiswa peserta KKN Tematik beserta refleksi mereka ditulis dalam “Bunga Rampai Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur”. Bunga rampai ini sebagai kumpulan catatan pengalaman mahasiswa. Terwujudnya buku ini tidak lepas dari kerja keras seluruh mahasiswa peserta Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tematik 2023, para dosen pembimbing lapangan, serta tim pendukung baik dari Unika Atma Jaya maupun dari Desa Wisata Borobudur.

Bunga rampai ini selain sebagai bukti otentik pelaksanaan kegiatan KKN Tematik MBKM mahasiswa Unika Atma Jaya Jakarta tahun 2023, juga diharapkan dapat menambah sumbangsih pengetahuan tentang beragam kegiatan implementasi pengabdian kepada masyarakat (PkM) yang menjadi salah satu unsur Tridharma Perguruan Tinggi.

Pusat Pemberdayaan Masyarakat (PPM) menyampaikan terima kasih mendalam atas kolaborasi dalam program ini secara internal kepada berbagai program studi atau unit kerja serta kepada institusi terkait secara

eksternal. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada UMKM di Desa Wisata Borobudur secara khusus dan kemajuan pendidikan di Indonesia pada umumnya.

Semoga segala upaya dan kerja keras yang telah dilakukan dapat membawa manfaat sebesar-besarnya bagi masyarakat, khususnya UMKM sebagai sasaran program, serta bermanfaat bagi kemajuan pendidikan di Kabupaten Magelang.

Salam,

Herman Yosep Sutarno

Kepala PPM Unika Atma Jaya

KATA PENGANTAR

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Unika Atma Jaya pada tahun 2023 mengangkat tema “Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur”. Lokasi desa wisata di Borobudur, Magelang, Jawa Tengah, menjadi lokasi KKN Tematik 2023 karena dua tahun terakhir ini para dosen dan mahasiswa Unika Atma Jaya telah melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Borobudur. Dari berkegiatan di sana, ditemukan beberapa masalah yang berkaitan dengan status Borobudur sebagai desa wisata yang menjadi pusat perhatian wisatawan domestik dan mancanegara.

Salah satunya adalah keberadaan UMKM yang jumlahnya cukup banyak. Beberapa masalah yang dihadapi UMKM, antara lain pelayanan prima kepada pelanggan, pemasaran digital, promosi, kemasan produk, dan sumber daya manusia. Masalah yang dihadapi UMKM tersebut berangsur-angsur teratasi dengan kedatangan mahasiswa dan dosen untuk melakukan KKN di Desa Borobudur sejak akhir September hingga awal November 2023.

Sepuluh peserta KKN, yang tersebar di beberapa dusun di Desa Borobudur, masing-masing mendampingi satu UMKM. Pertama-tama, mahasiswa melakukan observasi dan wawancara dengan UMKM. Kemudian, mereka melakukan persiapan sebelum melaksanakan program yang telah disepakati bersama UMKM dan dosen pendamping lapangan (DPL). Terakhir, setelah program selesai, mahasiswa melakukan refleksi dan evaluasi. KKN yang berlangsung selama Semester Ganjil 2023/2024 dan merupakan kesatuan dari program MBKM, khususnya mahasiswa berkegiatan di luar kampus, ini telah dirasakan manfaatnya oleh mahasiswa peserta KKN, terutama dalam mengasah soft skill dan hard skill.

Penyelenggaraan KKN 2023 ini terlaksana dengan dukungan banyak pihak. Oleh karena itu, kami mengucapkan terima kasih kepada

1. Pimpinan Unika Atma Jaya yang telah mendukung penyediaan dana dan memberikan pengarahan dan masukan yang berharga untuk kelancaran KKN 2023.
2. Dokter Lilis selaku Koordinator MBKM Unika Atma Jaya yang telah mendukung dan mengarahkan program KKN 2023.
3. Para DPL dari FEB, FH, FP, FPB, dan FIABIKOM yang telah mendesain program, meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing dan memotivasi mahasiswa peserta KKN.
4. Sepuluh pelaku UMKM di Desa Borobudur, dengan kesabaran dan pengarahannya, yang telah menjadi orang tua asuh mahasiswa KKN.
5. Pendamping lapangan di Desa Borobudur, yaitu Bapak Susilo Adinegoro (biasa dipanggil pak'de), mas Bayu, dan mas Tegar yang telah mendampingi selama di lokasi dan membuka wawasan tentang budaya dan kearifan lokal Desa Borobudur.
6. Pusat Pemberdayaan Masyarakat (PPM)-LPPM Unika Atma Jaya, yang telah memfasilitasi dan mengorganisasi KKN Tematik 2023 dengan rapi dan lancar.
7. Mahasiswa peserta KKN dari FEB, FH, FP, FPB, dan FIABIKOM yang telah berpartisipasi aktif dalam KKN tahun 2023.

Bunga rampai ini merupakan kumpulan sepuluh laporan KKN yang dipersembahkan kepada pembaca dalam rangka mempublikasikan hasil kegiatan KKN Tematik 2023 Unika Atma Jaya. Atas segala kekurangan yang ditemukan dalam penyelenggaraan KKN ini, kami terbuka atas kritik dan saran dari pembaca. Selamat membaca!

Ketua Pelaksana,

Sri Hapsari Wijayanti

DAFTAR ISI

Halaman Sampul i

Dewan Redaksi ii

Kata Sambutan iii

Kata Pengantar v

Daftar Isi vii

Pendampingan Pemasaran Digital dan Desain Kemasan
pada Usaha Peyek Kacang Citra Baru 1

Program Bahasa Inggris untuk Deskripsi Produk
dan Paket Wisata Membatik..... 17

Membantu Pemasaran Melalui E-Commerce dan
Pembuatan Desain *Packaging* pada UMKM BW *Craft* 33

Program Peningkatan Kemampuan Bahasa Inggris
(*Speaking* dan *Vocabulary*) dalam Industri Pariwisata
khususnya untuk Restoran dan *Homestay*
di Balkondes Borobudur..... 41

Pengajaran dan Pelatihan Pembuatan Konten Marketing
yang Baik dan Menarik bagi UMKM Kampung Gula 51

Program Bahasa Inggris untuk Edukasi dan
Pelayanan Tamu di Restoran dalam Peningkatan Sarana

Pengembangan Cafe D'cikalan Borobudur	81
Pelatihan Pelayanan Prima dan Pembuatan Fasilitas Penunjang di Balkondes Borobudur	97
Pemasaran Produk UMKM Rumah Batik Borobudur	111
Proses Pembuatan Video Profil Perusahaan, Cara Pembuatan Pembukuan yang Benar, dan Pembuatan Design Banner pada UMKM Legondo Ibu Suad.....	123

PENDAMPINGAN PEMASARAN DIGITAL DAN DESAIN KEMASAN PADA USAHA PEYEK KACANG CITRA BARU

Jennifer Kevina Sujanto
Sri Hapsari Wijayanti

ABSTRAK

Peyek Kacang Citra Baru terletak di Dusun Jligudan RT/RW 001/002, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. UMKM ini sudah berjalan sejak tahun 2017 dan mengalami penurunan selama pandemi dari tahun 2021, bahkan dampaknya masih terasa hingga sekarang. Setelah wawancara dilakukan dan melewati banyak diskusi selama masa observasi, masalah yang dihadapi UMKM ini adalah marketing dan penyesuaian kemasan (*packaging*) untuk pengiriman jarak jauh serta desain stiker yang kurang menarik. KKN di lokasi UMKM Peyek Kacang Citra Baru bertujuan membantu pemasaran produk, membantu mencari kompor untuk memperlancar produksi peyek, mengubah desain stiker produk, dan membantu mencari cetakan peyek dengan bahan teflon dan ukuran diameter yang sesuai untuk mempersiapkan *brand Peanut Crakers*. Pemasaran produk dilakukan agar ke depannya UMKM dapat meningkatkan permintaan dan produksi, juga meraih pembeli dari luar daerah supaya banyak orang mengenal produk Peyek Kacang Citra Baru. KKN ini berhasil membantu UMKM dalam membuat QR Code dan mengubah desain kemasan produk peyek. Dengan demikian, diharapkan tampilan produk lebih menarik, memudahkan pembeli dalam memperoleh informasi seputar produk, serta menambah informasi baru mengenai produk. Di akhir KKN ini diserahkan kompor dan teflon untuk memperlancar produksi.

1. Latar Belakang

UMKM yang terdapat di Desa Borobudur sangat banyak dan semuanya memiliki potensi, bahkan dari hal yang paling kecil sekalipun, tetapi pengelolaannya masih kurang. Jika dikelola dengan baik disertai kemauan untuk maju dan berkembang pasti akan lebih maju dan berkembang. UMKM yang penulis dampingi, yaitu Peyek Kacang Citra Baru, membutuhkan pendampingan dalam usahanya. Berlokasi di Dusun Jligudan, Peyek Kacang Citra Baru sudah ada sejak tahun 2017. UMKM ini dimiliki oleh Bapak Adha, dibantu oleh istrinya, Ibu Rina, dalam memproduksi peyek. Saat ini, UMKM ini belum memiliki karyawan karena cukup sulit untuk mencari orang dengan keterampilan yang diperlukan terutama dalam teknik menggoreng peyek. Meskipun demikian, bila pesanan mencapai tiga adonan peyek, kadang kala tetangga sekitar diminta untuk membantu produksi.

Produk yang diproduksi oleh UMKM ini adalah peyek dengan tiga varian rasa: kacang tanah, kacang hijau, dan rebon. Walaupun mengalami penurunan penjualan sejak tahun 2020 akibat pandemi, UMKM Peyek Kacang Citra Baru selalu produksi setiap hari sesuai dengan pesanan yang tidak pernah kosong. Bahkan, setiap menjelang Hari Raya Idul Fitri, produksi peyek dapat mencapai sepuluh karung karena banyak orang yang membeli peyek untuk oleh-oleh. Akan tetapi, ada juga yang membeli untuk dijual kembali (*reseller*). Produksi dilakukan berdasarkan pesanan sehingga dapat terjamin kualitas peyek yang diproduksi karena bahan-bahan yang digunakan selalu baru dan bagus.

Selama observasi, penulis menemukan beberapa masalah yang berkaitan dengan

1. pemasaran produk;
2. peralatan produksi dan rencana pembuatan peyek bundar;
3. desain stiker baru dengan QR Code.

Pertama, dalam wawancara, Pak Adha menyampaikan bahwa dia ingin fokus untuk mencari pekerjaan formal terlebih dahulu. Lalu, ia menyarankan penulis untuk berbicara dengan istrinya, yaitu Ibu Rina. Ibu Rina mengatakan



ingin memiliki toko daring untuk meraih pembeli dari luar daerah, tetapi setelah berdiskusi lebih lanjut dengan Pak Adha, ide ini harus ditunda karena sulit menemukan distributor produk yang aman agar produk tidak hancur di perjalanan saat pengiriman. Selain itu, *e-commerce* lainnya, seperti Shopee, Tokopedia, dan ekspedisi Grab juga menjadi pertimbangan. Akhirnya, penulis dan Pak Adha menemukan ekspedisi yang kelihatannya cocok, yaitu Paxelid. Akan tetapi, setelah ditelusuri lebih lanjut, distributor Paxelid belum bisa menjangkau alamat UMKM sehingga ide ini pun harus ditunda.

Kedua, cukup banyak ide yang didapatkan oleh penulis dari Pak Adha karena Pak Adha termasuk orang yang kreatif. Misalnya, ide Pak Adha untuk membuat *brand* terpisah bernama *Peanut Crackers*, yaitu peyek bundar berdiameter empat sentimeter, ditambah inovasi rasa yang lebih bervariasi dengan kemasan yang sesuai untuk target kalangan milenial. Ibu Rina lebih banyak berkomunikasi dengan penulis mengenai pembelian cetakan karena sebelumnya beberapa kali membeli cetakan berbahan dasar alumunium, tetapi setelah dicoba, hasilnya lengket dan tidak bagus, juga ukurannya kurang pas sehingga adonan lebih tebal dan kehilangan ciri khas tekstur peyek yang renyah. Ibu Rina menyampaikan kriteria yang diinginkan untuk mendapatkan cetakan yang sesuai, yaitu

- berbahan dasar teflon,
- berdiameter 4 cm, dan
- berbentuk cetakan yang bulat dan datar.

Ketiga, menciptakan desain stiker yang baru dengan menambahkan *QR Code*. *QR Code* akan tersambung ke laman *website google maps* di bagian ulasan. Di situ pembeli dapat menyampaikan kritik, saran, komentar, dan komplain yang bermanfaat untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan UMKM agar UMKM dapat menjaga konsistensi produk.

Sementara untuk penjualannya, seperti diketahui pemasaran digital merupakan dampak dari perkembangan zaman (Chandra et al., 2001). UMKM menghadapi tantangan ekonomi global dengan adanya perkembangan pemasaran digital (Aini & Hapsari, 2019). Dalam konteks bisnis, pemasaran digital menjadi model interaksi secara tidak langsung, memanfaatkan cara



interaksi berbasis elektronik ataupun *e-commerce* tanpa perlu bertatap muka (Arnott & Bridgewater, 2002). Pemasaran digital adalah pemasaran dengan strategi baru untuk mempromosikan barang atau jasa kepada pembeli lewat media digital (Sandjaya & Tarigan, 2009). Media digital tidak hanya memperluas jaringan sosial, tetapi dapat memasarkan produk kepada pembeli di berbagai daerah lewat berbagai distribusi. Pembeli dapat dengan mudah mencari informasi, juga memberi ulasan agar konsistensi produk yang dijual dapat terjaga. Dengan memanfaatkan sosial media, target pembeli tidak hanya di satu daerah, tetapi juga di daerah-daerah lain, bahkan di luar pulau sekalipun dapat terjangkau.

2. Tujuan Kegiatan

Setelah melakukan wawancara dengan Pak Adha selaku pemilik usaha, Pak Adha menyampaikan bahwa ia memang sudah menyusun rencana pengembangan dan meminta penulis untuk membantu beberapa hal, dari pemasaran, produksi, dan desain. Tujuan program kerja penulis adalah membantu membuat toko daring, mencari dan memberi peralatan produksi, dan mendesain stiker baru. *Pertama*, pemasaran produk bertujuan untuk memperluas target pembeli, utamanya pembeli di luar Kota Magelang dan Yogyakarta. Akan tetapi, setelah berdiskusi lebih lanjut dengan Pak Adha, dengan mempertimbangkan beberapa jalur distribusi, penulis memutuskan untuk menunda terlebih dahulu pembuatan akun *e-commerce* karena kendala dari distributor yang belum bisa menjangkau alamat UMKM (Pak Adha) di Kota Magelang.

Kedua, produksi. Pembelian alat untuk produksi bertujuan memudahkan, memperlancar, dan meningkatkan produksi. Dalam masalah ini, penulis lebih banyak berkomunikasi dengan Ibu Rina sebagai pelaku produksi. *Ketiga*, desain. Desain diubah dengan menambah informasi pada stiker. Di sini dibuat dua *QR Code* untuk stiker peyek yang baru dan satu lagi untuk disematkan pada kemasan *Peanut Crackers* yang akan diproduksi pada masa mendatang. Dengan menyertakan *QR Code*, penjual dapat menggunakannya untuk



menampung saran, kritik, komentar, atau komplain dari pembeli. Selain itu, untuk memantau konsistensi produk. *QR Code* merupakan media untuk promosi dan identitas produk yang tersimpan dalam sebuah gambar dua dimensi yang ditempatkan pada kemasan produk (Nursetiawan, Endah, & Sujai, 2019). Pada stiker juga disematkan logo “Halal” yang telah diperbarui.

3. Metode, Kelompok Target

Langkah-langkah yang penulis lalui sebagai berikut. *Pertama*, penulis melakukan observasi dengan mengikuti aktivitas UMKM dari pagi hingga malam, bahkan dini hari. *Kedua*, pada tahap wawancara, penulis menemukan masalah yang dihadapi UMKM ini. Penulis dengan Ibu Rina menyampaikan program kepada Pak Adha selaku pemilik UMKM. *Ketiga*, diskusi. Penulis berdiskusi dengan Pak Adha dan Ibu Rina untuk menyusun rencana dan beberapa hal yang dapat dibantu oleh penulis.

Penulis melakukan riset untuk mencari *e-commerce* yang cocok. Akhirnya, dengan dibantu Pak Adha ditemukan Paxelid. Kemudian, penulis banyak berkomunikasi dengan Ibu Rina untuk mencari cetakan peyek bundar yang sesuai, dan akhirnya menemukan yang sesuai di salah satu toko peralatan memasak di Shopee. Terakhir, desain stiker baru dilakukan oleh penulis sendiri dengan menggunakan aplikasi *Canva*. *QR Generator* juga digunakan untuk membuat *QR Code*.

4. Sumber Dana

Dana yang disediakan dari Unika Atma Jaya maksimal Rp500,000,00 (lima ratus ribu rupiah) untuk setiap mahasiswa KKN. KKN di UMKM ini, dana yang digunakan sebesar Rp250,000,00 (dua ratus lima puluh ribu rupiah). Dana yang didapatkan telah digunakan untuk kepentingan program. *Pertama*, membeli alat berbahan teflon untuk membuat peyek bundar. *Kedua*, karena beberapa hal, dana yang direncanakan untuk mencetak stiker baru serta sisa dana yang ada digunakan untuk menambah biaya pembelian kompor.



5. Waktu dan Tempat Penyelenggaraan

Penulis berada di lapangan, yaitu tempat tinggal UMKM di Dusun Jligudan RT/RW 001/002, Kecamatan Borobudur, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah, selama kurang lebih 10-12 jam untuk mengikuti aktivitas pelaku UMKM dari pagi hingga dini hari. Penulis membantu Pak Adha membuat *pudding* (usaha Pak Adha lainnya), terkadang dibantu Ibu Rina dan tetangga dekatnya, Mbah Parmi. Di siang hari, penulis membantu Ibu Rina membuat peyek sesuai dengan pesanan yang diterima, tetapi tidak setiap hari dan terkadang dibantu oleh Mbah Parmi.

Diskusi persiapan untuk akun *e-commerce* telah dilakukan pada 3 Oktober 2023 pukul 11.00-12.30 WIB untuk membahas rencana pembukaan toko di Shopee dan Tokopedia. Berlanjut pada 19 Oktober 2023 pukul 13.00-14.00. Diskusi toko daring berakhir pada 27 Oktober 2023 pukul 14.00-15.00. Pembelian peralatan cetakan peyek telah dilakukan pada 25 Oktober-28 Oktober 2023 dan 2 November 2023 dilakukan pembelian kompor penunjang produksi. Pengerjaan desain telah dilakukan selama empat minggu, yaitu 2-8 Oktober 2023; durasi pengerjaan untuk desain berlangsung selama empat jam per hari.

6. Hasil Kegiatan

Berikut beberapa aktivitas bersama UMKM selama KKN.

Pembuatan peyek

Pembuatan peyek dilakukan sesuai dengan pesanan dan tidak setiap hari.

Bahan Pembuatan Peyek:

- Tepung beras
- Telur
- Air
- Garam
- Kencur
- Ketumbar
- Santan kelapa
- Kacang tanah
- Daun jeruk



Proses pembuatan peyek:

1. Menyiapkan bahan dan alat yang digunakan sebagai berikut:
 - Alat untuk memarut kacang menggunakan perajang kayu.
 - Wadah untuk bahan yang disiapkan (baskom dan mangkuk).
 - Mesin parutan.
 - Talenan dan pisau.
 - Alat untuk menggoreng.
 - Alat untuk mengaduk adonan.
2. Memarut kacang tanah.
3. Menumbuk bumbu peyek, yang terdiri atas garam, ketumbar, dan kencur.
4. Membantu memarut kelapa untuk dijadikan santan.
5. Mengiris daun jeruk atau daun seledri.
6. Menimbang tepung beras yang diperlukan.
7. Mengaduk adonan peyek.
8. Membungkus peyek dan menempelkan stiker.

Pembuatan akun di Paxelid

Awalnya, penulis dengan Pak Adha meriset beberapa *e-commerce*, seperti Shopee, Tokopedia, dan Grab. Setelah melakukan riset lebih jauh, penulis dan Pak Adha menemukan Paxelid, yang menurut informasi dari Pak Adha paling terjamin keamanan produknya walaupun ada tambahan biaya kirim. Sayangnya, hal itu harus ditunda karena distributor Paxelid belum bisa menjangkau alamat UMKM Peyek Kacang Citra Baru. Rencana membuka akun di Shopee, Tokopedia, dan Grab juga tidak dapat terlaksana karena Pak Adha belum menyanggupi dari segi tenaga dan produksi.

Pembelian alat untuk produksi

Peralatan yang sudah dibeli adalah kompor gas dengan dua tungku untuk mengganti kompor yang lama supaya produksi peyek berjalan lancar, apalagi jika pesanan begitu banyak. Kompor merek Rinnai telah dibeli langsung oleh Pak Adha (Gambar 1) pada 2 November 2023. Selain kompor, cetakan teflon merek Happy Call disediakan untuk membuat peyek bundar (Gambar 2, Gambar 3). Dalam hal ini, penulis berkomunikasi dengan Ibu Rina, lalu mencari alat yang sesuai di Shopee. Setelah ditemukan, paket dikirim secara



reguler dengan estimasi waktu 3-4 hari hingga barang sampai di tujuan sekitar 25-28 Oktober 2023.



Gambar 1. Pesanan kompor dua tungku diterima UMKM



Gambar 2. Teflon merek Happy Call yang dihibahkan ke UMKM



Gambar 3. Teflon bundar untuk mencetak peyek

Pembuatan stiker

Pembuatan *QR Code* telah selesai pada 6 Oktober 2024. Pembuatan *QR Code* dapat berjalan dengan lancar karena dibantu Pak Adha yang juga melek teknologi. Stiker akan disematkan pada kemasan *Peanut Crackers* yang akan datang (Gambar 4 dan Gambar 5). Stiker dengan *QR Code* lebih informatif setelah disematkan daripada sebelumnya (Gambar 6).



Gambar 4. *QR Code* telah disematkan pada stiker yang baru



Gambar 5. Perubahan desain stiker dengan *QR Code* berisi ulasan dengan konsep yang diperbaharui.

Sebelum



Sesudah



Gambar 6. Stiker sebelum dan setelah menggunakan *QR Code*

Hambatan yang dihadapi oleh penulis ketika menjalani KKN adalah mencari waktu yang pas untuk berdiskusi dengan Pak Adha karena Pak Adha sedang fokus pada hal lain. Walaupun ide yang disampaikan oleh Pak Adha cukup banyak dan kreatif, cukup sulit untuk memutuskan ide mana yang harus dijadikan prioritas. Akhirnya, penulis dengan pemilik UMKM



tersebut harus menunda beberapa rencana karena masalah tenaga karyawan dan admin, juga fokus Pak Adha yang masih terbagi.

