

## **PELATIHAN: METODE VALUE PROPOSITION DALAM UPAYA MENJAGA KEBERLANGSUNGAN BISNIS HOME INDUSTRY DI CIKAMPEK**

**Edi Susanto<sup>1)</sup>, Hari Adianto<sup>2)</sup>, Arief Irfan Syah Tjaja<sup>3)</sup>, Ghifari Hamzah<sup>4)</sup>,  
Rara Massayu Sabila Salma S<sup>5)</sup>**

<sup>1,2,3,4)</sup>Departemen Teknik Industri, Institut Teknologi Nasional, Bandung

<sup>5)</sup>Fakultas Biologi, Universitas Jenderal Soedirman, Purwokerto  
*edsusanto@itenas.ac.id*

### **Abstract**

This activity provides an understanding of the value proposition (VP) method to 13 home industry players in Cikampek. The training is performed comprehensively with a value proposition approach, as a business continuity effort, where the actors in this partner are facing problems with the impact of the pandemic; business difficulties, lack of knowledge and innovation in managing, lack of understanding of capital and finance. The training needs performed the materials needed for this home industry business, such as; business management and innovation, financial report preparation, and value proposition approach strategy, which includes 8 elements; product design, raw materials, packaging, features, process, distribution, service, price. The methodology used is blended learning, namely offline and online, due to the current pandemic situation, offline participants are limited to only 5 people with strict health protocol rules (wearing masks, hand sanitizer, checking temperature, washing hands, and towels), the rest is online. via zoom meeting. The assessment stage with a pretest before training and a posttest after the realization and assignment stages, was performed because of the evaluation of this PKM, it is said to have succeeded in the very good category, because each participant was judged to be able to understand the material presented, with the overall average rating having met the set success standards.

*Keywords: value proposition, business continuity, blended learning, offline and online.*

### **Abstrak**

Kegiatan PKM ini bertujuan memberikan pemahaman metode proposition value (PV), kepada 13 pelaku home industry yang ada di sekitar Cikampek. Pelatihan dilakukan secara komprehensif dengan pendekatan proposition value, sebagai upaya kesinambungan bisnis, dimana para pelaku di mitra ini, sedang menghadapi permasalahan dampak pandemi; kesulitan usahanya, minimnya pengetahuan dan inovasi dalam mengelola usahanya, kurangnya pemahaman modal dan keuangan. Kebutuhan pelatihan yang dilakukan memuat materi yang diperlukan usaha home industry ini, seperti; pengelolaan usaha dan inovasi, pembuatan laporan keuangan, dan strategi pendekatan proposition value, yang meliputi 8 elemennya; desain produk, bahan baku, kemasan, fitur, proses, distribusi, layanan, harga. Metodologi yang digunakan adalah dengan blended learning, yaitu gabungan metode pembelajaran dengan cara offline dan online, dikarenakan situasi pandemik saat ini, peserta offline dibatasi hanya 5 orang dengan aturan protokol kesehatan yang ketat (memakai masker, handsanitizer, cek suhu, tempat cuci tangan dan handuk), selebihnya dengan online melalui zoom meeting. Tahap penilaian dengan pretest sebelum pelatihan dan posttest setelah tahap realisasi dan penugasan, dilakukan sebagai hasil evaluasi pada PKM ini. Secara umum dikatakan telah berhasil dalam kategori baik sekali, karena masing-masing peserta dinilai dapat memahami materi yang telah disampaikan, dengan rata-rata penilaian secara keseluruhan telah memenuhi standar keberhasilan yang ditetapkan..