7. Refleksi Diri

Dari kegiatan lapangan selama KKN di UMKM Peyek Kacang Citra Baru, selain memperoleh wawasan mengenai wirausaha, penulis juga melihat potensi wirausaha yang menantang, bahkan dari hal terkecil telah membuka penulis akan ide-ide baru. Semakin sering penulis terlibat dengan kegiatan produksi, semakin menumbuhkan keinginan penulis untuk menjadi wirausaha. Selain itu, berbaur dengan masyarakat di lingkungan sekitar juga menjadi memori selama KKN di Magelang. Mereka memperkenalkan budaya baru, mengajak penulis dan rekan-rekan KKN lainnya untuk berjalan-jalan ke tempat-tempat yang bagus di Magelang, termasuk ke Candi Borobudur. Akan lebih baik jika ke depannya, diadakan lebih banyak program untuk UMKM di Desa Borobudur, selain pengelolaan usaha juga saluran distribusi lainnya.

8. Simpulan dan Saran

Masalah yang dihadapi UMKM Peyek Kacang Citra Baru tidak dapat diselesaikan seluruhnya karena adanya kendala, baik kendala dalam hal alamat UMKM yang sulit dijangkau distributor Paxelid maupun kendala tenaga dan admin yang membantu UMKM, khususnya jika ada pesanan yang cukup banyak. Produk yang dihasilkan UMKM, yaitu peyek, sangat rentan hancur atau rusak karena kerenyahannya sehingga dibutuhkan sistem pengiriman yang aman. Pembuatan peyek juga membutuhkan teknik penggorengan yang tidak sembarangan sehingga dibutuhkan tenaga pembantu yang mahir untuk menggoreng. Meskipun demikian, penulis telah membantu kelancaran produksi peyek dengan pengadaan kompor, pembaruan stiker dan QR Code. Masa yang akan datang, UMKM Peyek Kacang Citra Baru perlu menambah tenaga produksi dari lingkungan sekitar melalui pelatihan dan membuat etalase di depan rumah untuk promosi agar produk lebih dikenal.



9. Daftar Acuan

- 'Aini, H.Q. & Hapsari, A. Y. (2019). Interests Influence of Digital Marketing Product Sales in Exports by SMEs in Bandung. *Global Business and Management Research*, 11(1), 217–225.
- Arnott, D. C., & Bridgewater, S. (2002). *Internet, interaction, and implications for marketing. Marketing Intelligence & Planning*.
- Chandra, G., Tjiptono, F., & Chandra, Y. (2001). *Pemasaran Global*. Penerbit ANDI Yogyakarta.
- Nursetiawan, I, Endah, K, & Sujai, Ii. (2019). Digitalisasi Produk Unggulan Desa Sukamaju Kecamatan Cihaurbeuti Kabupaten Ciamis Berbasis Qr Code Dan Facebook Marketplace. *Abdimas Galuh*, 1(1), 67-74.
- Sandjaya, R. & Tarigan, J. (2009). *Creative Digital Marketing Teknologi Berbiaya Murah, Inovatif Dan Berdaya Hasil Gemilang*. PT Alex Media Komputindo.

10. Dokumentasi Kegiatan



Menumbuk bumbu peyek





Memarut kelapa



Mengiris daun jeruk dan daun seledri

Bunga Rampai
Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur



Mengaduk adonan peyek



Membungkus peyek



Menempel stiker



Ibu Rina rutin meracik dan menggoreng sendiri peyek



Penulis membantu mengemas peyek

PROGRAM BAHASA INGGRIS UNTUK DESKRIPSI PRODUK DAN PAKET WISATA MEMBATIK

Talitha Wilhelmina Maulana
Christina Eli Indriyani

ABSTRAK

Kuliah Kerja Nyata (KKN) telah dilaksanakan di Desa Borobudur selama kurang lebih 4 bulan terhitung sejak tanggal 22 Agustus 2023 sampai dengan 30 November 2023. Berbagai rangkaian kegiatan KKN telah dilaksanakan. Mulai dari pendampingan UMKM sampai dengan program kerja khusus yang dibuat dan dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan UMKM yang bersangkutan. Dalam program KKN Tematik ini, saya berkesempatan untuk mendampingi UMKM Kerupuk Susu Kedelai Kriyak Kriyuk. UMKM ini adalah salah satu usaha yang cukup kreatif dan inovatif dalam bidangnya. Di saat observasi, saya dapat melihat bahwa pemilik UMKM sudah cukup mumpuni dalam hal perizinan karena beliau sudah memiliki izin seperti izin Pangan Industri Rumah Tangga dan sertifikasi halal untuk beberapa varian produk. Hal yang dapat ditambahkan di UMKM dampingan saya ini adalah kemampuan bahasa inggris untuk dapat menarik minat dan memasarkan kepada turis mancanegara.

Kata Kunci:

1. Latar Belakang

Potensi dari UMKM yang ada di Desa Borobudur sangat banyak dan dapat diimprovisasi bila dikembangkan dengan baik. Salah satunya adalah UMKM Kerupuk Susu Kedelai Kriyak Kriyuk yang ditekuni oleh Ibu Siti sejak tahun 2019. UMKM Kerupuk Susu Kedelai Kriyak Kriyuk berfokus

pada produksi susu dan makanan ringan yang terbuat dari kedelai. Berdasarkan informasi yang diterima dari Ibu Siti, usaha miliknya telah mendapatkan izin seperti PIRT dan sertifikasi halal untuk beberapa varian produk. Pemasaran produk UMKM juga telah berjalan dengan baik melalui media sosial dan jejaring lainnya. Akan tetapi, Ibu Siti memberikan informasi bahwa belum adanya penjelasan mengenai profil produk yang ditawarkan serta spanduk untuk keperluan pemasaran di lingkungan sekitar tempat tinggal maupun saat pameran. Oleh karena itu, program yang saya usulkan untuk pembinaan UMKM Kerupuk Susu Kedelai Kriyak Kriyuk akan berupaya menjawab kebutuhan tersebut.

Selain mengembangkan UMKM Kerupuk Susu Kedelai Kriyak Kriyuk, Ibu Siti juga aktif tergabung dalam UMKM Batik Borobudur, dimana Ibu Siti bersama beberapa Ibu lainnya membentuk kelompok pembatik. UMKM Batik Borobudur memproduksi kain batik, berupa batik cap dan tulis. Peluang kelompok batik untuk berkembang sangatlah banyak dan besar. Tidak jarang mereka juga melayani paket wisata membatik bagi turis domestik maupun mancanegara. Pada program KKN ini, UMKM Batik Borobudur didampingi oleh rekan saya, Michellie. Maka dari itu, saya dan Michellie memutuskan untuk bekerja bersama mendampingi kedua UMKM, yaitu Kerupuk Susu Kedelai Kriyak Kriyuk dan Batik Borobudur.

Sebagai langkah awal, kami mencoba mencari tahu kebutuhan para anggota UMKM terkait bahasa Inggris untuk komunikasi. Ibu Siti secara pribadi mengutarakan bahwa kelompok pembatik membutuhkan bahasa Inggris untuk berkomunikasi dengan turis asing, sedangkan UMKM milik Ibu Siti sendiri, yaitu Kriyak Kriyuk, belum terlalu membutuhkannya untuk saat ini. Namun menurut saya, Ibu Siti dapat belajar bahasa Inggris untuk mempromosikan batik sekaligus mengambil ilmu yang dipelajari untuk mempromosikan produk Kriyak Kriyuk. Kemudian, melalui bincang-bincang dengan para pembatik dan pengamatan di lapangan, permasalahan utama yang dihadapi oleh para anggota UMKM adalah kurangnya kemampuan untuk berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris dengan para turis asing. Kami juga menggali informasi untuk menentukan topik dan fitur bahasa



yang dibutuhkan. Selain itu, kami memberikan sebuah asesmen awal untuk mengukur kemampuan bahasa Inggris ibu-ibu dalam kelompok tersebut. Analisis kebutuhan ini sangat membantu kami dalam merancang materi yang sesuai dengan konteks.

Berdasarkan analisa kebutuhan yang telah kami lakukan dapat disimpulkan bahwa Ibu Siti dan anggota UMKM Batik Borobudur lainnya perlu mendapatkan pelatihan bahasa Inggris untuk berkomunikasi dengan turis asing saat mereka mendapatkan Paket Edukasi Membatik. Berkaitan dengan proses pembelajaran, materi akan diberikan dalam bentuk cetak. Dikarenakan semua anggota dari kelompok pembatik sudah berada dikisaran umur 40-50 tahun, segala hal berbasis digital tidak akan dimasukkan ke dalam pembelajaran. Para ibu pembatik diharapkan dapat berkontribusi dalam pembelajaran bersama, serta dapat mengaplikasikan ilmu yang didapatkan dikemudian hari.



Gambar 1. Foto penyerahan mahasiswa Atma Jaya kepada desa.

2. Tujuan Kegiatan

Kegiatan pendampingan UMKM diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pelaku UMKM, baik secara individu maupun berkelompok. Tujuan utama dari kegiatan pendampingan UMKM di Borobudur adalah:



- a. Para pelaku UMKM, baik dari Kerupuk Susu Kedelai Kriyak Kriyuk maupun Batik Borobudur, dapat menggunakan bahasa Inggris secara sederhana untuk berkomunikasi dalam mempromosikan produk UMKM, khususnya dalam memberikan paket wisata edukasi membatik bagi turis mancanegara. Selain itu, diharapkan dengan menguasai bahasa Inggris, para pelaku UMKM dapat melakukan ekspansi bisnis yang lebih besar.
- b. Mempromosikan produk UMKM Kerupuk Susu Kedelai Kriyak Kriyuk dengan cara membuat profil produk dan spanduk.
- c. Selain tujuan bagi UMKM, kegiatan KKN ini juga memberikan manfaat bagi mahasiswa untuk dapat mengambil ilmu seperti keterampilan sosial yang telah diterapkan dalam berkehidupan sosial di lingkungan rukun tetangga yang ada di sekitaran UMKM. Dengan keterampilan baru ini, saya dapat berbaaur bersama masyarakat Borobudur yang rentang umurnya lebih beragam.

3. Metode, Kelompok Target, dan Mitra

Dalam program KKN yang saya laksanakan, kegiatan pendampingan terdiri dari dua, yaitu pembuatan profil produk dan spanduk, serta pembelajaran bahasa Inggris. Pembuatan profil hanya untuk UMKM Kerupuk Susu Kedelai Kriyak Kriyuk sedangkan pembelajaran bahasa Inggris merupakan gabungan dengan kelompok pembatik UMKM Batik Borobudur.

- **Profil produk dan spanduk**
Profil dan isi spanduk dikhususkan pada produk berupa susu kedelai dan makanan ringan Kriyak Kriyuk. Dalam pembuatannya, informasi saya peroleh dari Ibu Siti selaku pelaku UMKM tersebut. Kemudian saya menentukan isi profil dan membuat desain untuk spanduk.
- **Pembelajaran bahasa Inggris**
Untuk pelaksanaan program ini, saya bekerja sama dengan Michélie. Kami melakukannya di *showroom* Batik Borobudur milik Bu Khoyah dikarenakan tempat tersebut lebih luas dan memungkinkan untuk melakukan pembelajaran. Peserta yang mengikuti kegiatan pembelajaran



sekitar sepuluh orang, dengan rentang usia 40-50 tahun. Pada pertemuan pertama, kami memberikan asesmen awal untuk mengukur kemampuan bahasa Inggris kelompok pembatik. Selanjutnya kami merancang materi yang terdiri dari beberapa topik untuk empat kali pertemuan. Alokasi waktu untuk setiap pertemuan adalah 60 menit (dapat lebih bila ada permintaan dari kelompok pembatik). Pada setiap pertemuan atau topik, kegiatan pembelajaran yang diberikan adalah pemberian materi, pengajaran cara penulisan dan pelafalan kata dan kalimat, serta hafalan yang telah diajarkan. Kami memilih kegiatan tersebut karena para anggota menyukai pembelajaran pelafalan, karena mereka merasa dapat langsung mencoba hal tersebut bila ada turis yang membeli paket edukasi. Selama kegiatan pembelajaran, kami juga melakukan monitoring atau mengecek apakah ada bahasa yang dipelajari sudah dikuasai, yaitu dengan cara menguji hafalan, pelafalan, dan juga penulisan.

4. Sumber Dana

No	Program	Uraian Singkat Kegiatan	Target Hasil	Anggaran Biaya	Waktu	Keterangan
1	Pembelajaran Bahasa Inggris untuk UMKM	Kegiatan ini dilakukan untuk menunjang kemampuan berbahasa Inggris dalam bisnis. Pembelajaran ini dikhususkan untuk kemampuan Inggris pemilik UMKM. Untuk Kriyak-Kriyuk, akan difokuskan untuk berbahasa berbahasa Inggris dalam membuat deskripsi komposisi, juga untuk saat mempromosikan dan menjelaskan produk secara langsung ke turis asing.	Para pemilik UMKM mampu untuk berkomunikasi dengan turis asing.	Rp 45.000,- untuk <i>print out</i> dan <i>fotocopy</i> materi. Rp 150.000 untuk alat tulis.	4 kali pertemuan (2 kali perminggu).	Membuat <i>print out</i> materi yang akan dijawab oleh para pemilik UMKM.



No	Program	Uraian Singkat Kegiatan	Target Hasil	Anggaran Biaya	Waktu	Keterangan
2	Banner Kriyak Kriyak	Banner untuk mempromosikan bisnis Kerupuk Susu Kedelai Kriyak Kriyak.	Para wisatawan dapat mengenali Kriyak Kriyak dengan lebih mudah karena untuk saat ini, tempat penjualan Kriyak Kriyak masih cukup sulit dikenali.	-	-	Banner nama untuk merek Kriyak Kriyak.
3	Pembuatan profil usaha untuk Kerupuk Susu Kedelai Kriyak Kriyak	Pembuatan profil untuk memperkenalkan Kriyak Kriyak ke masyarakat luas. Kemungkinan besar akan berbentuk <i>database</i> dan <i>website</i> .	Masyarakat luas mengetahui keberadaan UMKM Kriyak Kriyak dan lebih berminat untuk membeli juga mencari tahu tentang produk tersebut.	-	-	Profil pengenalan Kriyak Kriyak.

5. Waktu dan Tempat Penyelenggaraan

a) Profil produk dan spanduk

Profil dan spanduk berisi produk-produk yang dijual oleh UMKM. Foto produk diambil secara langsung dengan produk yang tersedia saat itu. Setelah dirasa cukup dan dapat diterima oleh UMKM, saya mendesain profil dan spanduk dengan memasukan foto produk tersebut.

Sebagai langkah awal dan berdasarkan kebutuhan UMKM, saya membuat profil dalam 3 bentuk, antara lain logo untuk stiker varian baru kriyak-kriyak, yaitu Munthul Kriyak, deskripsi penjualan Munthul Kriyak, dan instagram untuk keperluan promosi. Kegiatan tersebut dilaksanakan mulai tanggal 4 Oktober 2023 dan berlangsung selama 3 hari. Saya mendesain profil secara



mandiri dengan menggunakan aplikasi Canva sehingga memudahkan saya untuk melakukan *editing* sewaktu-waktu hingga finalisasi dan disetujui oleh pemilik UMKM. Pada tanggal 7 Oktober 2023, logo tersebut dicetak dan ditempelkan pada kemasan produk.

Kemudian pembuatan profil dilanjutkan dalam bentuk spanduk yang didesain oleh saya sendiri. Saya memasukan beberapa detail penting seperti kontak pemesanan, produk-produk unggulan UMKM yang paling sering dipesan, juga foto fotonya. Lalu saya mendiskusikan dengan Ibu Siti beberapa kali. Desain tersebut mendapati detail sesuai kemauan Ibu Siti, seperti kalimat "Menerima pesanan *snack* lainnya juga loh!" dibawah menu-menu unggulannya. Proses desain spanduk ini dilakukan selama kurang lebih 2 minggu, sekitar 1-2 jam per hari setelah ataupun sebelum melakukan produksi dan sembari melakukan pekerjaan di UMKM lainnya. Pada tanggal 26 Oktober 2023, desain spanduk diserahkan kepada fasilitator lokal karena proses pencetakan serta pemasangan diurus oleh pengurus lokal yang bekerja sama dengan IM3 sebagai sponsor saat itu.

b) Pembelajaran bahasa inggris

Persiapan mengajar dilakukan H-2 dari hari pengajaran. Perkiraan durasi perancangan materi yaitu sekitar 4 jam, dimulai dengan pencarian materi, pencocokan dengan kebutuhan dari pelajar (materi yang sesuai dengan kondisi UMKM, kalimat dengan pilihan kosakata yang sederhana, dan kalimat yang pendek agar mudah diingat). Seperti yang sudah saya jelaskan di dalam *logbook*, biasanya saya memulai persiapan dari jam 6 pagi sampai dengan jam 9 atau 10, tergantung tingkat kesulitan dari materi. Beberapa kali saya juga melakukan pertemuan dengan teman dari jurusan PBI untuk bertukar pikiran dalam pembuatan materi. Pertemuan tersebut biasanya dilakukan antara jam 9 sampai dengan 11 malam.

Pembelajaran bahasa inggris dilakukan sebanyak 4 pertemuan. Rincian pelaksanaan adalah sebagai berikut:

1) 25 Oktober 2023 (09.00-10.00 WIB)

Pertemuan pertama diadakan di *showroom* Batik Borobudur dan berlangsung selama satu jam karena ibu-ibu akan membatik. Selama



kegiatan membatik, Ibu-ibu kelompok pembatik tetap semangat dalam belajar bahasa inggris. Mereka sangat gencar bertanya tentang materi. Di akhir pertemuan, ibu-ibu juga memberi masukan tentang cara mengajar kami dengan harapan, di hari berikutnya cara mengajar kami lebih sesuai dengan gaya belajar mereka.

2) 26 Oktober 2023

Pada pertemuan kedua, kami telah berada di *showroom* dan menunggu kedatangan ibu-ibu kelompok pembatik selama kurang lebih 3 jam. Lalu kami menerima kabar bahwa ibu-ibu tidak dapat hadir (meskipun sudah sepakat dimalam hari sebelumnya). Maka dari itu, kami berencana untuk membuat salah satu pertemuan dengan durasi lebih lama serta mencakup materi dua pertemuan.

3) 1 November 2023 (12.00-14.00 WIB)

Pada pertemuan ketiga, kami mendapatkan umpan balik bahwa revisi dari pembahasan kami dalam mengajar sudah sesuai kebutuhan kelompok pembatik. Hal tersebut membuat ibu-ibu lebih giat lagi dalam belajar karena bisa dengan lebih mudah menghafal kalimat atau kosakata yang diajarkan.

4) 2 November 2023 (13.30-15.00 WIB)

Pada pertemuan terakhir, kami mengajarkan materi dua pertemuan dalam satu pertemuan. Materi sudah sangat sesuai dengan kebutuhan karena fitur-fitur bahasa sudah sangat spesifik dan pembahasan sudah kami sesuaikan juga. Pada pertemuan ini kami juga sekaligus berpamitan karena sudah mendekati hari kepulangan kami ke Jakarta.

6. Hasil Kegiatan dan Diskusi

Program pembuatan profil produk dan spanduk, serta pembelajaran Bahasa Inggris yang ditawarkan kepada UMKM dapat berjalan dengan baik. Profil produk dijelaskan di dalam spanduk. Tetapi hanya untuk empat produk unggulan saja, yaitu Kerupuk Susu Kedelai Kriyak Kriyuk, Es Kasoy, Munthul Kriyuk dan Clorot. Produk tersebut dijelaskan bahan bahan dan hasil jadinya di dalam spanduk sekaligus menjadi bahan promosi. Spanduk sudah dalam antrean mencetak saat kami melaksanakan KKN di sana. Namun saat ini belum ada hasil jadinya dikarenakan antrian percetakan.





Dari kegiatan pembelajaran bahasa Inggris, dapat dilihat bahwa ibu-ibu di dalam kelompok pembatik sudah dapat mengingat dan mengaplikasikan bahasa Inggris untuk menjelaskan tahapan-tahapan dalam edukasi membatik. Sejauh ini, materi-materi yang sudah dipelajari antara lain, topik tentang cara berbicara dan juga berkomunikasi dengan turis asing. Mulai dari kata perkata sampai dengan kalimat yang dapat dipakai secara langsung ke turis. Hasil cetakan materi (di papan tulis tempel dan buku yang dimiliki setiap anggota pembatik) sudah ditempel di dinding Rumah Batik Borobudur. Hal tersebut merupakan permintaan dari kelompok pembatik sendiri karena mereka mengatakan bahwa hal tersebut akan memudahkan mereka bila nanti ada turis yang mengambil paket edukasi. Mereka juga sangat bersemangat dalam menghafal kosakata-kosakata baru yang sudah diajarkan.

Bunga Rampai
Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur



Gambar 2. Pertemuan untuk pengajaran Bahasa Inggris.



Gambar 3.
Kelompok pembatik mencoba berbicara Bahasa Inggris setelah diajarkan pelafalan.



Gambar 4. Pertemuan Pengajaran Bahasa Inggris

7. Refleksi Diri terhadap Kegiatan

Dalam kegiatan ini, saya menyadari, banyak sekali hal yang dapat saya jadikan pelajaran. Tidak hanya aspek akademik, tetapi banyak sekali aspek sosial dan juga yang lainnya. Saya mencoba untuk membantu UMKM sesuai dengan porsi dan kemampuan saya. Untungnya, UMKM senang dan puas dengan hasil kerja saya. Tetapi, saya pun menyadari, bahwa saya pun pasti ada kekurangannya selama membantu UMKM.

Pelajaran berharga yang dapat saya ambil dari kegiatan pendampingan ke UMKM ini dapat dibilang sudah memperluas ilmu dalam diri saya. Mulai dari saya yang bisa dengan cepat berbaur dengan masyarakat sekitar, khususnya warga yang masih berada di satu rukun tetangga (RT) dengan tempat tinggal saya. Saya dan teman sekamar saya, yaitu Michellie, seringkali diajak untuk melaksanakan kegiatan yang menurut saya, sangat hangat kebersamaannya. Seperti merujuk bersama ibu ibu sekitar, menghadiri pernikahan kerabat, hingga berendam air hangat bersama dengan keluarga pemilik UMKM.

Saya sadar bahwa saya pun masih banyak kekurangan saat melakukan pendampingan. Namun, disaat UMKM merasa terbantu dengan upaya saya, saya pun ikut berkembang dan terus belajar bersama UMKM tersebut.

Bahkan, kelompok pembatik pun secara personal memberikan testimoni kepada saya dan Michellie, hal-hal apa saja yang mereka rasakan setelah mendapat pendampingan dari kami. Seperti kebiasaan dalam pengucapan kalimat Bahasa Inggris, kepercayaan diri dalam mengatakan kalimat Bahasa Inggris, dan juga bagaimana kami telah membuat kalimat yang tercakup dalam materi pembelajaran menjadi lebih "mudah", sesuai dengan permintaan mereka. Selain Bahasa Inggris, mereka juga berterima kasih atas asistensi dan bantuan kami selama di Borobudur.

8. Simpulan dan Saran/Rekomendasi

Kegiatan KKN ini sudah berjalan cukup baik. Pendampingan dari saya dan teman-teman KKN lainnya mendapat umpan balik yang sangat baik dan dapat kami pakai untuk pengembangan diri secara individual maupun kelompok.

Saran untuk kegiatan KKN berikutnya adalah bilamana mungkin akan dilaksanakan pendampingan lagi di tempat yang sama, alangkah baiknya jika semua program kerja dilaksanakan dari awal turun ke lapangan. Observasi UMKM dapat dilaksanakan saat pembekalan. Hal ini juga disampaikan oleh kelompok pembatik melalui testimoni yang saya dapatkan di pengajaran Bahasa Inggris. Mereka menyebutkan bahwa mereka sangat senang dapat belajar bahasa inggris, namun dapat lebih baik apabila jumlah pertemuan lebih banyak sehingga materi yang diperoleh juga lebih banyak.



9. Dokumentasi Kegiatan



Gambar 5. Sampainya mahasiswa dan dosen Atma Jaya Jakarta ke Borobudur.



Gambar 6. Sarapan pertama di UMKM.



Gambar 7. Belajar membatik untuk pertama kali.



Gambar 8. Mematik bersama dengan teman dari UMKM yang berbeda.



Gambar 9. Memotong kerupuk dan mendapat penjelasan dari ibu, mengapa pisau yang digunakan harus spesifik.



Gambar 10. Belajar membuat bungkus clorot.

MEMBANTU PEMASARAN MELALUI *E-COMMERCE* DAN PEMBUATAN DESAIN *PACKAGING* PADA UMKM *BW CRAFT*

Imelda Hostia Larasati
Rodemeus Ristyantoro

ABSTRAK

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan sebuah program pengabdian masyarakat dalam pendidikan tinggi di Indonesia. Program ini merupakan bagian integral dari kurikulum perguruan tinggi dan dirancang untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu pengetahuan, keterampilan, dan nilai-nilai yang telah dipelajari di kampus secara nyata dalam masyarakat. Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Borobudur, Magelang, melibatkan kegiatan pengembangan kerajinan sendal upanat sebagai upaya untuk mendukung ekonomi lokal dan memperkenalkan produk tersebut ke pasar yang lebih luas. Latar belakang proyek ini mencakup kondisi ekonomi masyarakat desa dan kebutuhan untuk meningkatkan nilai tambah pada kerajinan lokal. Dalam prosesnya, peserta KKN terlibat dalam berbagai aspek proyek, termasuk media marketing melalui tokopedia, pengembangan desain, dan peningkatan distribusi produk.

Pengembangan desain dan pembuatan desain *packaging* memberikan identitas yang kuat bagi sendal upanat, meningkatkan daya tarik produk, dan memberikan nilai tambah pada kerajinan lokal. Proses pemasaran *online* melalui tokopedia membuktikan keberhasilan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Meskipun menghadapi tantangan logistik, pengalaman ini memberikan pembelajaran berharga tentang manajemen rantai pasok yang efisien.

Kolaborasi yang baik dengan masyarakat setempat dan pemangku kepentingan lainnya menjadi kunci keberhasilan proyek. Kesadaran sosial dan pengembangan keterampilan pribadi menjadi nilai tambah dari pengalaman KKN ini. Kesimpulannya, KKN di Desa Borobudur bukan hanya menciptakan dampak positif pada ekonomi lokal, tetapi juga menjadi perjalanan pembelajaran yang membentuk peserta untuk menjadi agen perubahan yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Kuliah Kerja Nyata (KKN), pengabdian masyarakat, pendidikan tinggi, manfaat nyata

1. Latar Belakang

KKN di Dusun Bumi Segoro, Desa Borobudur, Magelang, mencerminkan keinginan untuk memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan potensi kerajinan lokal, khususnya sendal upanat. Desa Borobudur, dengan keunikan dan keindahan alamnya, memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata dan penghasil kerajinan lokal. Dalam konteks ini, sendal upanat menjadi produk unggulan yang dihasilkan oleh masyarakat setempat. Namun, kendala seperti minimnya eksposur dan akses pasar menghambat potensi pengembangan kerajinan ini. Pilihan untuk fokus pada kerajinan sendal upanat dipilih karena keunikan produk ini dapat menjadi daya tarik tersendiri. Sendal ini dibuat dengan menggunakan bahan-bahan alami dan memiliki nilai seni yang tinggi, menciptakan peluang untuk pemasaran yang lebih luas.

Selain itu, era digital memberikan peluang besar untuk mengembangkan bisnis lokal melalui pemasaran *online*. Dengan menerapkan strategi media *marketing*, terutama melalui *platform* Tokopedia, diharapkan dapat mencapai pangsa pasar yang lebih besar dan meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Keterlibatan dalam proses pembuatan sendal upanat juga diarahkan untuk memberdayakan masyarakat secara langsung. Mahasiswa KKN tidak hanya membantu dalam aspek pemasaran, tetapi juga terlibat dalam proses produksi. Ini menciptakan kesempatan untuk mentransfer pengetahuan dan



keterampilan kepada masyarakat setempat, meningkatkan kapasitas lokal dalam menghasilkan produk berkualitas.

Selain itu, pembuatan desain *packaging* yang baru juga menjadi fokus dalam rangka meningkatkan daya saing produk. Desain yang menarik tidak hanya menciptakan identitas yang kuat untuk produk tetapi juga dapat meningkatkan nilai jual di pasar.

Dengan memasang *banner* promosi di rumah kerajinan, diharapkan dapat meningkatkan visibilitas dan mengarahkan perhatian masyarakat lokal serta wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut. Langkah ini juga diharapkan dapat menciptakan iklim yang mendukung pengembangan ekonomi lokal melalui kerajinan.

2. Tujuan Kegiatan

KKN di Dusun Bumi Segoro, Desa Borobudur, Magelang, memiliki beberapa tujuan, yaitu:

1. Pemberdayaan Masyarakat
Memberdayakan masyarakat setempat dengan melibatkan mereka langsung dalam proses pembuatan sandal upanat. Hal ini bertujuan untuk mentransfer pengetahuan dan keterampilan, sehingga mereka dapat lebih mandiri dalam mengelola bisnis kerajinan mereka sendiri di masa depan.
2. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan
Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam pembuatan sandal upanat. Mahasiswa KKN berperan sebagai fasilitator yang membantu mengenalkan teknik-teknik baru, bahan-bahan yang inovatif, dan praktik-praktik terbaik dalam industri kerajinan.
3. Pemasaran *Online* yang Efektif
Meningkatkan keberadaan produk lokal di pasar nasional melalui pemasaran *online*, terutama melalui *platform* Tokopedia. Tujuan ini mencakup peningkatan jumlah pelanggan dan pangsa pasar, serta peningkatan pendapatan bagi masyarakat pengrajin.



4. Pengembangan Desain Produk dan Kemasan
Mengembangkan desain produk yang menarik dan kemasan yang inovatif untuk meningkatkan daya tarik dan nilai jual sandal upanat. Langkah ini bertujuan untuk memberikan produk yang lebih kompetitif di pasar.
5. Pengembangan Ekonomi Lokal
Meningkatkan kontribusi terhadap pengembangan ekonomi lokal di Desa Borobudur dengan memberikan dukungan kepada pengrajin sandal upanat agar dapat meningkatkan produksi dan penjualan produk mereka.

3. Metode, Kelompok Target, dan (jika ada) Mitra

Kegiatan ini tentu menggunakan metode pelatihan *workshop*. Dimana pada sesi ini mengadakan pelatihan dan *workshop* secara berkala kepada masyarakat setempat untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan sandal upanat. Mahasiswa KKN berperan sebagai fasilitator dan pengajar. Semua warga terlibat langsung dalam proses produksi sandal upanat bersama dengan masyarakat setempat. Melibatkan mereka dalam setiap langkah pembuatan untuk memastikan transfer pengetahuan yang optimal serta Melakukan konsultasi dengan pengrajin dan komunitas lokal untuk mengumpulkan ide dan preferensi terkait desain produk dan kemasan.

4. Sumber Dana

Ada beberapa sumber dana yang didapat, ada yang berbentuk uang tunai serta berbentuk inventaris, diantaranya:

1. Dana yang berasal dari pihak kampus, yaitu sebesar Rp250.000,- (dua ratus lima puluh ribu)
2. Dana yang berasal dari pihak desa serta im3 dalam bentuk inventaris yaitu sebuah *banner*.

5. Waktu dan Tempat Penyelenggaraan (*maksimal 100 kata*)

Waktu yang dihabiskan untuk kegiatan ini memakan waktu 1,5 bulan, yaitu dari 24 September–5 November 2023. Sebelum kegiatan dilaksanakan, diadakan bimbingan pembekalan yang dilaksanakan pada tanggal 24



September–5 November 2023. Ini diselenggarakan di Dusun Bumi Segoro, Desa Borobudur, Magelang.

6. Hasil Kegiatan

Dari kegiatan KKN yang telah dilaksanakan, adapun hasil yang sudah di dapat, diantaranya:

Peningkatan Produksi Sendal Upanat:

Melalui pelatihan dan *workshop* yang diadakan, masyarakat setempat berhasil meningkatkan keterampilan mereka dalam pembuatan sendal upanat. Hal ini menghasilkan peningkatan produksi sendal yang berkualitas dan sesuai dengan permintaan pasar.

1. Partisipasi Aktif Masyarakat dalam Produksi
Terbentuknya model produksi partisipatif dimana masyarakat setempat terlibat secara aktif dalam proses pembuatan sendal upanat. Mahasiswa KKN berhasil mentransfer pengetahuan dan keterampilan, memberikan dampak positif pada pemberdayaan masyarakat.
2. Peluncuran Produk dengan Desain Baru
Berhasil meluncurkan sendal upanat dengan desain baru yang dikembangkan bersama dengan masyarakat dan desainer lokal. Desain yang menarik meningkatkan daya tarik produk dan memperluas pangsa pasar.
3. Implementasi Strategi Pemasaran *Online*
Pemasaran produk secara online melalui Tokopedia telah berhasil diimplementasikan. Terjadi peningkatan dalam jumlah pelanggan dan penjualan, membuka peluang bisnis yang lebih luas bagi pengrajin sendal upanat.
4. Desain *Packaging* yang Menarik
Desain kemasan yang baru berhasil diterapkan, menciptakan identitas yang kuat untuk produk. Hal ini meningkatkan nilai estetika produk dan memberikan daya saing yang lebih baik di pasar.
5. *Banner* Promosi yang Efektif
Banner promosi yang dipasang di rumah kerajinan dan titik-titik strategis lainnya di desa berhasil meningkatkan visibilitas produk. Ini memberikan



dampak positif pada peningkatan penjualan lokal dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk lokal.

7. Refleksi Diri terhadap Kegiatan

Kegiatan KKN di desa Borobudur, Magelang, selama 1,5 bulan merupakan pengalaman yang sangat berarti dan penuh pembelajaran. Selama periode tersebut, saya terlibat aktif dalam membantu pengembangan kerajinan sandal upanat melalui kegiatan *media marketing* dan perbaikan desain produk. Proses KKN memberikan saya wawasan mendalam tentang kehidupan masyarakat desa. Saya belajar betapa pentingnya keterlibatan langsung dalam kehidupan sehari-hari masyarakat untuk memahami tantangan dan potensi yang mereka hadapi. Selain itu, saya juga belajar cara beradaptasi dengan lingkungan yang berbeda dan bekerja sama dengan beragam latar belakang individu.

8. Simpulan dan Saran/Rekomendasi

Pengalaman KKN di desa Borobudur tidak hanya mengajarkan saya keterampilan praktis terkait pengembangan produk dan pemasaran, tetapi juga membuka mata saya terhadap realitas kehidupan masyarakat pedesaan. Saya merasa terhormat dapat berkontribusi positif pada pengembangan kerajinan lokal dan berharap bahwa inisiatif ini dapat berlanjut untuk memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat desa. Refleksi ini menjadi landasan untuk pengembangan diri saya dimasa mendatang, dan saya yakin bahwa setiap pengalaman ini akan membentuk kepribadian dan karir saya ke depan. Melalui inisiatif pengembangan produk, terutama dalam menciptakan desain *packaging* yang menarik, telah berhasil memberikan identitas yang kuat bagi sandal upanat. Ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk tetapi juga memberikan nilai tambah pada kerajinan lokal. Pemasaran melalui *platform* tokopedia membuktikan bahwa kehadiran *online* dapat membuka pintu bagi pasar yang lebih luas. Penjangkauan pasar yang lebih besar tidak hanya berpotensi meningkatkan penjualan tetapi juga memperkenalkan produk sandal upanat ke berbagai lapisan masyarakat.



9. Daftar Acuan

Menggunakan system referensi APA 7th edition (lihat <https://libguides.umgc.edu/apa-examples>) Acuan yang tertulis di sini hanya yang dikutip/diacu di dalam laporan ini

10. Dokumentasi Kegiatan



Banner lama (kiri) dan banner baru (kanan)



Proses Pembuatan Toko Online Shop (Tokopedia)

Bunga Rampai
Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur



Proses Pembuatan Produksi

PROGRAM PENINGKATAN KEMAMPUAN BAHASA INGGRIS (*SPEAKING DAN VOCABULARY*) DALAM INDUSTRI PARIWISATA KHUSUSNYA UNTUK RESTORAN DAN *HOMESTAY* DI BALKONDES BOROBUDUR

Debbie Immanuel Gabriella
Astuti Kusumawicitra

ABSTRAK

Bahasa Inggris memiliki peran krusial dalam industri pariwisata, khususnya di Balkondes Borobudur yang menjadi sebuah destinasi yang terdapat *homestay* dan restoran terkenal serta posisinya di dekat Candi Borobudur. Meskipun diminati oleh wisatawan lokal dan asing, kendala utama muncul karena keterbatasan karyawan dalam berkomunikasi dalam bahasa Inggris. Untuk merespon masalah ini maka dirancang program pelatihan bahasa Inggris khusus untuk sektor *Homestay* dan *Restaurant* di Balkondes Borobudur. Program ini melibatkan pelatihan bahasa Inggris khusus untuk restoran dan *homestay*, membuat sebuah *booklet*, dan kegiatan menarik seperti *listening games*, membaca dialog, dan *roleplay*. Tujuan utama adalah meningkatkan kemampuan berkomunikasi bahasa Inggris karyawan, terutama dalam pelayanan tamu dan situasi yang biasa muncul dikonteks restoran. Evaluasi pelatihan menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memahami materi dengan baik, merasa terbantu dengan *booklet*, dan menganggap metode pengajaran interaktif. Kegiatan ini membawa manfaat positif bagi peserta, memperkuat keterampilan komunikasi, kreativitas, dan pemahaman bahasa Inggris.

1. Latar Belakang

Bahasa Inggris merupakan bahasa internasional dan berperan penting di setiap industri terutama di industri pariwisata. Prabhu dan Wani, 2016 menyatakan bahwa keterampilan berbahasa Inggris penting dimiliki untuk membangun karir di industri pariwisata. Balkondes Borobudur merupakan tempat wisata berupa *homestay* dan restoran. Lokasi nya yang dekat dengan Borobudur membuat Balkondes Borobudur diminati wisatawan baik wisatawan asing maupun lokal. Namun, keterbatasan karyawan berkomunikasi dalam bahasa Inggris menjadi penghambat dalam menyambut dan berbicara dengan wisatawan asing. Para karyawan cenderung lebih sering menggunakan bahasa Jawa dan bahasa Indonesia untuk berkomunikasi satu sama lain. Minimnya pengetahuan tentang bahasa Inggris seperti kosakata dan tidak adanya teman untuk diajak berbicara bahasa Inggris juga menjadi akar masalah hambatan ini. Menurut Al-saadi (2015), keterampilan berbahasa Inggris pada industri pariwisata akan berimbas pada hal-hal berikut:

1. Meningkatkan kepuasan pelanggan. Wisatawan internasional akan merasa puas apabila pelaku pariwisata bisa berkomunikasi dengan efektif.
2. Memotivasi wisatawan internasional. Mampu berbahasa Inggris akan menarik minat wisatawan internasional karena kemampuan berkomunikasi pelaku pariwisata..
3. Membantu memahami kebutuhan wisatawan dengan lebih baik. Dengan mampu nya berbahasa Inggris, para pelaku pariwisata akan lebih baik dalam membantu memenuhi kebutuhan wisatawan internasional.
4. Membantu untuk lebih memahami budaya lain.
5. Membantu meningkatkan efektifitas komunikasi baik komunikasi internal maupun komunikasi eksternal.

Melihat hambatan tersebut, maka dari itu dibuatlah program pelatihan bahasa Inggris untuk karyawan restoran dan *homestay*. Pelatihan ini berisi tentang apa-apa saja yang karyawan ucapkan saat tamu datang, menerima pesanan tamu, menerima reservasi dan lain sebagainya dengan bahasa Inggris. Selain memberikan pelatihan, mahasiswa juga memberikan dua *booklet* yang berisi tentang materi yang sudah diberikan dan materi tambahan seperti tabel angka dalam bahasa Inggris.



2. Tujuan Kegiatan

Tujuan adanya pelatihan dan *booklet* ini untuk meningkatkan kemampuan berbicara dengan bahasa Inggris karyawan Balkondes Borobudur, terutama dalam memberikan informasi mengenai reservasi, menyambut tamu, dan melayani tamu asing baik di *homestay* ataupun restoran. Program ini juga bertujuan untuk menambah kosakata bahasa Inggris para karyawan di restoran dan *homestay*. Selain itu, *booklet* akan menjadi panduan mereka dalam berkomunikasi.

3. Metode, Kelompok Target

Sebelum pelatihan, dilaksanakan observasi, wawancara dan penyebaran kuisioner. Ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan gambaran sejauh apa para karyawan mengetahui bahasa Inggris. Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menggunakan indra sehingga tidak hanya dengan pengamatan menggunakan mata (Sangadji dan Sopiah, 2010:192). Menurut Julmi (2020), observasi dibagi menjadi dua, yaitu observasi non-partisipan dan observasi partisipan. Observasi non-partisipan yaitu peneliti yang mengamati partisipan tanpa berinteraksi dengan partisipan. Sedangkan observasi partisipan, yaitu peneliti berinteraksi dengan partisipan dan menjadi bagian dari kelompok yang diteliti. Observasi yang dilakukan agar bisa memberikan pelatihan yang tepat adalah menggunakan observasi partisipan. Dalam hal ini, maka yang diamati adalah seperti apa sistem reservasi, memesan makanan serta kegiatan apa saja di Balkondes Borobudur. Pertanyaan yang diajukan dalam wawancara ini adalah:

1. Nama bapak siapa?
2. Umur bapak berapa?
3. Kesibukan sekarang apa?
4. Apa pendidikan terakhir?
5. Apakah sebelumnya pernah belajar bahasa inggris? Jika pernah kapan dan dimana?
6. Menurut bapak, pada level apa kemampuan bahasa inggris bapak? Dasar, menengah, atau fasih?



7. Menurut bapak apakah belajar bahasa inggris sulit? Jika sulit, dimanakah letak kesulitannya?
8. Seberapa sering bapak berkomunikasi dengan wisatawan asing?
9. Saat situasi apa bapak bertemu dengan wisatawan asing?
10. Seberapa sering bapak berkomunikasi menggunakan bahasa inggris selain kepada wisatawan asing?
11. Apa kendala bapak dalam berbicara bahasa inggris?
12. Apakah bapak bersedia jika diberi pembelajaran bahasa inggris? Jika ya kenapa dan jika tidak kenapa?
13. Saat belajar bahasa inggris bapak lebih suka berkelompok atau individu?
14. Metode pembelajaran bahasa inggris yang bagaimana bapak mau?
15. Aktivitas seperti apa yang bapak inginkan saat belajar listening dan speaking?

Selain kedua hal tersebut, penyebaran kuesioner juga dilakukan. Kuisisioner dibutuhkan karena ada beberapa peserta yang berhalangan untuk diwawancara. Jenis pertanyaannya sama dengan pertanyaan wawancara. Dari sini ditemukan bahwa karyawan masih minim dalam pengetahuan berkomunikasi dalam bahasa inggris, khususnya dalam pengetahuan kosakata, pengucapan serta sudah pasti *listening*. Diharapkan materi pelatihan dapat mengatasi kebutuhan para karyawan, contohnya seperti memberikan *list of vocabulary* yang ada di restoran dan *homestay* beserta dengan terjemahan bahasa Indonesia. Materi diberikan sebelum pelatihan dimulai agar mereka dapat membaca dan mempersiapkan terlebih dahulu. *Vocabulary* diberikan bersamaan dengan materi. Saat pelatihan dilaksanakan pelatih akan bertanya mengenai kosakata yang diberikan, misalnya “Apa bahasa Inggris dari prasmanan?” atau biasanya pelatih meminta masing-masing peserta mendeskripsikan satu kosakata dengan menggunakan kalimat mereka sendiri.

Tak hanya itu, peserta juga diberikan kegiatan menarik seperti *listening game* dan membaca *dialogue*. *Dialogue* yang diberikan mengenai bagaimana cara menerima pesanan di restoran, menerima reservasi, menjelaskan menu makanan, dan mendeskripsikan kamar *homestay*. Peserta juga diberikan kesempatan untuk melakukan *roleplay*. Menurut Piaget (C. Asri Budiningsih, 2003: 38), metode *role playing* akan memberikan pengalaman kepada siswa



dengan terlibat langsung memainkan peran tertentu seperti yang terdapat dalam kehidupan sehari-hari. Maka akan sangat mudah bagi peserta belajar bahasa Inggris dengan *roleplay*. Terkadang pelatih yang menjadi wisatawan atau mereka yang menjadi wisatawan.

Listening games saat pelatihan ditayangkan video dari YouTube mengenai materi yang sedang di pelajari, seperti menerima pesanan. Setelah video selesai diputar, pertanyaan akan diajukan kepada mereka tentang kosakata apa saja yang digunakan di dalam video yang baru saja dilihat. Setelah itu permainan kedua memberikan deskripsi kosakata yang sudah dipelajari dan meminta mereka menebak apa yang telah dideskripsikan. Menurut Hansen (1994), permainan sangat memotivasi dan menghibur dan akan memberikan kesempatan kepada siswa pemalu untuk mengekspresikan pendapat dan ide mereka. Untuk itu pelatih menggunakan *games* agar peserta juga tidak merasa jenuh saat pelatihan berlangsung. *Roleplay* dan mendeskripsikan sesuatu sering dilakukan saat pertemuan untuk memperlancar kemampuan berbicara karyawan.