*Kata kunci: proposition value, kesinambungan usaha, blended learning, luring dan daring.*

## PENDAHULUAN

Pandemik global Covid-19 dampaknya masih memberikan pengaruh yang sangat besar (McKibbin dan Fernando, 2020), terhadap segala aspek kegiatan ekonomi kita, tak terkecuali sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

Berdasarkan laporan CNBC Indonesia, (2020), bahwa peran sektor ini dalam mempertahankan perekonomian bangsa Indonesia, dinilai sangat penting, dimana UMKM menyerap tenaga kerja lebih dari 96% dan lebih dari 60% penyumbang produk domestik bruto (PDB) NKRI. Sayangnya, pada tahun 2020 yang lalu, hampir 48% sektor ini, hanya dapat bertahan maksimal tiga bulan saat masa pandemik Covid-19, jika wabah ini berlanjut, maka 80% usaha mikro tidak akan memiliki uang dan tidak ada tabungan lebih dari 60% (Mandiri Market Outlook, 2021), Dengan besarnya jumlah pelaku sektor ini tentu dapat menghambat pertumbuhan perekonomian nasional secara keseluruhan (Bapenas RI, 2021).

Dalam situasi ini, dampak paling besar bagi para pelaku dan lapangan usaha *home industry* yang termasuk dari bagian dari UMKM (Rosita dkk, 2020). Oleh karenanya, para pelaku *home industry* harus cermat melihat peluang di tengah kondisi yang serba sulit ini. Salah satu bukti peluang keberhasilan ini dalam upaya meningkatkan pendapatan UMKM saat pandemi melalui perdagangan *e-commerce* (Ihza (2020),

Semestinya *home industry* ini, harus dapat mendapat kepastian, perlindungan dan kesempatan untuk tetap beroperasi, secara pasti dari pemerintah, walau terdampak

pandemik. Hanya saja, saat ini, peran pemerintah dalam hal membantu para pelaku *home industry* banyak keterbatasan. Disisi lain, dalam kesulitan ini, para pelaku *home industry* harus jeli mencari peluang pasar. Tentunya bukan hanya sekedar karena alasan PPKM (pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat) yang menerapkan aturan ketat, sementara disisi lain dampak keberlangsungan usaha para pelaku *home industry* terancam, sehingga seyogyanya menjadi tanggungjawab bersama, termasuk dari dunia pendidikan untuk memberikan solusi terbaik, agar para pelaku usaha ini dapat mempertahankan usahanya ditengah wabah yang tak kunjung usai ini (lapakpas, 2021), karena dari kebijakan pemerintah akibat pemberlakuan pembatasan keluar rumah yang cukup ketat (Hardilawati, 2020), sementara disisi lainm usaha ini rutinitas aktivitasnya membutuhkan banyak dilakukan diluar rumah saat sebelum pandemik.

Saat ini, sektor industri rumahan (*home industry*) yang biasanya mendapatkan penghasilan langsung dari kegiatan masyarakat, banyak kegiatan di masyarakat yang serba dibatasi, karena kegiatan perkantoran, kesekolah dan banyak dunia usaha diliburkan dengan tujuan menghindari kontak langsung dengan manusia, hal ini untuk menekan dan menengendalikan infeksi dari penyebaran Covid-19 (Chih-Cheng, 2020).

Dampak dari pembatasan secara ketat tersebut, berakibat pada konsumen terbesar di sekelilingnya pun secara otomatis menjadi berkurang, bahkan hamper tidak ada. Hanya saja, para pelaku dalam sektor ini tidak boleh menyerah, untuk tetap bertahan dan berpikir lebih keras dan cerdas, agar

keluar dari permasalahannya, dengan memahami waktu yang tepat untuk menyiapkan strategi sebagai solusi dalam keadaan ini.

Dirasa perlunya pemahaman dan kompetensi pengelolaan manajemen usaha dan pengetahuan pengelolaan keuangan menjadi pilihan yang harus dilakukan dan mencari strategi metode terkini seperti *proposition value* dalam mempertahankan usahanya.

Seperti halnya, para pelaku *home industry* di wilayah Cikampek Kabupaten Karawang, mengalami hal tersebut diatas. Selain itu kurangnya inovasi, akses pemasaran dan rendahnya teknologi dimana masih mengandalkan peralatan yang manual menjadi hal yang perlu ditindaklanjuti untuk perbaikan. Karena itu, pentingnya pemahaman dan kesadaran dalam penguatan para pelaku *home industry* dalam keberlangsungan usaha, memerlukan strategi yang tepat dalam menyikapinya. Sektor ini merasakan dampaknya dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidupnya, sehingga tidak bisa berdiam diri atau bahkan dibiarkan saja, jika ingin bertahan dalam kesinambungan bisnisnya.