4. Sumber Dana

Sumber dana yang diterima sebesar Rp489.441. Dana ini berasal dari LPPM. Pemberian pelatihan sama sekali tidak membutuhkan dana, karena pencetakan materi dilakukan di Balkondes Borobudur. Pembuatan dua *booklet* mengeluarkan biaya sebesar Rp43.000. Pengajuan *souvenir* juga dilakukan berupa *tumbler* untuk dijadikan hadiah kepada peserta dengan total biaya Rp 251.125. Selain itu, di dalam proposal diajukan dana untuk membeli ATK (pulpen) seharga Rp20.000 tapi tidak terbeli.

5. Waktu dan Tempat Penyelenggaraan

Waktu penyelenggaraan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 16-30 Oktober 2023. Pelatihan berlangsung selama 1-2 jam dengan pertemuan sebanyak 9 kali. Namun, hanya terlaksana sebanyak 6 pertemuan dari 9 karena adanya halangan yang tidak bisa dielakan. Semua pelatihan dilaksanakan secara luring atau *offline* di Balkondes Borobudur.



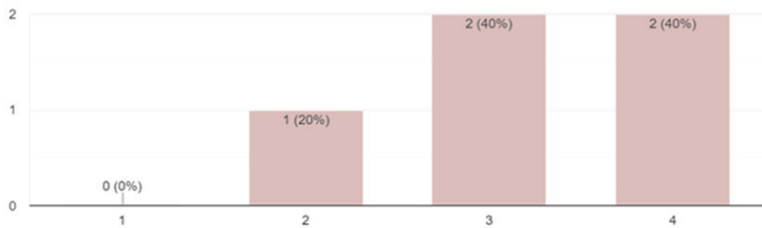
6. Hasil Kegiatan dan Diskusi

Evaluasi dilakukan melalui *google form* dimana form ini dibagikan kepada para peserta pelatihan untuk diisi. Hasilnya sebagai berikut:

1. Apakah anda memahami materi yang diajarkan dari awal pertemuan hingga akhir pertemuan?

 Copy

5 responses



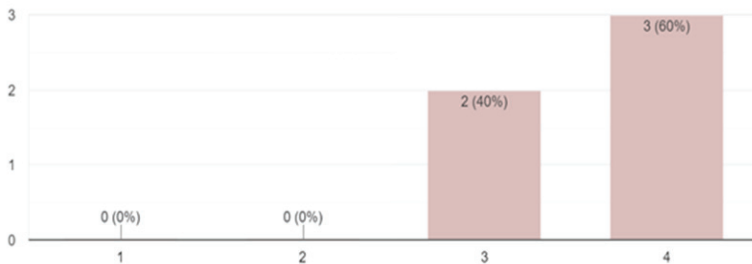
Keterangan: 1 (Sangat tidak setuju) 2 (Tidak setuju) 3 (Setuju) 4 (Sangat Setuju)

Dari total 5 peserta yang ikut pelatihan terdapat 4 orang yang memahami materinya, sementara 1 orang kurang paham dikarenakan jarang hadir.

2. Apakah pembelajaran materi English for Hospitality and Restaurant sudah jelas?

 Copy

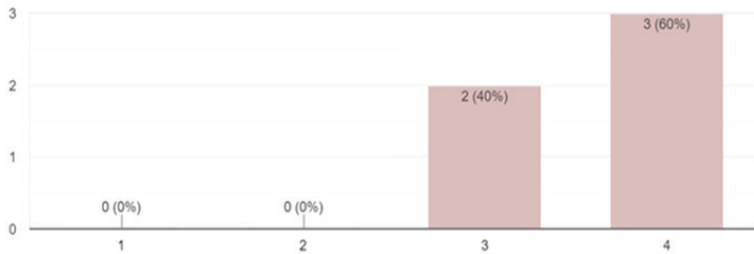
5 responses



Dari gambar di atas menunjukkan bahwa para peserta merasa materi yang di sampaikan sudah jelas dan sangat jelas.

3. Apakah menurut anda dengan adanya buku panduan (booklet) yang sudah diberikan akan berguna bagi para karyawan? [Copy](#)

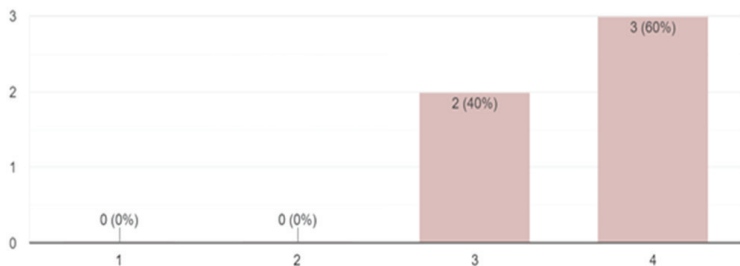
5 responses



Berdasarkan gambar di atas, para peserta merasa terbantu dengan adanya *booklet* dan akan berguna bagi mereka.

4. Apakah menurut anda metode pembelajaran sudah interaktif atau tidak? [Copy](#)

5 responses



Menurut gambar di atas, metode pengajaran yang dilakukan sudah interaktif.

Hasil observasi dari awal pertemuan sampai akhir, para peserta termasuk *fast learner* dan terlihat ada kemajuan seperti yang pada awalnya kata-kata yang mereka susun acak-acakan menjadi lebih “teratur” dan mereka bisa menjelaskan terkait informasi reservasi, menu yang ada di restoran, fasilitas apa saja yang ada di *homestay*, dan yang lainnya. Saat pelatihan mereka sangat antusias, terutama saat ada *games* mereka berlomba-lomba untuk menjawab. Para peserta juga sering mengajukan pertanyaan berhubungan dengan materi.



5.



Booklet yang menjadi panduan para peserta.

7. Refleksi Diri terhadap Kegiatan

Melalui kegiatan pelatihan yang telah dilaksanakan, mahasiswa merasa adanya pengembangan dalam hal kreativitas khususnya dalam mengembangkan kegiatan belajar mengajar. Mahasiswa juga ditempatkan dalam sebuah situasi dimana mahasiswa mendapatkan pengalaman baru. Khususnya dalam berkomunikasi dan berdiskusi dengan peserta yang lebih dewasa, contohnya seperti bagaimana menanggapi pertanyaan-pertanyaan dari para peserta yang berusia lebih dan cara membawa diri. Dari sini dapat dilihat bahwa kegiatan ini membuat *soft skill* dan *hard skill* mahasiswa meningkat.

8. Simpulan dan Saran/Rekomendasi

Pelatihan ini berjalan dengan *lancar*. Peserta bisa mengikuti dengan baik materi yang disampaikan dan merasa bahwa materi cukup interaktif sehingga bisa mempraktikkan secara langsung dengan peserta lainnya. *Booklet* mengenai materi juga sangat membantu bagi peserta. Dengan *booklet* ini peserta bisa menggunakan sebagai pegangan untuk menyegarkan kembali ingatan mengenai materi yang pernah disampaikan. Namun, akan lebih baik apabila pelatihan diberikan jangka waktu yang lebih panjang/lama agar hasil bisa lebih optimal dikarenakan materi yang diajarkan cukup banyak dan berat.



9. Daftar Acuan

- Easy English. (2019, January 28). *At the Restaurant Conversation* [Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=bgfdqVmVjfk>
- Talalla, R. (2008). *English for Restaurant Workers* (2nd ed.). Compass Publishing.
- Buleleng Seamen Aliansi College. (n.d.). *English for Food and Beverage*.
- Wigati, E., & Khabib, E. (2018). *English for Tourism and Hospitality Industry* (1st ed.). CV. Pena Persada Redaksi.
- Iswahyuni, D., & Sari, A. (2020). *English for Hotel Management* (1st ed.). Graha Ilmu.
- Damayanti, L. (2019). Peranan keterampilan berbahasa inggris dalam industri pariwisata. *Journey*, 2, 76.
- Damayanti, L. (2019b). Peranan keterampilan berbahasa inggris dalam industri pariwisata. *Journey*, 2, 76–77.
- Khaatimah, H., & Wibawa, R. (2017). Efektivitas model pembelajaran kooperatif integrated reading and composition terhadap hasil belajar. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 2, 80.
- Yulistiawaty, N. (2021). Kegiatan pramuka di SDN 1 hadiluwih berbasis patriotisme untuk menumbuhkan rasa nasionalisme. *Repository STKIP PGRI Pactitan*, 31.
- Putra, A. (n.d.). Metode roleplaying untuk meningkatkan keterampilan berbicara siswa kelas V SDN Wonosari 4. *Jurnal Pendidikan Guru Sekolah Dasar Edisi 9 Tahun Ke-5*, 876.
- Trisnadewi, K., & Lestari, E. (2018). Pengaruh language games terhadap kemampuan berbicara bahasa inggris. *Kulturistik Jurnal Bahasa Dan Budaya*, 2, 68.



10. Dokumentasi Kegiatan



Saat bermain *game* deskripsi kosakata.



Peserta sedang melihat video untuk *listening game*.



Membaca *dialogue* untuk melatih *pronunciation*.

PENGAJARAN DAN PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN *MARKETING* YANG BAIK DAN MENARIK BAGI UMKM KAMPUNG GULA

Chrestella Agatha
Purnomolugi Ursila Nilamsari

ABSTRAK

Kampung Gula merupakan salah satu UMKM yang terdapat Dusun Jligudan, Borobudur, Kec. Borobudur, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Berdasarkan hasil wawancara dengan *keyperson*, mendapatkan permasalahan berupa memperbaharui desain, *marketing* dan bagaimana cara supaya pengunjung dapat menerima edukasi dari Kampung Gula secara lengkap. Tujuan disusun program untuk menyelesaikan permasalahan berupa pembaharuan desain membuat buklet berisi informasi beserta foto proses pembuatan gula jawa. serta materi pelatihan untuk mendukung *marketing* Kampung Gula. Hasil evaluasi menggambarkan bahwa setelah mempraktekkan materi yang diajarkan, maka konten-konten di kampung gula menjadi lebih berkembang dan lebih efektif untuk menunjang kemajuan Kampung Gula di bidang *digital marketing*. Sampai saat ini telah beberapa perubahan seperti isi konten yang membuat *audience* dapat lebih mengenal Kampung Gula.

1. Latar Belakang

Kewirausahaan adalah kondisi dimana seseorang berani mengambil resiko untuk melaksanakan usaha sendiri dengan menggunakan strategi yang inovatif yang mampu menjadikan usaha yang dikekola dapat lebih berkembang dan mampu menghadapi tantangan dalam persaingan (Jong & Wennekers, 2019).

Kampung Gula yang tergolong usaha mikro dan termasuk bentuk wirausaha sosial, terletak di Desa Borobudur berbatasan dengan Desa Wanurejo atau dusun paling timur Desa Borobudur dan terletak di dekat sungai Progo. Dinobatkan sebagai Kampung Gula karena dalam sejarah setempat, masyarakatnya mayoritas sebagai penderes atau pengambil air nira (badeg) juga dikenal menyadap pohon kelapa yang sekarang masih dilakukan oleh 4 orang penderes. Beberapa potensi dari Kampung Gula yang bisa diangkat dan dipublikasikan ke masyarakat luas, meliputi:

- Kuliner tradisional dikenal dengan nama Telo Badeg yang terbuat dari salah satu olahan badeg yang dapat diberikan kepada para pengunjung.
- Minuman air nira atau badeg dapat menjadi pelengkap daya tarik bagi pengunjung. Tersedia dalam varian es badeg, kopi badeg, jahe badeg, dan wedang rempah badeg.
- Edukasi proses pembuatan gula jawa sebagai pengetahuan bagi pengunjung.
- Edukasi membuat kerajinan dari daun kelapa seperti membuat trompet, kitiran, belalang, kupat dan lain-lain

Kampung Gula memiliki struktur organisasi seperti yang tertulis pada bagian dokumentasi laporan ini. Namun, meskipun Kampung Gula sudah memiliki struktur organisasi, tetapi orang-orang yang membantu di Kampung Gula belum memikirkan penghasilan untuk dirinya sendiri karena peghasilannya diunak untuk pembangunan lokasi, penambahan fasilitas, dan untuk membantu kegiatan di dusun yang dimana dapat meringankan beban warga masyarakat. Sehingga yang menjadi nilai lebih bagi mereka ialah nilai kebersamaan dan gotong royong yang harus ditumbuhkan pada tiap generasi.

Maka dari itu, Kampung Gula dapat dikategorikan ke Wirausaha Sosial yang artinya adalah seseorang yang sadar bahwa terdapat kebutuhan yang belum terpenuhi yang mana tidak dapat diketahui dan dipenuhi oleh sistem kesejahteraan negara, sehingga kewirausahaan dibangun menggunakan kerjasama dari beberapa orang untuk mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan supaya dapat terjadinya perubahan (Thompson et al., 2000).

Untuk dapat berjalannya program KKN Tematik, diperlukan beberapa permasalahan yang dapat dibantu oleh para mahasiswa KKN. Saat ini, untuk



Kampung Gula itu masih memiliki beberapa masalah yang dapat dibantu. Masalah tersebut meliputi 3 (tiga) *design* baru untuk Kampung Gula, yaitu *design packaging*, *banner*, dan buklet. Kemudian masalah kedua ialah pada bagian *marketing*, yang masih bingung bagaimana membuat konten yang baik dan menarik untuk *audience*. Terakhir, keluhan dari Pak Jazin ialah bahwa pengunjung Kampung Gula sering tidak mengikuti kegiatan pembuatan gula jawa dari awal hingga akhir, sehingga mereka merasa tidak sepenuhnya mengedukasi pengunjung dan pengunjung tidak sepenuhnya menerima informasi mengenai proses pembuatan gula jawa.

2. Tujuan Kegiatan

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk membantu mengembangkan UMKM Kampung Gula Jawa dengan beberapa cara yang dapat dilakukan seperti memberikan pengajaran bagaimana cara pembuatan konten yang baik dan menarik supaya menarik intensi orang-orang yang melihatnya. Kemudian juga kegiatan ini bertujuan untuk membantu memperbaharui desain banner gula jawa, memperlengkap desain pada packaging Gula Jawa untuk memberi informasi lebih lengkap terkait gula jawa itu sendiri. Terakhir, kegiatan ini ingin membantu pengunjung untuk mendapatkan edukasi lengkap tentang proses pembuatan gula jawa dengan membuat buklet berisi proses lengkap pembuatan gula jawa.

3. Metode, Kelompok Target

Metode pelaksanaan yang digunakan, sbb:

- 1) Untuk memberikan pengenalan akan pentingnya pembuatan konten yang baik dan menarik bagi orang yang melihat, akan dilakukan pemberian materi dan praktik langsung untuk membuat konten di Instagram. Pemberian materi akan dilakukan selama 2x dan 1 jam pembelajaran. Kemudian di hari ke 3 akan diberikan kesempatan kepada Mas Ridwan (selaku orang yang mengatur sosial media Kampung Gula) untuk mempraktikkannya di akun sosial media (instagram) Kampung Gula.
- 2) Memberikan edukasi seputar proses pembuatan gula jawa kepada pengunjung. Namun yang menjadi permasalahan adalah ketika para



pengunjung (biasanya datang dengan *tour guide*) tidak mengikuti proses dari awal-akhir, sehingga diperkirakan tidak menerima informasi dengan lengkap seperti seharusnya. Maka perlu dibuat buklet yang berisi gambar, langkah-langkah dan penjelasan pada proses pembuatan gula jawa dari awal hingga akhir supaya pengunjung yang tidak mengikuti kegiatan proses pembuatan gula jawa dari awal hingga akhir tetap dapat mengetahui prosesnya dan teredukasi.

4. Sumber Dana

Dana yang diperlukan untuk kegiatan di Kampung Gula meliputi:

- 1) Pembuatan brosur sebanyak 1 rim (225.000).
- 2) Pembuatan buklet sebanyak 2 buah (50.000 → 25 x 2).
- 3) Pembuatan *banner* sebanyak 2 buah (35.000 + 20.000). Harga berbeda karena 1 buah *X banner* dan 1 buah *banner* biasa).

No	Uraian	Harga satuan	Jumlah	Harga total
1	<i>Re-Design Banner (X banner)</i>	Rp35.000	1	Rp35.000
2	<i>Banner</i>	Rp20.000	1	Rp20.000
	Buklet	Rp25.000	2	Rp50.000
3	Brosur	Rp225.000	1 rim	Rp225.000
Total Anggaran				Rp330.000

5. Waktu dan Tempat Penyelenggaraan

Kegiatan pemberian materi “Cara Pembuatan Konten yang Baik dan Menarik” yang saya berikan kepada Mas Ridwan (pemegang akun sosial media Kampung Gula) Telah dilaksanakan pada 31 Oktober 2023 pukul 11.00–12.30 WIB. Kegiatan tersebut dilaksanakan di Kampung Gula. Hanya dilakukan satu kali pertemuan dengan durasi 1½ jam. Namun, kami cukup sering berkomunikasi untuk berdiskusi dan bertukar pendapat mengenai pembuatan konten untuk kampung gula.



6. Hasil Kegiatan dan Diskusi

Hasil yang dapat diberikan dari 6 minggu mendampingi UMKM Kampung Gula adalah:

1. Mengetahui langkah-langkah pembuatan Gula Jawa dari nira, meliputi:
 - Langkah pertama, proses pengambilan air nira oleh pak Asro dan Pak Mudi yang dilakukan setiap pagi dan sore. Air nira itu sendiri diperoleh dari pelepah bunga pohon kelapa. Proses pertama ini disebut dengan “nderes”
 - Kemudian air nira dituang ke dalam bumbung (tabung bambu) yang berisi kapur sirih dan serpihan kayu nangka. Kapur sirih membantu fermentasi air nira agar menjadi lebih awet. Sementara itu, serpihan kayu nangka berfungsi untuk menetralkan dari kandungan zat kimianya
 - Langkah ketiga, air nira disaring supaya bersih dan jernih.
 - Langkah keempat, air nira *digodok* (direbus) di dalam wajan dengan menggunakan kayu, bambu dan daun kelapa kering yang dibakar. Proses ini disebut dengan “nitis”.
 - Langkah kelima, menunggu air nira direbus sampai mengental.
 - Langkah keenam, nira yang sudah mengental tadi kemudian dicetak menggunakan bathok kelapa yang sudah disiapkan.
 - Apabila sudah mengeras, dikeluarkan dari cetakan bathok kelapa tadi. Maka tersajilah gula jawa.
2. Mengikuti beberapa *event*, seperti: (1) Pameran di Hotel Eastparc Yogyakarta pada 4 Oktober 2023, (2) Membuka dan menjaga *booth* Kampung Gula di kawasan Candi Borobudur pada 23 Oktober 2023, dan (3) Membuka dan menjaga *booth* Kampung Gula di Bhumi Atsanti pada 26 Oktober 2023.



Bunga Rampai
Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur



1) Pameran Hotel Eastparc Yogyakarta



2) Menjaga *Booth* di Kawasan Candi Borobudur



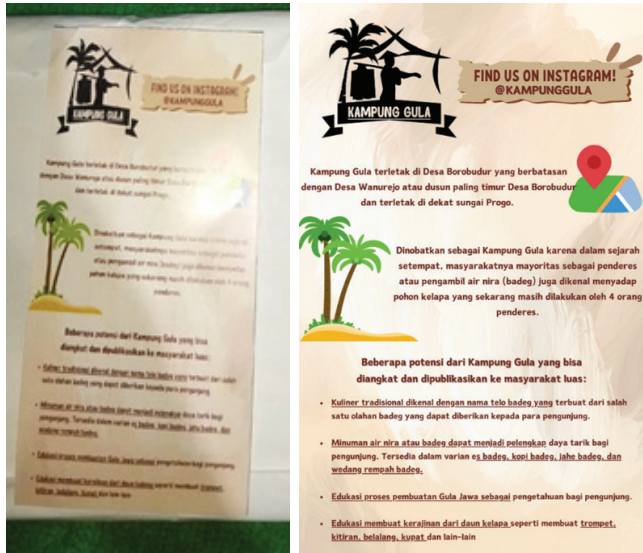
3) Menjaga *Booth* di Bhumi Atsanti



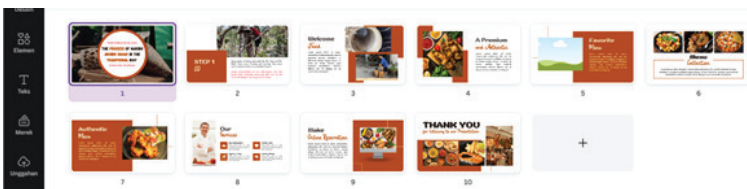
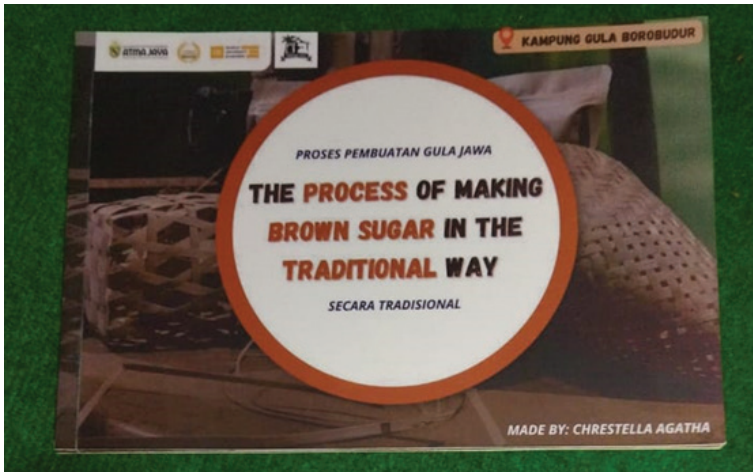
4) Banner

Bunga Rampai

Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur



5) Brosur



6) Buklet



7) *Packaging*

Note: Untuk desain packaging sudah tersedia namun sebelum dicetak harus disetujui dinas terlebih dahulu.



8) Pengajaran dan pelatihan pembuatan konten kepada Mas Ridwan pada 31 November 2023 pukul 11.00 – 12.30.

7. Refleksi Diri terhadap Kegiatan

Evaluasi untuk saya selaku mahasiswa yang mendampingi UMKM Kampung Gula ialah saya harus lebih mendalam mempertanyakan dan mencari tahu permasalahan di Kampung Gula. Karena mungkin seharusnya saya dapat memberikan apa yang mungkin tidak mereka minta tetapi itu sebuah keperluan. Contohnya pembelajaran Bahasa Inggris. Saya tidak memberikan pengajaran dikarenakan menurut Pak Jazin, itu bukan urgensi utamanya. Namun saya menemukan jalan keluar yaitu dengan membuat buklet berisi proses pembuatan gula jawa dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris sehingga pengunjung lokal maupun mancanegara diharapkan dapat memahaminya. Selain itu, saya cukup senang karena Mas Ridwan dan Mas Agus mengapresiasi desain-desain yang saya buat dan digunakan langsung saat terdapat acara yang melibatkan Kampung Gula.

Untuk menarik perhatian, diperlukan pembaharuan desain pada *banner* (untuk kegiatan diluar) dan desain *packaging* untuk Kampung Gula supaya desain lebih modern dan menarik. Menurut saya, pentingnya desain pada sebuah akun bisnis ialah membuat pembeli akan lebih yakin dan tertarik untuk mengunjungi *akun/booth/store* kita. Selain itu, konsistensi dalam mengunggah konten atau informasi terkait bisnis kita juga akan menambah rasa percaya akan akun bisnis kita.

8. Simpulan dan Saran/Rekomendasi

Kuliah Kerja Nyata ini merupakan sebuah kisah baru untuk hidup saya. Saya senang dan bersyukur bisa mengikuti kegiatan ini dan semua program dapat berjalan sampai selesai. Memang tidak banyak perubahan yang dapat diberikan dikarenakan waktu yang cukup singkat, tetapi saya berharap bahwa setiap perubahan kecil akan membantu UMKM disana. Saran untuk kegiatan ini adalah memperbanyak dan menetapkan kuliner atau karya apa saja yang dapat dijual oleh Kampung Gula kepada masyarakat dengan lebih *proper*, seperti tersedia buku menu, harga paket edukasi dan semacamnya.



9. Daftar Acuan

Bibliography

ALbinsaid, G. (2018). *APA ITU WIRAUSAHA SOSIAL?* kumparan.com

Idris, M. (2021). *Pengertian Kewirausahaan Beserta Ciri-cirinya*. kompas.com.

10. Dokumentasi Kegiatan

1. Pembina : Bp Jayin Rivono
2. Ketua : Agus Sariyanto
3. Wakil : Budi Rahmanto
4. Sekertaris : Muhammad Tegar Triyogo
5. Bendahara : Rohmad Yulianto
6. Humas : Muh Rifan Prasetya
7. Kebersihan : Yoga Ardiyanto
8. Keamanan : Zaenal Arifin
9. Marketing : Ridwan Dwi Maulana
10. Perlengkapan : Agit Kurniawan
11. Dokumentasi : Deni Hasan Saputra, Ristomo



1) Struktur organisasi Kampung Gula



2) Pertama kali mencetak Gula Jawa



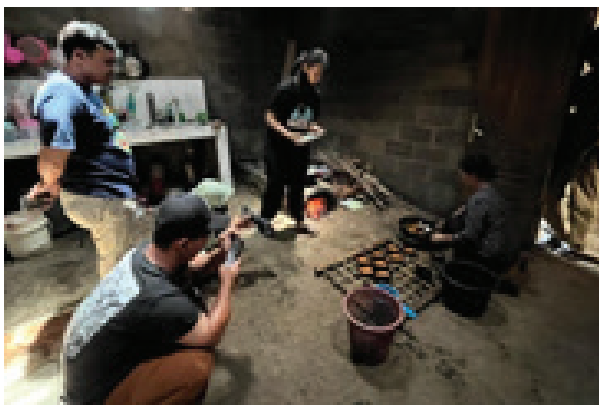
3) Pertama kali mengaduk air nira yang akan menjadi Gula Jawa



4) Melihat proses pengambilan air nira bersama mas Jazin dan pak Asro



5) Mengeluarkan Gula Jawa dari cetaknya



6) Kedatangan tamu dari dinas untuk mengambil foto



7) Mengambil gambar dan video untuk konten di Instagram Kampung Gula

PROGRAM BAHASA INGGRIS UNTUK EDUKASI DAN PELAYANAN TAMU DI RESTORAN DALAM PENINGKATAN SARANA RESTORAN DI UMKM KANDANG PURNAWA JAYA BOROBUDUR

Steven Andreas Pardomian
Feronica

ABSTRAK

UMKM KPJ terletak di Dusun V, Maitan, Borobudur, Magelang, Jawa Tengah 56553. UMKM yang menyajikan berbagai pelayanan dan edukasi terkait kambing etawa. Pada akhir September 2023 ketika tim KKN datang, KPJ telah memiliki izin usaha dan standar pelayanan yang cukup baik. Berdasarkan hasil observasi selama satu minggu setelah kedatangan (24-30 September 2023), ditemukan beberapa permasalahan yang membutuhkan perbaikan dan hal ini mempengaruhi kualitas layanan. Tiga permasalahan utama adalah tidak adanya fasilitas kotak saran, kurangnya kemampuan berbahasa Inggris untuk kepentingan pelayanan tamu, dan kurangnya infografis terkait proses pengolahan di KPJ. Selain itu, diperlakukan perbaikan pada menu restoran KPJ dengan menambahkan menu dalam bahasa Inggris. Program yang dilaksanakan di UMKM KPJ bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kualitas layanan dari UMKM KPJ. Hasil kegiatannya ialah karyawan sudah dapat menyampaikan edukasi secara sederhana dalam bahasa Inggris kepada turis asing (dari luar Indonesia) dan mampu menjelaskan produk yang dimiliki KPJ; tersedianya modul berkomunikasi dalam bahasa Inggris untuk karyawan; tersedianya kotak saran dari kayu dan *QR Code*; serta *banner* infografis untuk edukasi dan produk KPJ. Semua program telah

terlaksana dan memberikan dampak peningkatan kualitas layanan di UMKM KPJ.

Kata Kunci: UMKM, Kandang Purnama Jaya, Kambing Etawa, Desa Wisata Borobudur

1. Latar Belakang

Kandang Purnama Jaya (KPJ) adalah sebuah UMKM yang berfokus pada sektor peternakan kambing, khususnya kambing jenis Peranakan Etawa (PE). Kambing jenis PE sendiri merupakan jenis kambing etawa yang telah disilangkan dari kambing jenis etawa yang berasal dari india tepatnya di daerah Jamnapari dan disilangkan oleh kambing lokal dari Jawa. Silangan tersebut bertujuan untuk memperoleh produksi susu dan daging yang berlimpah. Selain susu dan daging yang berlimpah, kambing PE sendiri juga sering dibuat menjadi kambing kontes dan untuk kambing kontes ini sendiri juga mempunyai beberapa kategori yang di perhitungkan contohnya dari bentuk kepala hingga bulu yang diperhitungkan untuk kambing kontes. (Naifu, 2019)



Gambar 1. Kondisi UMKM Kandang Purnama Jaya

UMKM KPJ terletak di Dusun V, Maitan, Borobudur, Magelang, Jawa Tengah 56553. UMKM yang menyajikan berbagai pelayanan dan edukasi terkait kambing etawa. Pada akhir September 2023 ketika saya datang, KPJ telah memiliki izin usaha dan standar pelayanan yang cukup

baik. Berdasarkan hasil observasi selama satu minggu setelah kedatangan (24-30 September 2023), saya menemukan beberapa permasalahan yang membutuhkan perbaikan dan hal ini mempengaruhi kualitas layanan. Tiga permasalahan utama adalah tidak adanya fasilitas kotak saran, kurangnya kemampuan berbahasa Inggris untuk kepentingan pelayanan tamu, dan kurangnya infografis terkait proses pengolahan di KPJ. Selain itu, diperlakukan perbaikan pada menu restoran KPJ dengan menambahkan menu dalam bahasa Inggris.

Fasilitas kotak saran memiliki peran sentral dalam mengembangkan layanan UMKM ini. Tanpa sarana ini, pelanggan dan pihak terkait mungkin kesulitan memberikan masukan, saran, atau keluhan terkait produk dan layanan yang diberikan. Fasilitas ini juga menjadi cara efektif untuk mendengarkan dan merespons kebutuhan pelanggan. Pelanggan sekaligus dapat menjadi cara untuk mengumpulkan *database* dari pelanggan sendiri.

Kemampuan bahasa Inggris dalam melayani tamu dibutuhkan karena beberapa tamu yang datang berasal dari luar Indonesia. Bahasa Inggris sebagai salah satu bahasa internasional umum digunakan dan dibutuhkan untuk memfasilitasi komunikasi ketika memperkenalkan proses produksi susu kambing etawa maupun layanan usaha lainnya yang disediakan oleh KPJ. Selain itu, komunikasi yang baik dapat menjadi modal untuk membuka pintu peluang bisnis yang lebih luas.

KPJ belum memiliki infografis mengenai produk yang mereka miliki. Padahal infografis ini akan memudahkan tamu yang datang untuk mengetahui dengan cepat dan praktis apa saja produk yang dihasilkan KPJ. Infografis melalui *banner* mempunyai tujuan memberikan informasi dengan lebih menarik. Selain itu, infografis menjadi bahan promosi untuk edukasi dan produk yang dimiliki KPJ.

Perbaikan menu dalam bahasa Inggris merupakan kegiatan tambahan untuk melengkapi kebutuhan pelanggan yang datang ke KPJ. Pelanggan biasanya tidak hanya datang melihat proses produksi, tapi turut memesan makanan dan minuman. Pelanggan yang berasal dari luar Indonesia membutuhkan penjelasan tambahan jika ingin memesan menu sehingga



perbaikan menu dengan tambahan penjelasan dalam bahasa inggris akan memudahkan pelanggan dan karyawan KPJ.

2. Tujuan Kegiatan

Sebagaimana yang sudah dijelaskan pada latar belakang, tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kualitas layanan dari UMKM KPJ melalui:

1. penyediaan fasilitas kotak saran agar pelanggan dapat memberikan masukan atau keluhan terkait produk dan layanan yang diberikan dan mengumpulkan *database* pelanggan;
2. penyediaan menu dalam bahasa inggris untuk memudahkan pelanggan dari luar Indonesia untuk memesan makanan atau minuman di restoran KPJ
3. pelatihan bahasa inggris kepada karyawan untuk memfasilitasi komunikasi ketika memperkenalkan proses produksi susu kambing etawa maupun layanan usaha lainnya yang disediakan oleh KPJ, serta membuka pintu peluang bisnis yang lebih luas; dan
4. penyediaan infografis melalui *banner* untuk memberikan informasi dengan lebih menarik dan untuk bahan promosi.

3. Metode, Kelompok Target

UMKM Kandang Purnama Jaya memiliki dua jenis usaha utama yaitu peternakan kambing etawadan restoran. Jumlah kambing yang ada di sekitar restoran sekitar 30 ekor yang dijadikan kambing display (untuk wisata). Pengunjung/turis dapat belajar pemerahan susu dan memberi makan. Selain itu susu yang dihasilkan diolah menjadi susu bubuk, susu cair dalam botol, es krim, dan puding. Usaha yang kedua yaitu restoran berada di lokasi yang sama dengan kambing *display*. Restoran menyediakan beberapa menu makanan dan minuman.

Pada tanggal 25 September hingga 3 Oktober 2023 saya melakukan observasi terhadap kondisi fisik (fasilitas) UMKM KPJ, rutinitas kerja usahanya, kondisi di lingkungan sekitar, dan proses interaksi ketika pelanggan datang. Pada minggu berikutnya saya mulai merumuskan penetapan



masalah, analisis kebutuhan, dan membuat desain/konsep program. Proses ini saya diskusikan bersama pemilik UMKM, Koordinator Lapangan Desa Wisata (Mas Bayu), dan dosen pembimbing. Setelah mendapatkan masukan, melakukan perbaikan terhadap program, dan mendapat persetujuan, saya mulai melaksanakan program. Pemilik UMKM/mitra memberikan masukan khususnya mengenai materi untuk infografis, penjelasan yang dibutuhkan untuk pelanggan, dan hal-hal yang sering ditanyakan oleh pelanggan.

Program dilaksanakan mulai tanggal 15-28 Oktober 2023. Setiap minggu dilakukan evaluasi bersama dosen pendamping dan tim panitia KKN untuk mengetahui progress kegiatan dan mendiskusikan permasalahan yang dialami. Diskusi bersama dosen pendamping dilakukan secara individual, sedangkan bersama tim panitia KKN dilakukan secara bersama-sama dengan semua mahasiswa KKN Tematik. Selain itu, saya juga didampingi oleh pendamping lapangan yaitu Mas Bayu dan Bapak Susilo.

Program yang pertama saya lakukan ialah Pelatihan bahasa inggris untuk karyawan. Program ini sebenarnya sudah mulai saya lakukan pada minggu kedua program KKN Tematik. Pelatihan dilaksanakan lebih awal karena memperhitungkan waktu yang dibutuhkan untuk melatih kemampuan komunikasi lebih lama dibandingkan program lainnya. Pelatihan dilakukan dua kali dalam seminggu pada hari yang disepakati dengan karyawan. Pelatihan dilakukan ketika jam istirahat atau sesudah bekerja. Pelatihan biasanya diikuti oleh empat karyawan dan dua pemilik UMKM selama dua jam. Ketika menyusun materi pelatihan ada kesulitan untuk menentukan materi yang dibutuhkan karena ini ditujukan untuk orang dewasa yang bekerja pada sektor tertentu. Namun, hal yang mendukung ialah mereka sudah bekerja sehingga mengetahui hal-hal apa saja yang dibutuhkan untuk dipelajari. Sebelum pelatihan ini diadakan, para karyawan memang belum pernah mendapatkan pelatihan praktik berbicara dalam bahasa inggris secara langsung.

Program kedua yang saya kerjakan ialah pengadaan kotak saran dan pembuatan menu dalam bahasa inggris. Media yang digunakan untuk kritik saran ialah kotak dari kayu dan *QR barcode* dari bahan akrilik. Keduanya diletakkan di dekat kasir. Pencetakan dimulai tanggal 10 Oktober 2023.



Desain dan materi didiskusikan bersama pemilik UMKM KPJ. Menu dalam bahasa Inggris dicetak dan diberikan plastik *laminating*.

Program ketiga yang saya kerjakan ialah pembuatan *banner* infografis tentang produk dan edukasi peternakan di UMKM KPJ. Desain didiskusikan dengan pemilik UMKM KPJ. Program ini belum selesai dilaksanakan proses pencetakannya karena berdasarkan informasi terakhir tanggal 9 November dari pemilik percetakan masih menunggu antrian cetak. Percetakannya diurus dan disponsori oleh Desa Wisata Borobudur.

4. Sumber Dana

Sumber dana berasal dari Unika Atma Jaya dan sponsor dari Desa Wisata Borobudur. Dana dari Unika Atma Jaya digunakan pada program pelatihan bahasa Inggris, pengadaan kotak saran, dan pembuatan menu. Dana dari Desa Wisata Borobudur digunakan untuk pembuatan *banner* infografis.

Tabel Program Kerja

No	Program	Uraian Singkat Kegiatan	Target Hasil	Anggaran Biaya	Waktu	Keterangan
1	Pelatihan bahasa Inggris untuk karyawan	Kegiatan ini dilakukan untuk dapat menunjang kemampuan para karyawan untuk dapat berkomunikasi dengan baik dengan <i>customer</i> luar negeri. Para karyawan akan diberikan materi bahasa Inggris dengan tujuan untuk memberi edukasi dan dapat menerima <i>customer</i> restoran UMKM ini.	Karyawan dapat memberikan edukasi dan menyambut tamu dengan Bahasa Inggris dengan baik	Rp220.000	15-28 Oktober 2023	Biaya cetak modul pembelajaran

No	Program	Uraian Singkat Kegiatan	Target Hasil	Anggaran Biaya	Waktu	Keterangan
2	Pengadaan kotak kritik saran dan menu bahasa inggris	Kegiatan ini dilakukan untuk menunjang fasilitas UMKM, dan juga kotak kritik saran ini juga bertujuan untuk pihak restoran mengetahui masukan, saran atau komentar terkait pengalaman mereka di dalam restoran ini. Dalam pembuatan menu dalam bahasa inggris ialah hal penting yang perlu dilakukan dalam UMKM ini dikarenakan dengan adanya menu dalam bahasa inggris, ini akan memungkinkan <i>customer</i> luar negeri dapat mengerti dan memesan menu yang tersedia dalam restoran ini.	Targetnya yaitu pihak UMKM dapat mengetahui kritik dari pelanggan mereka dan dengan kritik tersebut akan menjadi acuan untuk UMKM tersebut dapat memperbaiki kekurangan tersebut. Target untuk menu bahasa inggris ialah diharapkan turis dari luar negeri dapat terbantu untuk dalam hal komunikasi dan juga memesan menu yang ada di restoran KPJ.	Rp337.000	5-10 Oktober 2023	Biaya pembuatan kotak kayu, QR Code Akrilik, dan laminating menu
3	Pembuatan <i>banner</i> infografis	Infografis melalui <i>banner</i> mempunyai tujuan memberikan informasi dengan lebih menarik. Selain itu, infografis menjadi bahan promosi untuk edukasi dan produk yang dimiliki KPJ.	Targetnya ialah memudahkan wisatawan memahami peternakan kambing etawa, proses produksi, dan produk yang dimiliki KPJ.	Sponsor	10 Okt sampai sekarang	Desain sudah dikirimkan ke percetakan tapi proses cetak belum selesai. Berdasarkan informasi terakhir, masih menunggu antrian cetak.



5. Waktu dan Tempat Penyelenggaraan

Program KKN Tematik dilaksanakan di UMKM Kandang Purnama Jaya yaitu Dusun V, Maitan, Borobudur, Magelang, Jawa Tengah 56553. Program dilaksanakan dalam beberapa tahapan yaitu:

Tahapan	Keterangan	Waktu
Pembekalan	Pembekalan dilakukan di Kampus Semarang Unika Atma Jaya pada tanggal 22 Agustus–23 September 2023	23 hari x 5 jam = 115 jam
Persiapan	Observasi di UMKM KPJ dan Desa Wisata Borobudur tanggal 25 September–3 Oktober 2023	7 hari x 4 jam = 28 jam
Pelaksanaan Program	Penyusunan materi pelatihan dilaksanakan tanggal 4–6 Oktober 2023	3 hari x 4 jam = 12 jam
	Pelatihan bahasa inggris dilaksanakan tanggal 9, 12, 17, dan 19 Oktober 2023 Program pelatihan dilaksanakan 4 pertemuan, selama 2 jam per pertemuan	4 pertemuan x 2 jam = 8 jam
	Penyusunan desain kotak saran dan menu pada tanggal 4-6 Oktober 2023	3 hari x 2 jam = 6 jam
	Pengadaan kotak saran dan pembuatan menu dalam bahasa inggris dimulai tanggal 4-6 Oktober 2023	3 hari x 2 jam = 6 jam
	Pembuatan desain <i>banner</i> infografis dilaksanakan tanggal 20–27 Oktober 2023	8 hari x 2 jam = 16 jam
	Evaluasi mingguan dilakukan bersama dosen pembimbing dan panitia KKN setiap minggunya secara online (melalui <i>zoom meeting</i>)	8 pertemuan x 2 jam = 16 jam



Pelaporan	Penyusunan laporan dilakukan setelah mahasiswa kembali ke Jakarta pada tanggal 15-22 Oktober 2023	7 hari x 2 jam = 14 jam
Jumlah total waktu yang digunakan		221 jam

6. Hasil Kegiatan dan Diskusi

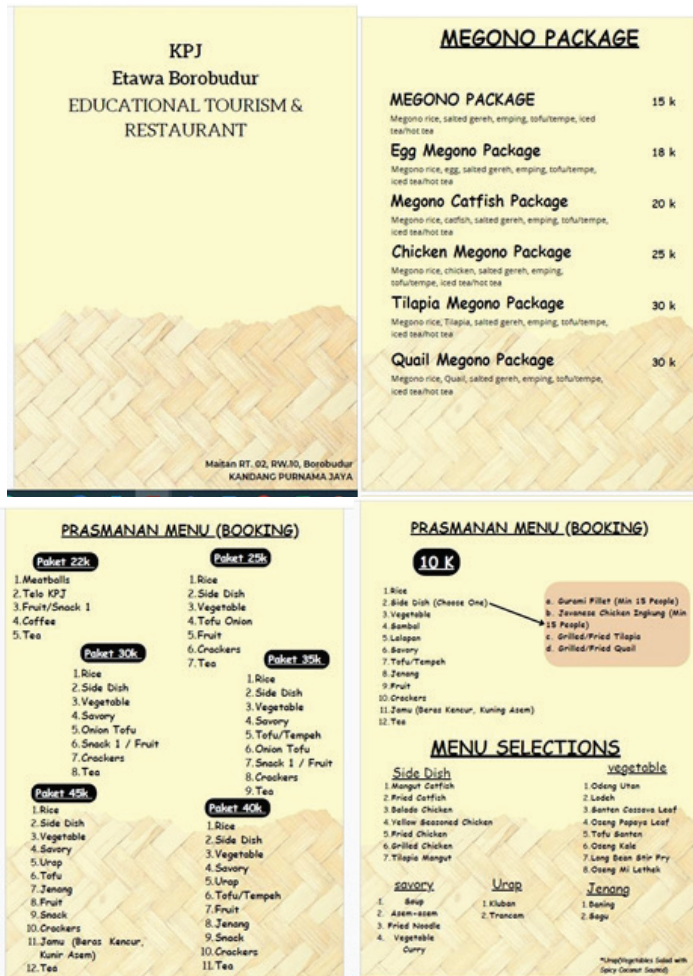
Selama kegiatan KKN ini, saya berhasil melaksanakan semua program yang direncanakan yaitu pelatihan bahasa inggris untuk edukasi dan pelayanan, pembuatan menu dalam bahasa inggris, pembuatan kotak saran, dan pembuatan *banner* infografis.

Pertama, kegiatan pembelajaran bahasa inggris dan pembuatan menu dalam bahasa inggris diarahkan pada pengembangan kemampuan bahasa inggris kepada karyawan yang mengedukasi dan melayani tamu. Pendekatan interaktif membuat karyawan dapat menerima dan memahami materi dengan baik dalam segi edukasi pengunjung dan ketika melayani tamu.



Gambar 2. Aktifitas berlatih bahasa inggris dengan karyawan

Kedua, menu bahasa inggris. Saya sudah membuat dengan bahasa inggris yang mudah dipahami oleh turis luar dan kalimat yang diberikan juga mudah diucapkan oleh karyawan yang melayani tamu.



Gambar 3. Bagian menu dalam bahasa inggris

Ketiga, pembuatan kotak kritik saran juga sudah berhasil dilaksanakan. Saran ini dapat diberikan dengan 2 cara yaitu langsung menulis dan memasukkan kritik saran mereka ke kotak saran atau mengisi *googleform* dengan memindai *QR* yang diberikan. Saya juga memberikan *QR* dalam bahasa inggris dan Bahasa Indonesia agar dapat mempermudah tamu luar negeri maupun dalam negeri.



Gambar 4. Kotak saran



Gambar 5. Praktik penggunaan *QR Code* untuk memberikan saran

Keempat, desain *banner* infografis sudah selesai dibuat dan tinggal menunggu hasil cetak. Namun, pencetakan *banner* dikoordinir oleh sponsor yaitu Desa Wisata Borobudur.



Gambar 6. Desain banner infografis

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil dilaksanakan dan mencapai hasil yang positif dengan memberikan kontribusi yang diharapkan berarti bagi UMKM ini.

7. Refleksi Diri terhadap Kegiatan

Selama mengikuti kegiatan KKN Tematik ini saya memperoleh banyak pelajaran, baik dalam segiedukasi dan moral. Saya menyadari bahwa pelajaran tersebut sangat berharga untuk kehidupan saya ke depannya.