Dalam hal menciptakan kesinambungan ini, perlu upaya inovatif untuk mempertahankan kelangsungan usahanya. Berbagai kebijakan pemerintah telah dilakukan, namun masih belum terasa kebijakan tersebut dapat membantu, sehingga perlunya upaya dan usaha ditengah persaingan yang ketat dan daya beli masyarakat yang relatif menurun.

Beberapa pendekatan untuk permasalahan ini, menurut Lembaga UMKM Indonesia (2020), dapat diawali dengan langkah awalan dengan melihat kembali posisi produk dan pelayanan kita dalam pasar yang ada, termasuk posisi persaingan yang terjadi, posisi daya tawar yang sepadan, setelah itu

langkah berikutnya memetakan tingkat relevansi *value advantage* (nilai keunggulan) terhadap kebutuhan pasar dalam situasi yang ada sekarang.

Pendekatan komprehensif inovatif seperti *preposition value* yang bisa dikatakan merupakan cara baru memenuhi kebutuhan pelanggan (Proweb, 2021), dan metode ini ditengarai sudah terbukti manfaatnya. Konsep *proposition value* yang menjadi dasar untuk memahami keunggulan produk dibandingkan dengan produk kompetitor adalah meliputi 8 elemen yang bisa kembangkan, antara lain: desain yang menarik, bahan baku yang baik, kemasan/bungkus yang unik, fitur produk yang menarik dan menjual, proses/teknologi yang efisien, sistem distribusi yang mudah, layanan yang cepat, harga yang relatif yang murah. Sedangkan menurut CFI, *proposition value* adalah cara yang ampuh untuk mendorong penjualan dan meningkatkan *customer loyalty*.

Beberapa permasalahan yang timbul yang terjadi di lapangan, banyak *home industry* mengalami kesulitan dalam kelangsungan hidupnya, bahkan banyak terancam bangkrut karena faktor pemodal, minimnya pemanfaatan teknologi dan inovasi, terbatasnya akses pemasaran bahkan kurangnya minat masyarakat untuk membeli produk yang dibuatnya. Situasi kondisi Mitra PKM ini, perlu adanya sentuhan pelatihan dan pendampingan dalam mempertahankan usahanya dari berbagai pihak, baik pemerintah daerah melalui dinas terkait, akademisi dan yang lain. Pendekatan metode ini, diharapkan mampu menjadi solusi dari permasalahan para pelaku usaha sektor ini. Masalah yang dihadapi mitra diantaranya; 1) Minimnya kompetensi dalam mengelola bisnis, dan belum merasa pentingnya laporan keuangan dalam mengatur jalannya *cash flow* keuangan, dan bagaimana

membuatnya. 2) Terbatasnya akses knowledge dan kemampuan inovasi produk, sehingga membuat kurang menariknya produk untuk dijual dengan pendekatan komprehensif, seperti *proposition value*.

Sehingga kami salah satu yang mewakili dari dunia pendidikan, dalam hal ini tim PKM, memberikan usulan dan dukungan berupa pelatihan dalam upaya ikhtiar keluar dari masalah mitra dari *home industry* tersebut. Dilain sisi, pihak mitra dapat lebih menyiapkan strategi yang tepat dalam upaya keberlangsungan usahanya, yaitu dengan metode pendekatan *proposition value*. Dimana tujuan dari pelatihan ini, akan mampu memahami pengelolaan usaha yang baik melalui pengelolaan komprehensif dari usaha manajemen, pentingnya inovasi dan laporan keuangan dengan melibatkan 13 mitra dan yang telah mengikuti kegiatan pelatihan ini, serta menghasilkan berbagai produk dan pelayanan pada bidang usaha masing-masing.