Dari segi edukasi sendiri saya mendapat pelajaran untuk mampu memenuhi tanggung jawab yang diberikan kepada saya. Tanggung jawab ini muncul pada setiap tahapan. Contoh pertama, ketika masa observasi Masa ini bisa dibilang tidak mudah dikarenakan saya diminta untuk melakukan observasi dengan jangka waktu cukup panjang. Selama waktu tersebut saya diberi tantangan untuk dapat menemukan hal yang dapat dikembangkan dari UMKM KPJ, UMKM yang dipercayakan untuk saya bantu. Saya harus memilah dan memilih program apa yang mereka butuhkan dan dapat saya lakukan hingga selesai. Kemudian pada tahap penetapan masalah dan praktik

pengerjaan ide, saya belajar untuk menggunakan skala prioritas masalah apa yang perlu dibantu terlebih dahulu. Ketika pelatihan bahasa inggris saya juga harus menentukan waktu pembelajaran dan materi pembelajaran. Tantangan yang saya dapatkan ialah bagaimana cara saya dapat menyesuaikan materi dan cara pembelajaran kepada karyawan yang lebih dewasa dari saya. Selain itu saya juga belajar pentingnya berdiskusi sebelum membuat keputusan. Misalnya ketika pembuatan modul pelatihan bahasa inggris yang belum sempat saya diskusikan bersama dosen pembimbing dan sudah langsung saya cetak. Ternyata ada beberapa perbaikan penting yang perlu dilakukan sehingga pencetakan perlu dilakukan lagi.

Untuk segi moral sendiri saya mendapatkan pengalaman yang berharga yaitu beradaptasi dengan lingkungan baru, mulai dari tempat tinggal, makanan yang diberikan, dan cara diskusi di lingkungan baru. Bagaimana cara pendekatan kepada orang baru, sikap rendah hati dan rasa terbuka kepada orang baru ialah pelajaran moral yang saya dapatkan dari kegiatan KKN ini. Puji Tuhan semuanya saya dapat lalui dengan baik.

Refleksi yang terakhir, saya akhirnya menemukan keluarga baru yaitu dengan karyawan UMKM KPJ dan teman-teman KKN saya. Kami bersepuh mendapatkan UMKM yang berbeda sehingga semuanya sama-sama belajar dan berjuang memajukan UMKM-nya. Interaksi rutin yang kami lakukan tiap minggu menjadi dukungan agar bisa menyelesaikan kegiatan KKN dengan hasil yang berdampak baik bagi UMKM yang kami dampingi.

8. Simpulan dan Saran/Rekomendasi

Saya menyadari bahwa kegiatan KKN Tematik ini merupakan hal baru bagi kampus Atma Jaya, tetapi secara keseluruhan dapat saya sampaikan bahwa kegiatan KKN ini cukup baik, baik dalam pendampingan dosen dalam pembekalan dan praktik saat di lapangan. Semuanya sangat membantu saya dan teman-teman untuk mengikuti kegiatan ini.

Saran dari saya untuk kegiatan KKN ini ialah pemilihan pendamping di daerah yang perlu dilakukan dengan cermat dan bijaksana. Dikarenakan



berdasarkan pengamatan saya, kontribusi dari Desa Wisata untuk memberi saran saat berdiskusi yang kurang responsif. Mungkin untuk ke depannya, pihak kampus dapat memilih pendamping lapangan yang lebih dewasa dalam pikiran dan juga yang lebih mendalami tentang UMKM daerah tersebut.

9. Daftar Acuan

(lihat <https://libguides.umgc.edu/apa-examples>) Acuan yang tertulis di sini hanya yang dikutip/diacu di dalam laporan ini.

(Naifu, 2019)

10. Dokumentasi Kegiatan



Gambar 7. Belajar memerah susu dibantu oleh Mas Pri



Gambar 8. Belajar memberi susu kepada anak kambing



Gambar 9. Belajar membuat susu kambing bubuk



Gambar 10. Foto Bersama dengan pemilik dan karyawan UMKM

PENGEMBANGAN CAFE D'CIKALAN BOROBUDUR

David Alberto
K. M. Widi Hadiyanti

ABSTRAK

Program KKN Tematik di Desa Wisata Borobudur merupakan program di mana Mahasiswa dapat terjun langsung ke lapangan untuk mempraktikkan teori yang sudah diajarkan. Tugasnya adalah mengembangkan UMKM dengan cara observasi dan pelaksanaan program. Hal seperti legalitas dan pengembangan fasilitas maupun kompetensi pelaku usaha menjadi Program yang dijalankan, namun tetap dengan konsep dan kondisi lapangan. Setiap mahasiswa bertanggungjawab terhadap satu UMKM. Café D'Cikalan yang merupakan sebuah *café* rintisan yang bergerak di bidang pariwisata. D'Cikalan berasal dari kata "Cikal" yang berarti Tunas Kelapa. Café bernuansa Jawa ini berada di Desa Wisata Borobudur yang kerap menjadi destinasi bagi para wisatawan lokal maupun asing sehingga dalam pengembangannya harus memiliki konsep yang unik agar menarik minat mereka untuk berkunjung ke café D'Cikalan. Daya tarik dari UMKM ini adalah *view* yang dimiliki oleh café ini sembari menikmati minuman dan makanan yang disajikan di café ini. "Es Badhek" menjadi menu andalannya. Observasi di café D'Cikalan menghasilkan empat rencana program kerja atau tujuan yaitu 1) mendaftarkan legalitas usaha diwebsite OSS, 2) membuat *re-design* Menu, 3) memasang papan penanda café, dan 4) melakukan pembelajaran Bahasa Inggris untuk karyawan café. Pelajaran ini dilaksanakan sebanyak 4x pertemuan dengan menggunakan *system* pengajaran *English for Specific Purposes* (ESP) agar karyawan café juga dapat melayani tamu mancanegara. Semua Program kerja berhasil dijalankan dan sudah dapat diterapkan sebelum program KKN

selesai. Teori yang selama ini dipelajari di kampus berhasil diterapkan dengan penyesuaian di lapangan dan hasil dari program KKN Tematik ini diharapkan dapat membantu UMKM dalam keberlangsungan usahanya.

Kata Kunci: Café, D'Cikalan Borobudur, Desa Wisata, KKN Tematik, UMKM

1. Latar Belakang

D'Cikalan Borobudur merupakan sebuah Café bernuansa Jawa yang berada di Desa Borobudur, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah. Café ini dinamakan D'Cikalan dikarenakan di sekitar café ini terdapat banyak pohon kelapa, sehingga pemilik café ini yakni Bapak Katno mengambil kata “Cikal” yang berarti tunas kelapa. Adapun “D” diambil dari Bahasa Belanda yang mempunyai arti yang sama dengan “the” dalam Bahasa Inggris. Dikarenakan di lokasi café ini terdapat banyak pohon kelapa, pemilik café ini pun memanfaatkan nira kelapa atau yang biasa dikenal dengan ‘*badhek*’ sebagai menu andalan dan yang paling sering dipesan oleh para *customer* café.

Menurut keterangan pemilik café D'Cikalan ini, yang menjadi *spotlight* café ini adalah *view*/pemandangan alam yang dapat dinikmati oleh para pengunjung. Di café ini, kita dapat menyaksikan *Sunrise* dari sebelah timur, dimana nampak pula Candi Borobudur, Sementara itu, dari sebelah Barat Café bisa disaksikan *sunset*. Sehingga, para pengunjung pun dapat menghabiskan waktu di café ini sembari menikmati hidangan yang khas serta memanjakan mata dengan pemandangan indah yang dimilikinya.

D'Cikalan Borobudur resmi dibuka pada Juli 2023, sehingga café ini tergolong sebagai tempat usaha yang masih sangat baru. Hal tersebut menjadi alasan mengapa café ini belum memiliki perizinan usaha sama sekali. Terdapat juga beberapa kekurangan dari café ini, yaitu dari segi fasilitas dan kelengkapan café. Daftar menu yang dimiliki oleh café ini masih sangat minimalis sekali, dengan *design* yang dibuat seadanya. Air untuk café juga masih sedikit terkendala karena masih mengandalkan air sumur. Namun, dilihat dari segi estetika, café ini sudah memiliki penampilan yang baik dengan konsep café yang bernuansa alam.



Setelah menghabiskan waktu berbincang dengan pemilik Café D'Cikalan ini, Bapak Katno, terdapat beberapa hal yang sebenarnya diinginkan, yakni dibantu untuk mengurus perijinan café; *marketing*; pengembangan fasilitas; serta peningkatan kompetensi berbahasa Inggris untuk karyawan di café ini. Bapak juga mengatakan bahwa sebenarnya Bapak tidak ingin mempunyai pelanggan yang banyak, melainkan yang tertentu saja, yaitu yang berasal dari kelas menengah ke atas.

Café D'Cikalan pada saat ini memiliki seorang karyawan dengan shift kerja dari jam 09.00 WIB-15.00 WIB. Setelah itu, hingga jam 21.00 WIB Bapaklah yang melayani para tamunya sendiri. Biasanya, ketika *Weekend*, Bapak dibantu oleh anaknya, Mas Ivan, yang sedang menjalani pendidikan kuliahnya di Yogyakarta (sehingga hanya bisa membantu diakhir pekan). Selain itu, café ini juga mempunyai karyawan khusus yang bertugas untuk mengambil nira dari pohon kelapa setiap harinya.

2. Tujuan Kegiatan

Program Kerja Pertama ialah pengurusan perizinan café yang belum sempat didaftarkan oleh pemilik café jadi harus menjadi fokus utama. Rencana kedua adalah *Re-design* menu, dikarenakan menu yang digunakan masih sangat kurang lengkap. Program ketiga adalah pemasangan papan penanda café yang belum terdapat di café ini. Hal ini diperlukan juga sebagai salah satu bentuk promosi untuk café ini. Sedangkan yang keempat, yaitu Pembelajaran bahasa Inggris yang perlu untuk karyawan café sebab D'Cikalan berada di sebuah destinasi wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan luar negeri pula.

3. Metode, dan Kelompok Target

Seperti yang diatur dalam Peraturan Pemerintah RI Nomor 5 Tahun 2021 Pasal 1, setiap usaha diperlukan legalitas untuk memulai usahanya. Oleh karena itu, program kerja pertama adalah mengurus perizinan café (NIB). Pendaftaran usaha café D'Cikalan ini dilakukan melalui *website* OSS.go.id. *Online Single Submission* merupakan sebuah *platform* yang disediakan



oleh pemerintah untuk mempermudah pemilik usaha guna mendaftarkan usahanya agar terdaftar secara resmi. Pendaftarannya pun tidak rumit, hanya diperlukan beberapa dokumen dari pemilik seperti KTP dan NPWP, dengan membuat akun di *platform* OSS ini. Hal tersebut juga diatur dalam Peraturan Pemerintah RI Nomor 5 Tahun 2021 Pasal 1 Nomor 21.

Untuk melaksanakan program kerja kedua, *re-design* menu dilakukan dengan cara berdiskusi bersama pemilik café maupun karyawan yang bekerja di café D'Cikalan tentang kekurangan menu yang sudah ada agar dapat direalisasikan sesuai dengan keinginan pengurus café. Daftar menu didesain ulang agar pengunjung lebih paham tentang sajian yang ada di café. Terdapat juga penjelasan terhadap menu seperti bahan-bahan yang digunakan dengan menggunakan Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris sehingga dapat dimengerti pula oleh wisatawan mancanegara. Dicantumkannya penjelasan menu dalam Bahasa Inggris juga dapat membantu karyawan di café tersebut untuk memahami Bahasa Inggris.

Pemasangan papan penanda Café D'Cikalan merupakan program kerja yang ketiga. Design papan penanda café ini dilakukan dengan konsultasi dahulu dengan pemilik café agar dapat sesuai dengan keinginan beliau. *Design* logo yang terdapat di papan penanda café tersebut berasal dari ide gambaran tangan yang dibuat oleh pemilik lalu dibuatkan versi digitalnya. Papan tersebut dipesan menggunakan bahan kayu agar sesuai dengan konsep natural yang diusung oleh café ini.

Untuk program kerja keempat, Pembelajaran Bahasa Inggris dilakukan sebanyak 4x pertemuan yang dibantu oleh Steven sebagai perwakilan Fakultas Pendidikan dan Bahasa (FPB) Prodi PBI (Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris). Kami melaksanakan pembelajaran bahasa inggris terhadap Mas Syahrul karyawan D'Cikalan dengan menggunakan metode *English for Specific Purposes* (ESP) seperti yang sudah diberikan kepada kami ketika melakukan pembekalan KKN di kampus.



4. Sumber Dana

Unika Atma Jaya menyediakan dana sebesar maksimal Rp500,000,- (lima ratus ribu rupiah) untuk setiap UMKM yang dilaksanakan oleh seorang mahasiswa. Dana tersebut digunakan untuk pengembangan Café D'Cikalan ini yang berupa pemesanan untuk mencetak *re-design* menu café D'Cikalan, serta pemesanan dan pemasangan papan penanda Café D'Cikalan.

5. Waktu dan Tempat Penyelenggaraan

Tabel berikut ini mendiskripsikan pelaksanaan program kerja yang diselenggarakan untuk pengembangan Café D'Cikalan, meliputi waktu serta tempat pelaksanaannya.

Tabel 1. Waktu & Tempat Penyelenggaraan Program KKN di Café D'Cikalan Borobudur

No	Program Kerja	Waktu	Lokasi
1	Mengurus izin	2 hari	Pendaftaran <i>online</i> melalui <i>website</i> OSS.go.id
2	<i>Re-Design</i> Menu	- Membuat Design dilakukan selama 1 minggu dikarenakan terdapat revisi dari Pemilik café. - Proses pencetakan 7 hari kerja	- <i>Design</i> menu menggunakan platform Canva - Vendor percetakan menu dari Tokopedia
3	Pembelajaran Bahasa Inggris	- Dilakukan selama 4x pertemuan, (2x pertemuan per minggu)	- Pembelajaran dilakukan di Café D'Cikalan
4	Pemasangan Papan Penanda Café	- <i>Design</i> menu dilakukan selama 3-4 hari	- Diskusi mengenai design dilakukan di D'Cikalan - Vendor papan dari Tokopedia



6. Hasil Kegiatan

A. Perizinan Café:

Berhasil didaftarkan melalui platform yang disediakan pemerintah yaitu OSS.go.id dan Nomor NIB sudah terbit. (Gambar 1 & 2)



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

**PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 1210230184616**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

- | | |
|--|---|
| 1. Nama Pelaku Usaha | : SIDTFA' HANIFAN MAFAAHIRI |
| 2. Alamat | : SABRANGROWO, BOROBUDUR, MAGELANG, Desa/Kelurahan Borobudur, Kec. Borobudur, Kab. Magelang, Provinsi Jawa Tengah |
| 3. Nomor Telepon Seluler | : +628977446036 |
| Email | : - |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) | : Lihat Lampiran |
| 5. Skala Usaha | : Usaha Mikro |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Laport Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan perizinan tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pembinaan dan/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 12 Oktober 2023

**Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,**



Ditandatangani secara elektronik

Dicetak tanggal: 12 Oktober 2023

Gambar 1. NIB





PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO

LAMPIRAN

NOMOR INDUK BERUSAHA: 1210230184616

Lampiran berikut ini memuat daftar bidang usaha untuk:

No	Kode KBLI	Judul KBLI	Lokasi Usaha	Tingkat Risiko	Perizinan Berusaha		
					Jenis	Status	Keterangan
1	56303	Rumah Minum/Kafe	Dusun Sabrangrowo, Desa/Kelurahan Borobudur, Kec. Borobudur, Kab. Magelang, Provinsi Jawa Tengah Kode Pos: 56553 Usaha Mikro berjalan sejak: Juli 2023	Rendah	NIB	Terbit	-

1. Dengan ketentuan bahwa NIB tersebut hanya berlaku untuk Kode dan Judul KBLI yang tercantum dalam lampiran ini.
2. Pelaku Usaha wajib memenuhi persyaratan dan/atau kewajiban sesuai Norma, Standar, Prosedur, dan Kriteria (NSPK) Kementerian/Lembaga (K/L).
3. Pengawasan pemenuhan persyaratan dan/atau kewajiban Pelaku Usaha dilakukan oleh Kementerian/Lembaga/Pemerintah Daerah terkait.
4. Lampiran ini merupakan bagian tidak terpisahkan dari dokumen NIB tersebut.

Gambar 2. Lampiran NIB

B. Re-Design Menu:

Sudah dicetak dengan bahan dan *design* yang sesuai Foto Menu Sebelum & Sesudah (Gambar 3 & 4)



Bunga Rampai

Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur



Gambar 3. Foto Menu Sebelum Direvisi



Gambar 4. Foto-foto Menu Sesudah Direvisi

C. Pemasangan Papan Penanda Café:

Sudah jadi dan sudah dipasang di depan Café D'Cikalan dengan menggunakan bahan dan *design* yang sesuai dengan keinginan pemilik.



Gambar 6. Foto Papan Penanda Cafe

D. Pembelajaran Bahasa Inggris:

Karyawan Café D'Cikalan sudah bisa melayani menggunakan Bahasa Inggris atas apa yang sudah dipelajari menggunakan metode ESP. Beliau juga sudah menguasai menu-menu dalam Bahasa Inggris. Buku untuk pembelajarannya secara mandiri juga sudah diberikan kepada Mas Syahrul.



Gambar 7. Foto Cover Guide Book

7. Refleksi Diri terhadap Kegiatan

Refleksi yang didapatkan dari hasil melakukan kegiatan bersama UMKM D'Cikalan di KKN Tematik ini adalah bahwa tidak semua hal dapat diterapkan sama rata. Contohnya, ketika berdiskusi dengan UMKM di Café D'Cikalan ini, apa yang menurut mahasiswa baik bukan berarti menurut orang lain baik juga. Teori yang diimplementasikan demi kemajuan usaha pun harus menyesuaikan dengan kondisi dan keadaan di lapangan. Teori yang diajarkan bukan berarti salah, tapi tidak semua teori tersebut cocok dengan lokasi pengimplementasiannya.

Komunikasi merupakan hal terpenting dari yang dipelajari, dengan komunikasi kita dapat mengetahui masalah maupun cara menyelesaikan masalah tersebut. Diperlukannya juga bahwa kita memberikan diri kita sepenuhnya baik dari segi memberikan ide maupun menjalankan apa yang diminta, karena bagaimanapun pelaku usaha pasti lebih mengetahui tentang bagaimana hal-hal dilakukan di lokasi tersebut. Oleh karena itu, sebaiknya tidak bersikap paling tahu dan mau berdiskusi serta mendengarkan adalah merupakan hal yang baik untuk dilakukan.

8. Simpulan dan Saran/Rekomendasi

Program MBKM KKN Tematik yang dilakukan selama 6 minggu di Desa Borobudur secara umum dan di Café D'Cikalan pada khususnya merupakan suatu kegiatan yang sangat bermanfaat bagi mahasiswa. Pada program KKN ini mahasiswa langsung diterjunkan ke lapangan dengan bekal yang diberikan di kampus. Sangat perlu bagi mahasiswa untuk belajar langsung di lapangan daripada hanya teori saja di kampus. Dengan turun langsung ke lapangan, berdiskusi dengan pelaku usaha ternyata tidak semua teori yang diajarkan tidaklah sekaku itu penerapannya. Cara kita melakukannya juga mungkin berbeda dengan apa yang diketahui sebelumnya. Pengimplementasian teori bergantung kepada masalah yang dihadapi dan disesuaikan dengan kondisi nyata di lapangan. Pemilik usaha D'Cikalan sangat berterima kasih kepada mahasiswa dikarenakan hasil dari yang dilakukan selama KKN sangat berguna, serta mendapatkan tanggapan/*feedback* yang positif dari *customer*.



Sementara itu, karena keterbatasan waktu, pelaksanaan KKN ini masih belum maksimal, diharapkan dapat dilakukan berbagai hal yang bisa meningkatkan pengembangan Café D'Cikalan seperti pemasangan penunjuk arah menuju lokasi agar mempermudah para pengunjung untuk mendatangi serta menikmati segala sajian dan suasana serta panorama indah yang disediakannya.

9. Daftar Acuan

Peraturan Pemerintah RI Nomor 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko.

10. Dokumentasi Kegiatan

A. *Guide Book* Pembelajaran Bahasa Inggris

Selengkapnya ada di:

https://www.canva.com/design/DAFy032EpyY/58SmRus5ermVZWVERB81ptA/edit?utm_content=DAFy032EpyY&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton



Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur



Dear English to French learners, Good day!

Unit 1
Starting a conversation: Greetings and small talk.

A conversation usually starts with **greetings** and **small talk**, the following are examples of this conversation.

A. Experiences in greeting people

John
 Hi, how are you?
 I'm fine, thank you.
 How about you?
 I'm good, thank you.
 The above conversation can be followed by:

John
 How about your family?
 I'm good, thank you.
 I'm good, thank you.

B. Experiences in remembering people

Meeting is easily followed by someone. The following are examples that have been used:

John
 Hi, how are you?
 I'm fine, thank you.
 How about you?
 I'm good, thank you.
 I'm good, thank you.

C. Experiences in introducing people

Meeting is easily followed by someone. The following are examples that have been used:

John
 Hi, how are you?
 I'm fine, thank you.
 How about you?
 I'm good, thank you.
 I'm good, thank you.

GREETING

Welcome to Unit 01/2024

Unit 1
Memulai percakapan: Salam dan percakapan kecil.

Percakapan biasanya dimulai dengan **salam** dan **percakapan kecil**. Berikut adalah contoh percakapan yang dapat digunakan untuk memulai percakapan.

A. Pengalaman memulai percakapan

John
 Hi, how are you?
 I'm fine, thank you.
 How about you?
 I'm good, thank you.
 The above conversation can be followed by:

John
 How about your family?
 I'm good, thank you.
 I'm good, thank you.

B. Pengalaman mengingat orang

Meeting is easily followed by someone. The following are examples that have been used:

John
 Hi, how are you?
 I'm fine, thank you.
 How about you?
 I'm good, thank you.
 I'm good, thank you.

C. Pengalaman memperkenalkan orang

Meeting is easily followed by someone. The following are examples that have been used:

John
 Hi, how are you?
 I'm fine, thank you.
 How about you?
 I'm good, thank you.
 I'm good, thank you.



OFFERING



May I get you anything to drink?

What would you like to drink with your meal?

Can I get you a drink while you're waiting?

Would you like any coffee?

Would you like an appetizer?

Can I get you anything else?

Would you like to order anything else?

Would you like to try our dessert special?

What did you want to order?

Would you like coffee or tea with your dessert?

What would you like to drink?

Bolehkah saya mengambilkan minuman untuk Anda?

Apa yang ingin Anda minum dengan makanan Anda?

Bolehkah saya mengambilkan minuman untuk Anda sambil menunggu?

Apakah Anda ingin kopi?

Apakah Anda ingin makanan pembuka?

Apakah ada yang ingin saya ambilkan yang lain?

Apakah Anda ingin memesan yang lain?