## METODE

Guna menncapai target luaran yang diharapkan maka Pelatihan inii menggunakan *interactive learning*, dilakukan melalui pemberian pemahaman kepada para pelaku *home industry*, berupa materi; materi 1, yaitu; pentingnya kualitas produk inovasi, materi 2, meliputi tahapan konsep *proposition value*, seperti; identifikasi permasalahan usaha, implementasi dari perancangan *proposition value*, implementasi dan materi 3, berupa materi pengelolaan manajerial dan keuangan, yang meliputi 3 modul dan 5 sesi. Metode penyampaian dengan *blended learning system (offline dan online)*, dengan dibatasi peserta *offline* berjumlah 5 pelaku *home industry*, dan sisanya dilakukan secara daring melalui

*zoom-meet*, karena mengingat kondisi dan kebijakan *social distancing* dari pemerintah terutama dengan adanya aturan PPKM untuk menurunkan resiko wabah Covid-19.

Selanjutnya dilakukan penugasan kepada para peserta, seperti; membuat nilai proposisi (*proposition value*) dari produk masing-masing, strategi dan rancangan berdasrakan 8 elemen *proposition value* tersebut, ini durasinya adalah selama 1 hari setelah tahap realisasi/ pelaksanaan pelatihan. Dalam tahap ini media koordinasi kepada mitra dengan *Whatsapp group*.

## Tahap Realisasi

Tahap realisasi pada pelaksanaan PKM ini, dikembangkan oleh tim pengusul dari Prodi Teknik Industri ITENAS Bandung, menggunakan gabungan dari metode *online* dan *offline*, atau yang sering disebut sebagai metode *blended learning* (Rasheed dkk., 2020). Tahapan yang dilakukan, seperti: 1) Telah merancang dan membuat seperangkat keperluan pelatihan, diantaranya; silabus dan modul pelatihan, *slide* dan video presentasi, menyiapkan perangkat computer dan *infocus* yang diperuntukan untuk peserta *offline* yang berada di tempat dan lokasi mitra. Sedangkan kelas *online* disiapkan dengan menyewa akun *zoom-meet* berbayar dari pihak ketiga, guna menunjang kelancaran pelatihan. Selain itu, telah membuat grup *Whatsapp* yang digunakan sebagai konten dari model koordinasi para peserta dan pemateri dalam memudahkan proses pelatihan dan tahap penugasan kepada para peserta, 2) Realisasi dari kegiatan, dilaksanakan melalui *interactive blended learning* secara bersamaan, dengan melibatkan interaksi aktif semua peserta, baik yang tatap muka langsung maupun yang melalui *virtual*, dan 3)

Penilaian sebagai pada tahap evaluasi ini, dievaluasi dengan pretest yang dilakukan 20 sampai dengan 30 menit sebelum pelatihan dimulai, dilakukan untuk melihat sejauh mana pemahaman awal peserta, termasuk tahap penugasan praktek langsung (Susanto dkk, 2021), yang diberikan waktu 1 hari setelahnya untuk membuat *preposition value canvas*, pada kelompok bidang usaha masing-masing, selanjutnya dilakukan posttest pada tahap terakhir, guna mengukur seberapa paham para peserta setelah melakukan serangkaian pelatihan yang diikuti.

### **Tahap Penilaian**

Tahap penilaian ini sebagai bagian dari hasil evaluasi dari pelatihan tersebut, untuk melihat tingkat keberhasilan para peserta. Dengan melakukan *pretest* dan *posttest* menggunakan aplikasi *google form*, saat sebelum dan sesudah realisasi dari pelatihan ini.