Apakah Anda ingin mencoba hidangan penutup spesial kami?

Apa yang ingin Anda pesan?

Apakah Anda ingin kopi atau teh dengan hidangan penutup Anda?

Anda ingin minum apa?

B. Foto Bersama Pemilik dan Karyawan D'Cikalan



C. Foto Bersama Pemilik dan Karyawan Kandang Purnama Jaya



D. Berdiskusi di D'Cikalan Bersama Teman-teman



E. Foto sedang Menyaring *Badhek*



F. Berkegiatan di Café D'Cikalan



G. Proses Pembelajaran Bahasa Inggris dengan Mas Syahrul



H. Proses Pembuatan NIB Bersama Mas Ivan



PELATIHAN PELAYANAN PRIMA DAN PEMBUATAN FASILITAS PENUNJANG DI BALKONDES BOROBUDUR

Tri Aesatun
Titis Puspitarini

ABSTRAK

Kawasan Candi Borobudur telah ditetapkan sebagai destinasi wisata super prioritas. Sebagai fasilitas penunjang dan sarana untuk mengembangkan ekonomi masyarakat sekitar, maka pemerintah desa bekerjasama dengan BUMN menginisiasi program Balai Ekonomi Desa (Balkondes). Balkondes Borobudur yang berada di Desa Ngaran 2 merupakan badan usaha yang terdiri dari beberapa jenis usaha kepariwisataan seperti restoran, *homestay* dan penyewaan mobil VW. Berdasarkan pengumpulan data awal, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh pengelola Balkondes seperti tingkat pemahaman karyawan mengenai pelayanan prima (*grooming*, *greeting* dan *gesture*) yang masih rendah serta belum terdapat fasilitas penunjang seperti papan informasi dan penunjuk arah yang memadai. Berdasarkan permasalahan di atas, dilakukan pelatihan mengenai pelayanan prima dan pembuatan fasilitas penunjang. Tujuan dari program ini adalah untuk memberikan pengetahuan kepada para karyawan Balkondes Borobudur agar lebih siap dan tanggap dalam melayani tamu. Dari proses pembelajaran yang dilakukan, dapat terlihat bahwa karyawan memperoleh pengetahuan mengenai pelayanan prima.

1. Latar Belakang

Sebagai satu dari sepuluh Destinasi Pariwisata Super Prioritas, Candi Borobudur tentu memiliki daya tarik tersendiri yang menjadi magnet bagi wisatawan nusantara dan mancanegara. Namun, keberadaan Candi Borobudur diketahui belum membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar Candi Borobudur (Mafaza & Setyowati, 2020). Sebagai salah satu upaya untuk mengembangkan desa wisata serta mendorong perekonomian masyarakat, pemerintah melalui Kementerian Badan Usaha Milik Negara membuat program Balai Ekonomi Desa (Balkondes). Balkondes digunakan sebagai wadah bagi perekonomian daerah dengan memberikan ruang bagi pemerintah desa maupun masyarakat desa dalam mengembangkan potensi ekonomi desa (Mafaza & Setyowati, 2020). Program Balkondes hadir di kawasan Borobudur, Kabupaten Magelang. Terdapat 20 Balkondes di Kawasan Candi Borobudur dimana salah satunya adalah Balkondes Borobudur. Balkondes Borobudur berada di Desa Ngaran 2, Borobudur, Magelang, Jawa Tengah yang dikelola oleh BUMDes Graha Mandala Borobudur. Dibangun di atas tanah milik masyarakat dengan sistem sewa atau bagi hasil. Balkondes Borobudur merupakan badan usaha yang menawarkan jasa. Terdapat restoran, *homestay* (pondok wisata) dan penyewaan mobil VW sebagai produk unggulan yang ditawarkan oleh pihak Balkondes Borobudur.

Selama melakukan proses observasi dan identifikasi masalah di Balkondes Borobudur, ada beberapa hal yang menarik perhatian. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung selama dua minggu pertama dan melakukan wawancara dengan pihak Balkondes Borobudur. Dari hasil observasi tersebut ditemukan beberapa masalah yang akan menjadi fokus dalam pelaksanaan program kerja. Adapun masalah tersebut adalah mengenai pengetahuan karyawan Balkondes Borobudur terhadap pelayanan, khususnya memberikan pelayanan prima kepada tamu serta penunjuk arah untuk tamu yang akan melakukan reservasi dan sudah melakukan reservasi. Karyawan beranggapan bahwa, masalah tersebut terjadi akibat kurangnya jumlah tenaga kerja, sehingga berpengaruh terhadap kinerja mereka dalam melayani tamu yang datang ke Balkondes Borobudur.





Gambar 1: Observasi dan Wawancara

Permasalahan pertama adalah mengenai pengetahuan karyawan terhadap pelayanan prima. Pelayanan prima merupakan bagian terpenting dalam meningkatkan citra pelayanan. Pelayanan prima merupakan sikap atau cara yang dilakukan oleh karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan (Saputra & Utami, 2017). Program kerja yang dilaksanakan adalah dengan melakukan pembelajaran terhadap karyawan Balkondes Borobudur mengenai pelayanan prima. Dalam mendukung pembelajaran maka dibuat poster dengan materi yang sama yaitu pelayanan prima dan membuat modul sebagai bahan bacaan untuk karyawan agar lebih mengerti dan paham. Sebelum melakukan pembelajaran dilakukan proses *interview* terlebih dahulu untuk melihat sejauh mana pemahaman karyawan mengenai pelayanan prima sebelum dilakukannya pembeajaran dan sesudah pembelajaran.

Permasalahan kedua adalah tidak terdapat fasilitas penunjang berupa penunjuk arah dan papan informasi di Balkondes Borobudur. Sehingga tamu yang datang seringkali terlihat kebingungan. Ini terlihat baik bagi tamu yang belum melakukan reservasi maupun yang sudah. Hal ini mengakibatkan sering terjadi penumpukan dan antrian pada lokasi pintu masuk Balkondes.

2. Tujuan Kegiatan

Program kerja yang dilakukan memiliki tujuan untuk dapat membantu Balkondes Borobudur agar lebih siap dan tanggap dalam melayani tamu. Diharapkan juga dengan dilakukannya pembelajaran maka dapat menambah

pengetahuan karyawan, sehingga karyawan dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada tamu. Selain itu dengan pembuatan penunjuk arah diharapkan dapat mempermudah tamu untuk melakukan reservasi serta pembuatan poster juga diharapkan dapat mengingatkan karyawan untuk menerapkan pelayanan prima ketika melayani tamu.

3. Metode, Kelompok Target

Metode yang dilakukan dalam melaksanakan program kerja yaitu dengan melakukan observasi dan identifikasi masalah terlebih dahulu. Melakukan sesi wawancara dengan manajer dan karyawan Balkondes Borobudur dengan menanyakan kesulitan atau masalah apa yang mereka hadapi. Setelah itu membuat kesimpulan dari hasil observasi tentang garis besar permasalahan yang ditemukan. Langkah selanjutnya adalah menyusun program kerja yang tepat dan kemudian melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing. Melakukan interview kepada karyawan untuk melihat pemahaman serta pengetahuan mereka mengenai pelayanan prima. Setelah disetujui, kemudian menyusun materi untuk pembelajaran pelayanan prima, membuat poster serta membuat penunjuk arah. Tidak lupa juga konsultasi dengan pihak Balkondes Borobudur, apakah sudah sesuai dengan yang mereka inginkan. Proses pembelajaran dilakukan pada siang hari pada jam satu siang pada saat pergantian *shift*, antara *shift* pagi dengan *shift* siang. Pembelajaran juga dilakukan secara fleksibel, karena melihat kesibukan dari karyawan di sana.

Pembelajaran yang dilakukan yaitu tentang pelayanan prima dengan materi yang diberikan berfokus pada *greeting*, *grooming* dan *gesture*. Pelayanan yang baik atau disebut juga dengan pelayanan prima merupakan suatu komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Tujuan dari memberikan pelayanan ini adalah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan menarik lebih banyak wisatawan untuk datang kembali (Aletta Dewi Maria & Krisnawati Setyaningrum Nugraheni, 2022). Supaya semuanya sesuai dengan target dan bermanfaat untuk karyawan maka dilakukan juga *pre-test* dan *post-test*. Dalam pembuatan penunjuk arah juga melakukan beberapa



kali konsultasi apakah sudah sesuai dengan yang diinginkan seperti dari penulisan, desain dan bahan yang digunakan untuk penunjuk arah. Supaya penunjuk arah yang dibuat dapat terlihat dan bermanfaat kepada tamu dan tahanan lama karena berada di luar ruangan, sehingga membutuhkan beberapa pertimbangan-pertimbangan.

Target kelompok dari program kerja yang dilakukan adalah karyawan dari Balkondes Borobudur terutama yang sering bertemu secara langsung dengan tamu. Terdapat lima karyawan yang diberikan pembelajaran mengenai pelayanan prima. Selama proses pelaksanaan program kerja, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi, contohnya adalah ketika menentukan waktu untuk pelatihan yang susah dikarenakan sistem karyawan dalam bekerja adalah *shift*. *Shift* terbagi menjadi dua, yaitu *shift* pagi dan *shift* siang. Terkadang terdapat karyawan yang libur dan terhalang juga dengan *event-event* yang mereka miliki. Situasi dalam pelatihan kurang kondusif, karena terkadang terdapat tamu yang datang sehingga pelatihan harus tertunda.

4. Sumber Dana

Sumber dana dalam pembiayaan kegiatan program kerja ini adalah keseluruhan dana berasal dari kampus yaitu dengan maksimal dana yang diajukan sebesar Rp500.000. Dalam proses pengajuan dana maka diperlukan terlebih dahulu pembuatan proposal program kerja agar dana dapat dicairkan. Setelah dilakukan perhitungan perkiraan pengeluaran sebesar Rp270.000. Setelah program kerja dilakukan total dana yang dilakukan untuk pendukung pembelajaran pelayanan prima, seperti untuk print modul, percetakan poster serta pembuatan untuk penunjuk arah. Keseluruhan dana yang dikeluarkan adalah sebesar Rp214.000.

5. Waktu dan Tempat Penyelenggaraan

Waktu untuk penyelenggaraan program kerja selama satu bulan setengah yaitu dimulai dari akhir bulan September sampai dengan awal bulan November. Pelatihan dilakukan di Balkondes Borobudur. Berikut adalah tahap pelaksanaan program kerja, yaitu :



1. Minggu pertama dan kedua digunakan untuk observasi dan identifikasi masalah.
2. Minggu ketiga dan minggu keempat digunakan sebagai konsultasi dengan pihak Balkondes Borobudur dan mulai membuat penunjuk arah.
3. Minggu kelima dan keenam melakukan *interview*, menyusun materi, pelatihan, pembuatan dan pencetakan poster, dan mencetak penunjuk arah. Pelatihan dilakukan selama 2 hari secara langsung di Balkondes Borobudur, yaitu dimulai pukul 13.00-15.00 WIB.

6. Hasil Kegiatan

Dari beberapa program kerja yang sudah dijalankan terdapat hasil yang dapat terlihat yaitu :

1. Program pembelajaran Pelayanan Prima (*grooming, greeting* dan *gesture*) terdapat hasil, yaitu berupa karyawan mendapatkan pemahaman dan pengetahuan baru. Hal tersebut bisa dilihat dari sebelum dilakukannya pelatihan, tiga dari lima peserta kurang memahami mengenai apa itu pelayanan prima serta empat dari lima peserta juga kurang memahami mengenai *greeting, grooming*, dan *gesture*. Setelah dilakukan pembelajaran, seluruh peserta mampu menjelaskan dengan tepat mengenai pelayanan prima. Berdasarkan evaluasi, karyawan menjadi paham bagaimana harus bersikap dan berpenampilan ketika melayani tamu. Untuk membantu peserta memahami dan mengingat materi yang sudah diberikan, maka pada pelatihan ini, diberikan juga modul pembelajaran sebagai bahan bacaan.
2. Program pembuatan poster mengenai Pelayanan Prima (*Service Excellence*), *Grooming, Greeting* dan *Gesture*.

Poster sudah dicetak dan diberikan kepada pihak Balkondes Borobudur. Diharapkan poster tersebut sebagai pengingat kepada karyawan untuk menerapkan pelayanan prima.





Gambar 2. Poster

3. Program pembuatan fasilitas penunjang.

Sebagai fasilitas penunjang, dibuat penunjuk arah untuk memudahkan tamu yang datang. Penunjuk arah dibuat berdasarkan diskusi dengan pengelola Bankondes. Penunjuk arah dipasang di area pintu masuk Balkondes Borobudur karena dianggap strategis. Pemasangan penunjuk arah ini juga disesuaikan dengan jarak pandang tamu. Selain penunjuk arah, papan informasi juga dipasang pada titik-titik tertentu yang dianggap penting semisal jika tamu akan melakukan reservasi.



Gambar 3 : Penunjuk Arah



Gambar 4 : Penunjuk arah



Gambar 5 : Papan Informasi

7. Refleksi Diri terhadap Kegiatan

Mahasiswa melalui program KKN Tematik ini mendapatkan banyak pengalaman serta pengetahuan dan ilmu baru yang tidak didapatkan diperkuliahan pada umumnya. *Hard skill* dan *soft skill* disini benar-benar digunakan dan dilatih. Melatih kepercayaan pada diri sendiri untuk bertanya dan memulai pembicaraan dengan orang baru merupakan hal yang tidak biasa dilakukan sebelumnya. Namun mahasiswa harus melakukan hal tersebut untuk mengumpulkan informasi. Belajar menghargai satu sama lain mengenai perbedaan yang ada serta belajar mengenai budaya yang ada, kebiasaan masyarakat, dan karakteristik masyarakat. Selain itu, dalam program kerja

yang dijalankan, hal yang dapat diperoleh adalah belajar bagaimana kondisi lapangan secara langsung. Seperti cara menghadapi tamu, melayani dan menyambutnya.

8. Simpulan dan Saran/Rekomendasi

Program KKN Tematik ini sangat bermanfaat bagi mahasiswa dengan menerapkan ilmu yang dimiliki mahasiswa ke masyarakat. Mahasiswa mendapatkan banyak sekali manfaat serta pengetahuan dan menuntut mahasiswa untuk berfikir kreatif dan kritis dalam menghadapi permasalahan yang ada. Program ini juga memperluas relasi mahasiswa baik di dalam kampus maupun diluar kampus. Bagi Balkondes Borobudur, program ini mampu menambah pengetahuan bagi para karyawan Balkondes mengenai standar pelayanan prima. Selain itu, program ini juga menambah fasilitas penunjang di Balkondes seperti papan informasi dan penunjuk arah. Kedua fasilitas penunjang ini diharapkan dapat membantu tamu yang datang sehingga tamu memperoleh pengalaman berwisata yang lebih baik saat berkunjung ke Balkondes Borobudur. Saran untuk kegiatan lanjutan adalah, memberikan pelatihan mengenai pelayanan dan *hospitality* guna meningkatkan kualitas pelayanan di Balkondes Borobudur.

9. Daftar Acuan

- Maria, A.D & Nugraheni, K (2022). Pelatihan Pelayanan Prima Sebagai Upaya Meningkatkan Wisata Unggulan Di Kota Salatiga. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia (JPKMI)*, 2(1), 6–9. <https://doi.org/10.55606/jpkmi.v2i1.65>
- Mafaza, A., & Setyowati, K. (2020). Collaborative Governance Dalam Pengembangan Desa Wisata. *Jurnal Kebijakan Publik*, 11(1), 7. <https://doi.org/10.31258/jkp.11.1.p.7-12>
- Saputra, T., & Utami, C. (2017). Pelatihan Pelayanan Prima Tentang Perilaku Pemberi. *Warta Lpm*, 20(2), 61–66.



10. Dokumentasi



Balkondes Borobudur



Homestay Balkondes Borobudur





Dokumentasi Pelatihan pada Karyawan Balkondes Borobudur



Membantu menyiapkan tempat untuk event



Membantu sekaligus belajar di kasir

Bunga Rampai

Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur



Kegiatan event di Balkondes Borobudur



Homestay Balkondes Borobudur



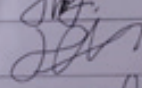
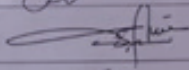
Bagian dalam Homestay





Wawancara dengan pihak balkondes borobudur

DAFTAR HADIR PELATHIAN HOSPITALITY

No	Nama	Tanda Tangan
1.	Ausck Ter Ramungkas	
2.	Samusik Huda	
3.	Arifudin Astikonal	
4.	Dedy Selgmann	
5.	Sugianto	

Daftar hadir pembelajaran

PEMASARAN PRODUK UMKM RUMAH BATIK BOROBUDUR

Michellie
Putri Purbasari

ABSTRAK

Kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Rumah Batik Borobudur, fokus utama kami adalah memperkuat pemasaran produk UMKM tersebut. Melalui kajian pasar, kami menganalisis kondisi pasar lokal dan nasional untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan. Pendekatan strategis kami melibatkan penerapan teknik pemasaran digital, pelatihan, dan pendampingan langsung kepada pemilik usaha untuk meningkatkan pemahaman mereka terhadap dinamika pasar saat ini. Dalam prosesnya, kami memberikan informasi pemasaran dan pelatihan keterampilan digital untuk memperluas wawasan dan keterampilan pemasaran para pelaku UMKM. Strategi kami juga melibatkan penggunaan media sosial dan pembuatan konten yang mengedepankan nilai-nilai lokal dan keunikan produk. Hasil dari KKN ini menunjukkan peningkatan dalam pemahaman pemasaran dan adaptasi terhadap tren pasar digital oleh para pelaku UMKM di Rumah Batik Borobudur. Dengan penerapan strategi yang dibuat berupa pemasaran produk, pembuatan produk baru, dan juga kelas bahasa inggris kami berharap mampu meningkatkan daya saing produk, akses pasar dalam ranah internasional, dan keterampilan pemasaran bagi pemilik usaha. Kesimpulannya, kolaborasi antara mahasiswa KKN dan UMKM membawa dampak positif dalam memperkuat pemasaran produk lokal, yang diharapkan mampu mendukung pertumbuhan ekonomi dan keberlanjutan UMKM di wilayah tersebut.

Kata Kunci: Pemasaran, Produk, UMKM

1. Latar Belakang

Usaha Menengah, Kecil, dan Mikro (UMKM) menjadi salah satu usaha yang dikembangkan untuk meningkatkan ekonomi bagi seluruh negara khususnya di Indonesia. Pengembangan UMKM menjadi prioritas bagi beberapa aktor perubahan termasuk mahasiswa itu sendiri.

Rumah Batik Borobudur ini merupakan usaha rumahan yang memiliki keunggulan tidak hanya pada corak batik yang menampilkan Candi Borobudur yang berbeda dari dan diakui sebagai salah satu warisan budaya Indonesia oleh UNESCO. Namun, terdapat wisata edukasi yang diberikan pada rumah batik ini berupa penampilan atas pembuatan batik dan wisatawan dapat ikut membuat dan mengelola batiknya sendiri hingga dibawa pulang. Namun, pengembangan atas fasilitas yang akan diberikan kepada calon *customer* ini didapati berbagai masalah terkhususnya pada mempromosikan kepada banyak orang atas kelebihan dan dan juga wisata edukasi Oleh Rumah Batik Borobudur tersebut.

Hal ini disebabkan adanya perubahan lokasi, pengembangan jenis usaha terbaru yang seharusnya bisa menjadi alternatif usaha bagi batik borobudur ini, kurang mengertinya peran media sosial dan kerjasama terhadap berbagai *e-commerce* menjadi kendala bagi Rumah Batik Borobudur ini. Sehingga dengan ini, membuat rangkaian perencanaan dan menghasilkan beberapa kegiatan pengembangan yang dapat dilakukan untuk rumah batik borobudur, seperti pengembangan media sosial, perancangan metode promosi dan penjualan melalui *online* ataupun *offline*, menyediakan media promosi seperti brosur dan *banner*, maupun kelas belajar bahasa Inggris untuk meningkatkan *skill* berbahasa yang dibutuhkan selama proses pengembangan usaha di daerah borobudur agar bisa berinteraksi dengan turis asing

2. Tujuan Kegiatan

Tujuan dari Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik di Desa Wisata Borobudur pada Rumah Batik Borobudur sebagai berikut:



1. Untuk meningkatkan kapasitas promosi UMKM dalam pembuatan materi promosi online dalam bahasa Inggris, seperti deskripsi produk, konten media sosial, atau situs web yang menarik .
2. Untuk meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris UMKM agar bisa berkomunikasi dengan pelanggan internasional, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan daya saing produk.
3. Untuk memberikan bantuan dalam merancang, meningkatkan, dan pengakuan produk usaha di mata hukum dengan *output* buku panduan memilih nama dalam pendaftaran merek atau indikasi geografis.

3. Metode, Kelompok Target, dan Mitra

3.1 Mitra Kerja Sama Kuliah Kerja Nyata di Desa Wisata Borobudur

Rumah Batik Borobudur adalah salah satu daya tarik utama di Desa Wisata Borobudur, Jawa Tengah. Terletak di kawasan yang dekat dengan Candi Borobudur dengan jarak 500 meter. UMKM Rumah Batik Borobudur merupakan satu dari dua rumah batik yang menjadi dampingan UNESCO. Rumah Batik Borobudur sendiri berbeda dengan rumah batik biasanya, dimana batik borobudur memiliki motif khas yang di ambil dari candi borobudur. Rumah batik Borobudur sendiri merupakan sebuah kelompok pembatik. Dimana mereka tidak hanya membuat produk namun juga menawarkan program edukasi batik, dimana tamu akan belajar dari proses menyanting hingga pewarnaan.