### **Waktu dan Lokasi PKM**

Waktu pelaksanaan pelatihan ini direalisasikan dengan durasi 2 hari, terdiri dari 1 hari pelatihan dan 1 hari tahap penugasan. Sedangkan lokasi pelaksanaan pelatihan dengan *offline* (tatap muka langsung) berpusat di tempat mitra, yaitu rumah Ibu Yuni Purwaningsih, A.Md., sebagai salah satu peserta dari *home industry* produk kripik bawang dengan brand “TwinSnack”, yang beralamat di Desa Balonggandu Kecamatan Cikampek, Kabupaten Karawang. Para mitra adalah para pelaku *home industry* ini dari anggota KUKBI dan paguyuban *home industry* Cikampek. Sedangkan yang *melalui daring dilaksanakan di kediaman para peserta*.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah direalisasikan tersebut, terdiri atas beberapa tahapan, yaitu;

### **Persiapan**

Tahap persiapan ini meliputi; persiapan awal, dengan membuat video tutorial; cara pembuatan *proposition value*, penggunaan aplikasi laporan keuangan online gratis dengan *download* dari Apps (warungkita.com). Aplikasi tersebut digunakan untuk mempermudah membuat laporan keuangan *online melalui* konten *virtual*, dilakukan secara interaktif terhadap para peserta pelatihan via *zoom meeting* untuk peserta daring dan *infocus* untuk yang luring. Sedangkan pendaftaran para peserta sebelum pelatihan, *pretest* dan *posttest* menggunakan *google-form*.

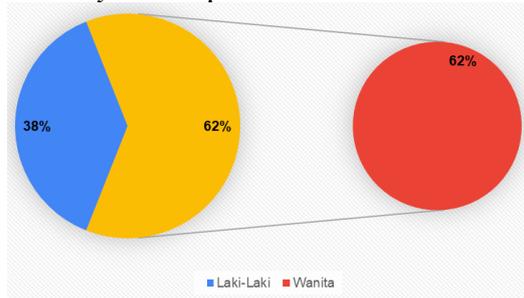
### **Realisasi**

Realisasi dalam pelaksanaan pelatihan dilakukan melalui tahapan-tahapan berikut; pelatihan dengan metode *blended learning* ini dilakukan dengan 1 hari pelatihan, yaitu tanggal 3 Juli 2021, dengan membagi kedalam 5 sesi dan 3 modul, dimulai dari jam 8.00 s/d 17.00 WIB. Kemudian dilanjutkan 1 hari tahap penugasan setelah pelaksanaan pelatihan atau tanggal 4 Juli 2021, sebagai rangkaian satu-kesatuan dari kegiatan PKM ini, sehingga menjadi 2 hari pelaksanaan.

### **Metode *blended learning***

Metode *blended learning* ini dilaksanakan luring/tatap muka (*offline*) sejumlah 5 pelaku *home industry* dan yang *daring (online)* dilakukan dari tempat tinggal peserta via aplikasi *zoom meeting* dengan jumlah peserta 8 pelaku *home industry*, presentase dari peserta

seperti pada gambar 1. Pada kegiatan ini, dilakukan penyampaian materi dan dilanjutkan dengan penugasan. Pada kegiatan ini, para peserta diberikan penjelasan mengenai teknis pelaksanaannya dengan menggunakan metode penyampaian materi secara *online dan offline*. Pada kegiatan pembukaan dan sosialisasi ini dilakukan oleh kordinator paguyuban *home industry* Cikampek dan ketua tim PKM.



Gambar 1. Komposisi Peserta Workshop

Pada pertemuan hari pertama merupakan kegiatan pembukaan dan pemaparan pelatihan kepada para peserta. Pada kegiatan ini, para peserta diberikan penjelasan mengenai teknis pelaksanaannya dengan menggunakan metode penyampaian materi secara *offline* di rumah mitra di

Desa Balonggandu Kecamatan Cikampek. (gambar 2) dan secara *online* (gambar 3). Pada kegiatan sosialisasi ini dilakukan simbolisasi pembukaan yang dilakukan oleh koordinator mitra PKM dari paguyuban *home industry* Cikampek bersama ketua tim pengusul PKM ITENAS Bandung.