3.2. Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan KKN-Tematik ini berupa metode pelatihan, dan tanya jawab. Kegiatan pertama terdiri dari observasi dan pendekatan langsung kepada pemilik usaha yang nantinya mendapat beberapa jawaban untuk melaksanakan pelatihan yang berhubungan dengan produksi dari kain batik corak borobudur, promosi, pengembangan skill bahasa Inggris, dan pengetahuan dari segi hukum mengenai bisnis oleh usaha Rumah Batik Borobudur. UMKM diberi pelatihan bahasa Inggris serta keterampilan pemasaran digital untuk mempromosikan produk mereka secara global. Selain itu, dengan sesi konsultasi dan pembinaan mengenai merek dan



indikasi geografis hingga melahirkan *output* buku panduan memilih nama dalam pendaftaran merek atau indikasi geografis

4. Sumber Dana

4.1 Program Paket Marketing Terpadu

NO.	Rincian Barang	Kuantitas	Harga Satuan (Rp)	Biaya (Rp)
1.	Signage	1	Rp300.000,-	Rp300.000,-
2.	Brosur	1050	Rp100,-	Rp105.000.-
TOTAL				Rp405.000.-

5. Waktu dan Tempat Penyelenggaraan

Kegiatan KKN-Tematik akan dilaksanakan melalui beberapa tahapan pelaksanaan kegiatan yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

No	Kegiatan	Program	Jumlah Rata-Rata Waktu	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Keseluruhan
1.	Observasi	1. Observasi permasalahan UMKM 2. Observasi produk dan pemasaran mitra usaha	12 Jam	2	24



No	Kegiatan	Program	Jumlah Rata-Rata Waktu	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Keseluruhan
2.	Ikut Serta Perbantuan dalam Produksi Usaha Batik	1. Persiapan Desain Batik 2. Persiapan Kain Produksi Batik 3. Pemberian Lilin Menggunakan Canting pada kain batik 4. Pewarnaan setelah pemberian desain 5. Penyisiran kain setengah jadi 6. Penyelesaian dan <i>Finishing</i> batik	30 Jam	2	60
3.	Pemasaran Produk Baru	1. Pembuatan Lokasi Usaha didalam <i>Google Maps</i> 2. Pembuatan <i>Banner</i> Produk 10 meter 3. Pembuatan Brosur <i>Online</i> dan <i>Offline</i> 4. Pembuatan Pan-tan Tanda (sig-nage) Usaha Rumah Batik Borobudur	20 Jam	2	40
4.	Kelas Bahasa Inggris	1. Pembuatan Materi 2. Pelaksanaan Kegiatan Kelas	5 Jam	2	25



No	Kegiatan	Program	Jumlah Rata-Rata Waktu	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Keseluruhan
5.	Pembua- tan Buku Panduan	1. Observasi ke masyarakat 2. Keinginan Pendaftaran merek yang ter-halang dengan indikasi geografis 3. Inisiasi Pembuatan Buku untuk masyarakat kedepannya	15 Jam	2	30

6. Hasil Kegiatan dan Diskusi

Program kerja yang dikerjakan dibidang pemasaran Rumah Batik Borobudur yang dilakukan 22 Agustus-5 November 2023. Alasan untuk memilih KKN di sektor UMKM terkhususnya pada pemasaran batik disebabkan oleh beberapa faktor. Industribatik memiliki peran khusus yang penting dalam aspek budaya dan ekonomi. Secara budaya, batik bukan sekadar kain berwarna-warni tetapi ia adalah warisan budaya yang kaya dan bersejarah. Melalui proses pembuatannya yang rumit, dengan motif dan desain yang bervariasi, batik mencerminkan identitas lokal, tradisi, dan kekayaan seni budaya suatu daerah. Memperkuat industri batik bukan hanya tentang mengembangkan bisnis, tetapi juga memelihara warisan budaya yang memperkaya identitas bangsa. Aspek ekonomi sendiri untuk pengembangan usaha batik adalah termasuk dalam mendukung pertumbuhan UMKM. Industri ini melibatkan berbagaipelaku dari produsen kain, pengrajin, hingga pengecer. Dengan mendorong pertumbuhan industri batik, kita memberikan peluang kepada pengusaha kecil untuk berkembang, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan perekonomian lokal. Selain itu, pasar global yang



semakin terbuka memberikan potensi besar bagi produkbatik Indonesia, yang dapat menjadi sumber devisa negara.

Namun sayangnya, pengembangan industri batik mengalami beberapa kendala mulai dari pemasarannya tidak masif dan hanya melalui kegiatan-kegiatan *offline* yang dapat ditinggalkan dengan bisnis *fashion* lainnya. Maka dengan ini, kami memilih tema UMKM batik untuk memberikan dedikasi kami dalam bentuk beberapa program kerja yang tentu saja menghasilkan potensi-potensi baik terhadap pelaku usaha batik di Rumah Batik Borobudur. Dalam pengembangan usaha batik, program kerja yang terarah dan terencana perlu diterapkan. Untuk produksi batik sendiri, kami ikut serta dalam tahapan yang dimulai dari persiapan desain yang menarik dengan melibatkan pengrajin asli dari borobudur, dilanjutkan dengan pemilihan kain berkualitas tinggi untuk proses produksi. Pemberian lilin menggunakan canting pada kain batik menjadi penting sebelum pewarnaan, dimana setiap detail motif harus dikerjakan dengan presisi. Setelah proses pewarnaan, penyelesaian dan *finishing* batik dilakukan untuk menciptakan produk berkualitas tinggi yang siap dipasarkan.

Di sisi pemasaran kami ikut aktif dalam pengembangannya, upaya yang dilakukan meliputi ekspansi digital dengan memasukkan lokasi usaha ke *Google Maps*, pembuatan *banner* produk berukuran besar untuk menarik perhatian turis dan pelancong sehingga dapat melihat usaha atau ikut serta dalam wisata edukasi batik dari Rumah Batik Borobudur, serta brosur *online* dan *offline* yang menarik sekaligus dua bahasa untuk meningkatkan visibilitas produk. Papan tanda usaha yang jelas dan menarik juga diperlukan untuk menonjolkan identitas usaha agar dapat menunjukkan eksistensi usaha tersebut disekitar wilayah borobudur. Namun, yang paling penting kami juga menjalankan kelas bahasa Inggris dengan persiapan materi yang terstruktur dan pelaksanaan kelas dengan pengajaran yang interaktif dan menarik menjadi fokus utama untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan atas pengrajin yang bisa memiliki 2 bahasa yaitu indonesia atau bahasa inggris. Integrasi program kerja ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas produksi, meningkatkan visibilitas produk, serta memberikan pengalaman yang memuaskan kepada konsumen.

Kami melihat berbagai ketimpangan hukum yang terjadi di dalam usaha batik rumah borobudur ini, khususnya pada bisnis yang tidak memiliki merek sebagai legalitas maupun pengakuan dimata hukum. Maka kami mencoba untuk membantu pemilik usaha batik rumah borobudur untuk mendaftarkan mereknya. Namun sayangnya, masyarakat di daerah tersebut menolak hal itu dikarenakan terhalang pada motif borobudur yang menjadi icon indikasi geografis. Maka sebagai perwujudan atas pengabdian masyarakat yang berkepanjangan dan dapat dirasakan setelah kami tidak melakukan KKN di Rumah Batik Borobudur kami mengupayakan membuat buku panduan memilih nama dalam pendaftaran merek atau indikasi geografis.

7. Refleksi Diri terhadap Kegiatan

Selama KKN di dalam program pemberdayaan UMKM, saya mendapati pengalaman yang sangat berharga. Terlibat dalam upaya memperkuat dan memberdayakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadirkan pelajaran mendalam. Saya terlibat dalam berbagai kegiatan mulai dari pembinaan manajemen bisnis, pemasaran, hingga membantu dalam pengembangan produk. Pengalaman ini memunculkan ide lebih dalam tentang tantangan yang dihadapi UMKM lokal serta rasa bangga saat melihat bagaimana bantuan kami membawa dampak positif bagi para pelaku usaha tersebut terkhususnya pada Usaha Rumah Batik Borobudur . Kegiatan yang melibatkan interaksi langsung dengan para pelaku UMKM membuka mata saya terhadap kreativitas dan ketahanan mereka dalam menghadapi berbagai hambatan. Dari situlah, saya belajar tentang nilai kerja keras, ketekunan, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di sekitar mereka. Selain itu, saya menyadari pentingnya kolaborasi antar anggota tim KKN untuk menciptakan solusi yang juga berguna bagi perkembangan UMKM. Semua ini membantu saya memahami betapa pentingnya membangun kemitraan untuk pengembangan UMKM.



8. Simpulan dan Saran/Rekomendasi

Selama KKN di Rumah Batik Borobudur, kami fokus pada pengembangan pemasaran produk UMKM tersebut. Melalui kerjasama yang erat dengan pemilik usaha, kami berhasil merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan inklusif. Dengan menerapkan konsep pemasaran digital, *workshop* pemasaran, serta pelatihan keterampilan pemasaran kepada pemilik UMKM, kami meningkatkan visibilitas dan pemahaman mereka terhadap pasar modern. Kami juga melakukan analisis pasar yang mendalam dan mendesain kampanye pemasaran yang mengedepankan nilai-nilai kearifan lokal termasuk juga membantu memahami atas perbedaan indikasi geografi atau merek dalam bentuk buku panduan. Langkah ini bertujuan untuk menjangkau target pasar yang lebih luas, termasuk wisatawan lokal dan internasional. Selain itu, kami memberikan saran terkait pengembangan produk yang sesuai dengan tren pasar dan memperkenalkan strategi promosi melalui platform digital dan pemahaman hukum bisnis terhadap HAKI ataupun Indikasi Geografis selanjutnya.

9. Daftar Acuan

- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719>
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Penerapan Digital Marketing: Studi Kasus pada Kelompok Usaha “Kremes Ubi” di Desa Cibunar, Kecamatan Rancakalong, Sumedang. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), Article 1. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i1.279>
- Kadeni, N. S. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 8(2), Article 2. <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v8i2.7118>



Strategi Pemasaran UMKM Batik daam Menghadapi Pemasaran Global (Studi Kasus di Mizya Batik Tulis Ledokombo Jember) | LAN TABUR: Jurnal Ekonomi Syariah. (t.t.). Diambil 9 November 2023, dari <http://ejournal.kopertais4.or.id/tapalkuda/index.php/lantabur/article/view/5103>

Surani, D., & Kusuma, A. C. (2020). PELATIHAN BAHASA INGGRIS BAGI UMKM MATERI ENGLISH TRANSACTIONS DAN PROMOTIONS DI RUMAH KREATIF BUMN (RKB)-CILEGON. IKRA-ITH ABDIMAS, 3(2),

Article 2.

Trulline, P. (2021). Pemasaran produk UMKM melalui media sosial dan e-commerce. Jurnal Manajemen Komunikasi, 5(2), Article 2.

<https://doi.org/10.24198/jmk.v5i2.32746>



10. Dokumentasi Kegiatan



Bunga Rampai
Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur



PROSES PEMBUATAN VIDEO PROFIL PERUSAHAAN, CARA PEMBUATAN PEMBUKUAN YANG BENAR, DAN PEMBUATAN *DESIGN BANNER* PADA UMKM LEGONDO IBU SUAD

Virginia Nicole Tinulo
Tia Xenia

ABSTRAK

Legondo adalah makanan tradisional terbuat dari ketan yang diisi pisang. Kemudian dibungkus daun pisang dan diikat dengan tiga iratan bambu. Legondo ini sudah dibuat sejak 1960-an oleh Ibu Suad. Kemudian mulai memperkenalkan legondo pada akhir 2018 untuk dijual pada khalayak umum. Tujuan kegiatan ini juga mempermudah UMKM saat menjelaskan pada konsumen atau wisatawan yang hendak membeli oleh-oleh khas Borobudur dengan adanya video profil perusahaan dan juga *banner* yang penempatannya strategis sehingga bisa memudahkan proses penjualan dari Legondo mempermudah UMKM saat menjelaskan pada konsumen atau wisatawan yang hendak membeli oleh-oleh khas Borobudur dengan adanya video profil perusahaan dan juga *banner* yang penempatannya strategis sehingga bisa memudahkan proses penjualan dari Legondo. Adapun metode yang dilakukan saat kegiatan ini, yakni yang diawali dengan observasi terhadap masalah apa yang ada di UMKM Legondo, lalu dilakukan proses pengenalan dengan UMKM dan juga langsung memulai kegiatan dengan belajar bersama Ibu Erna dalam membuat Legondo, disamping itu pun ada kegiatan mendesign *banner* dan juga mengajarkan pada Ibu Erna bagaimana baiknya mempromosikan produk yang dijual di social media seperti Instagram dengan mengajarkan membuat *story* di Instagram dengan baik dan benar, selain itu

membantu membuat profil perusahaan Legondo. Jadi dengan kegiatan ini kiranya bisa memudahkan Ibu Erna dan Bapak Fuad dalam mempromosikan kepada kalangan masyarakat dengan cara dan inovasi yang lebih menarik konsumen, dan juga diharapkan dengan adanya kegiatan ini apa yang sudah diberikan bisa berlaku dalam jangka panjang oleh UMKM ini sendiri.

1. Latar Belakang

Legondo merupakan makanan tradisional yang terbuat dari beras ketan yang diisi dengan pisang kemudian dibungkus dengan daun pisang dan diikat dengan tiga iratan bambu. Legondo ini sudah ada sejak tahun 1960-an oleh Ibu Suad kemudian mulai tahun 2018 mulai diperkenalkan dan dijual pada khalayak umum. Ibu Suad sendiri sebenarnya tidak ingin membuka Legondo ini sebagai lapangan bisnis dan akhirnya diteruskan untuk turun dibidang berbisnis ini oleh anaknya yang bernama Fuad dan bersama istrinya juga yang bersama Erna.

Dibalik rasanya yang enak kekurangan legondo ini sendiri adalah pemasarannya yang kurang luas. Hal ini terjadi karena Ibu Erna sendiri kurang memahami cara menggunakan aplikasi canva dan Instagram untuk mempromosikan UMKM Legondo dengan baik dan benar. melihat permasalahan tersebut membantu anak dari pemilik UMKM dengan cara mengajarkan bagaimana cara menggunakan aplikasi canva dan Instagram untuk pembuatan *design banner* dan juga pembuatan video profil perusahaan. Selain masalah promosi, pembukuan juga menjadi hambatan bagi UMKM Legondo tetapi program ini belum terlaksana dikarenakan adanya halangan selama kegiatan KKN ini seperti banyak nya pesanan dari konsumen dan juga perisapan mengikuti bazaar dan beberapa hal lainnya.

2. Tujuan Kegiatan

Tujuan program ini adalah untuk mempermudah UMKM saat menjelaskan pada konsumen atau wisatawan yang hendak membeli oleh-oleh khas Borobudur dengan adanya video profil perusahaan dan juga *banner* yang penempatannya strategis sehingga bisa memudahkan proses penjualan dari



Legondo, dan dengan adanya pembelajaran tentang penggunaan aplikasi canva dan instagram diharapkan hal ini bisa berlangsung dalam jangka waktu yang lama untuk membantu Ibu Erna dan Bapak Fuad dalam mempromosikan dan juga memperkenalkan Legondo dalam cakup luas tidak hanya sekitar wilayah Borobudur dan Magelang saja tapi luar pulau pun bisa mengetahui adanya oleh-oleh khas Borobudur yang legendaris.

3. Metode, Kelompok Target

Metode awal yang dilakukan yaitu observasi dan analisa terhadap masalah dalam UMKM dan setelah itu daftar hal-hal yang akan dikerjakan selama kegiatan KKN disusun. UMKM yang disasar adalah Legondo Ibu Suad. Ernalina Masly adalah pemilik Legondo Ibu Suad. Resep Legondo diturunkan dari Ibu Suad Albaroroh. Karakteristik dari UMKM ini sendiri merupakan bisnis keluarga yang hanya ada di Borobudur dan tidak ada kerjasama dengan banyak pihak karena alasannya hanya ingin ada 1 Legondo dan tidak ingin ada cabang Legondo Ibu Suad lainnya. Yang awalnya tidak ingin dijadikan bisnis tetapi seiring jalannya waktu Legondo ini sendiri diserahkan pada anaknya yaitu bapak Fuad untuk diperkenalkan pada masyarakat dan juga dijadikan peluang untuk berbisnis.

Aplikasi sebagai alat bantu desain konten visual yang dapat diakses secara *online* digunakan untuk pembuatan video profil, pembukuan, dan desain *banner*. Aplikasi yang digunakan adalah Canva. Untuk membuat video profil, desain dan template dipilih dan media, musik, atau suara ditambahkan supaya video menjadi lebih menarik. Untuk pembuatan *banner*, *template* dan desain yang ada di Canva dipilih. Setelah itu, desain dicetak menjadi *banner*. *Banner* diletakan di tempat-tempat strategis supaya calon pembeli dapat melihat dan tertarik untuk membeli. Dalam pembuatan pembukuan, rencana pembukuan dibuat, transaksi keuangan dicatat seperti pendapatan dan pengeluaran yang dikelompokkan sesuai dengan kategori.

4. Sumber Dana

Jumlah yang diberikan dari pihak Kampus sebesar maksimal Rp500,000/UMKM dan digunakan untuk membeli *standing roll up banner* seharga Rp250,000 yang seharusnya juga ada dana sejumlah RP 100,000 untuk print materi pembelajaran keuangan tetapi tidak terelaksanakan karena adanya hambatan waktu pembelajaran

5. Waktu dan Tempat Penyelenggaraan

Kegiatan KKN ini dilaksanakan di Borobudur dalam waktu kurang lebih 2 bulan terhitung sejak tanggal 24 September 2023 hingga 4 November 2023. Waktu kegiatan KKN sejak Senin hingga Sabtu, untuk waktu jam memulai kegiatan KKN di UMKM Legondo Ibu Suad Borobudur dimulai jam 09.00-17.00. Kegiatan selama KKN ini dilaksanakan di tempat UMKM Legondo, dan ada juga bentuk kegiatan serabutan yang dilaksanakan seperti ke pasar untuk membeli beberapa kebutuhan untuk pembuatan Legondo dan juga ke panti asuhan untuk membantu berbagi saat Jumat Berkah.

6. Hasil Kegiatan dan Diskusi

Hasil dari kegiatan KKN yang terlihat menunjukkan perubahan yang dialami mitra UMKM yaitu Ibu Erna dan Bapak Fuad lebih bisa menggunakan *social media* untuk memasarkan Legondo. Juga khususnya Ibu Erna lebih bisa menggunakan dan juga memahami cara mengedit design di canva dan juga di Instagram. Selain itu yang awalnya UMKM Legondo Ibu Suad belum memiliki profil perusahaan kini UMKM Legondo memiliki profil perusahaan yang bisa memudahkan saat kegiatan promosi, juga membantu ibu Erna membuat *design banner* dengan tampilan baru. Ada juga kegiatan yang saya ikuti seperti mengikuti bazar di dalam taman wisata Candi Borobudur dan juga mengikuti kegiatan di Hotel EastParc Jogja, dan juga ada beberapa kegiatan seperti menemani Ibu Erna mengantar Legondo ke pelanggannya. Selain kegiatan membuat dan mengantar pesanan Legondo, saya juga diajak untuk melihat rumah pertama kali pembuatan Legondo yang bertempat didalam area Taman Wisata Candi Borobudur yang sekarang sudah digusur



untuk dijadikan tempat wisata, kemudian diajak oleh Ibu Erna dan Bapak Fuad ke rumah semasa kecil Ibu Suad yang sekarang sudah dijadikan Pesantren sekaligus Panti Asuhan juga.

7. Refleksi Diri terhadap Kegiatan

Refleksi diri terhadap kegiatan ini sendiri membuat saya bisa belajar untuk menjadi pribadi yang bisa lebih mandiri dari sebelumnya dan juga membuat saya bisa lebih memahami mengenai tentang kepekaan terhadap masalah disekeliling dan juga jadi bisa menerapkan nilai-nilai Kristiani Unggul Profesional dan Peduli (KUPP) juga dengan adanya kegiatan KKN ini apa yang sudah diterapkan selama kegiatan bisa berlaku panjang dalam kehidupan sehari-hari.

8. Simpulan dan Saran/Rekomendasi

Pada akhir program kerja yang mencakup pembuatan video profil, pembukuan, dan pembuatan *banner* untuk UMKM Legondo Ibu Suad, peningkatan visibilitas, manajemen keuangan yang lebih efisien, dan peningkatan promosi produk diharapkan dapat dirasakan oleh UMKM. Video profil dapat meningkatkan visibilitas UMKM diplatform digital dan membantu menarik calon pelanggan dan meningkatkan kesadaran merek. Pembukuan yang teratur dapat membantu UMKM dalam mengelola keuangan dengan lebih efisien termasuk pemantauan pendapatan, pengeluaran, dan profitabilitas, sedangkan *banner* dapat membantu UMKM sebagai alat promosi. Desain yang menarik dan informatif dapat menarik perhatian pelanggan dan meningkatkan penjualan. Simpulan dan saran menurut saya untuk kedepannya mungkin selama kegiatan KKN berjalan setidaknya ada panitia dari kampus yang ikut juga mendampingi selama KKN agar bisa terkontrol juga kegiatan KKN dan juga kegiatan bisa 2 bulan jadi untuk kegiatan KKN nya bisa lebih bisa terlaksanakan juga karena jika hanya 6 minggu masih termasuk kurang untuk mengobservasi dan juga menjalankan program kerja.

9. Daftar Acuan

Menggunakan sistem referensi APA 7th edition (lihat <https://libguides.umgc.edu/apa-examples>) Acuan yang tertulis di sini hanya yang dikutip/diacu di dalam laporan ini.

10. Dokumentasi Kegiatan



Hari pertama pengenalan dengan Ibu Erna dan juga tahap observasi UMKM Legondo



Kegiatan gunting menggunting



Hasil dari cover cover profil perusahaan yang dibuat di canva



Menemani ibu Erna untuk mengantarkan pesanan Legondo di Balai Desa



Menemani ibu Erna ke pasar untuk membeli perlengkapan bahan-bahan





Saat mengikuti kegiatan bazar yang dilaksanakan di kompleks Candi Borobudur selama 3 hari



Saat mengikuti bazar pengenalan UMKM yang dilaksanakan Di Hotel EastParc Jogja

Bunga Rampai

Pemberdayaan UMKM di Desa Wisata Borobudur



Kegiatan menemani ibu Erna di Panti Asuhan bersama ibu-ibu yang lain (Jumat berkah)



Foto bersama Ibu Suad setelah mewawancarai untuk proses video profil perusahaan





Foto di depan rumah pertama ibu Suad, rumah semasa kecil ibu Suad sekaligus juga dapur pertama pembuatan Legondo





Bunga Rampai

PEMBERDAYAAN UMKM DI DESA WISATA BOROBUDUR

Buku ini merupakan hasil kegiatan KKN Tematik Unika Atma Jaya pada tahun 2023 yang dilaksanakan di Desa Borobudur, Magelang, Jawa Tengah. Sepuluh artikel dari sepuluh mahasiswa peserta KKN mengupas dari analisis situasi UMKM untuk menggali masalah, menetapkan tujuan untuk memecahkan masalah UMKM, memilih metode yang mengena untuk menyelesaikan masalah, hingga menyajikan hasil kegiatan yang telah dilakukan dan melakukan refleksi. Peserta KKN melaporkan adanya perubahan dan perkembangan usaha UMKM yang didampinginya selama satu setengah bulan. Hal tersebut dapat dilihat dari luaran yang telah dicapai, yaitu perubahan desain kemasan produk UMKM, ketersediaan buklet, akun di media sosial, kecakapan berbahasa Inggris untuk menghadapi wisatawan mancanegara, dan lain-lain. Ketercapaian tersebut menunjukkan bahwa KKN Tematik 2023, yang bersifat lintas bidang ilmu, telah berhasil membantu permasalahan UMKM dalam jangka waktu pelaksanaan.

Penerbit Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya

Jl. Jend. Sudirman Kav. 51

Jakarta 12930 Indonesia

Phone : (021) 5703306 psw. 631

Email : penerbit@atmajaya.ac.id

Website : <http://www.atmajaya.ac.id>