Gambar 2. Penyampaian secara *offline*



Gambar 3. Penyampaian secara *online*

Tabel 2 Hasil Pretest-Posttest

Peserta	Nilai Pretest				Nilai Posttest			
	Sub Total			Rata-rata	Sub Total			Rata-rata
	Materi 1	Materi 2	Materi 3		Materi 1	Materi 2	Materi 3	
L1	100	67	75	88	100	100	100	100
L2	67	50	75	64	83	100	100	94
D3	67	50	75	64	83	100	100	94
D4	67	33	25	44	83	67	100	81
D5	50	33	25	38	83	83	75	81
D6	67	33	50	50	67	83	75	75
L7	67	50	75	63	83	83	75	81
D8	67	33	75	56	67	67	100	75
L9	67	33	75	56	83	67	75	75
L10	67	33	50	50	67	83	75	75
D11	67	17	50	44	83	50	75	69
D12	67	33	25	44	83	67	75	75
D13	67	17	25	38	83	67	75	75

Keterangan: D=daring/*online*, L = luring/*offline*

### Tahapan penugasan

Penugasan diberikan kepada para peserta untuk membuat PV canvas dari masing-masing produk mereka, dengan pendekatan interactive learning melalui grup Whatsapp, dimana para peserta berdiskusi serta berkonsultasi dengan pemateri, yang mana pemateri berperan sebagai fasilitator dan sekaligus konsultan dalam membuat PV canvas masing-masing melalui forum tersebut, kemudian hasilnya yang dikumpulkan melalui email yang telah ditentukan panitia.

### Tahap Penilaian/Evaluasi

Tahap penilaian, sebagai hasil evaluasi dilakukan saat sebelum materi pelatihan diawali dengan pretest, dan pada akhir kegiatan pelatihan setelah menyelesaikan tahapan penugasan dilakukan posttest, dimana peserta mengisi test tersebut diberikan link google-form yang terdiri dari total 16 pertanyaan yang wajib diisi, yang mencakup; pemahaman kualitas produk dan inovasi dalam PV (materi 1) ada 6 pertanyaan, tahapan metode proposition

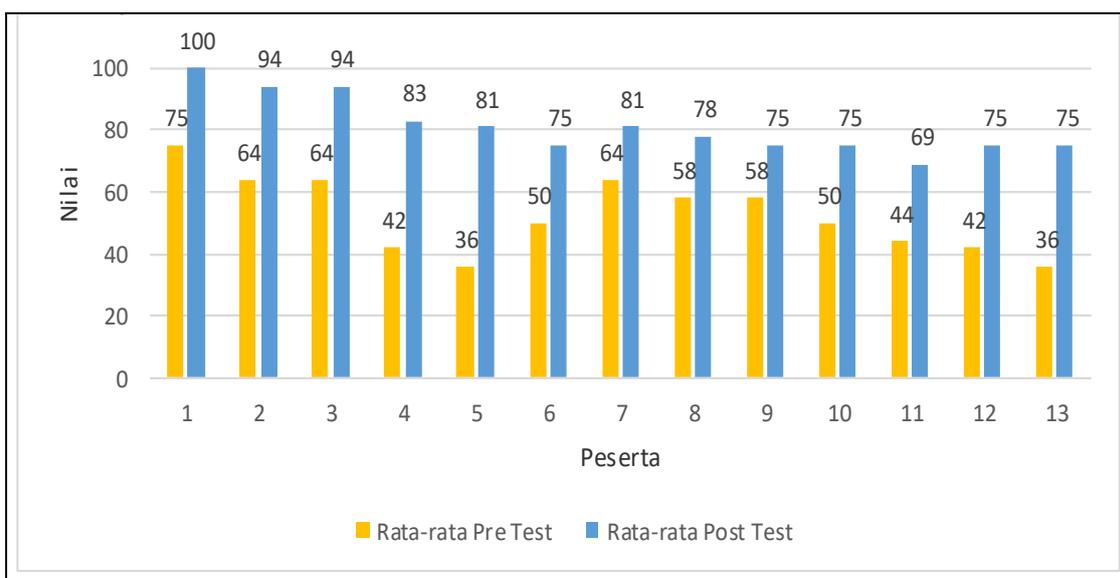
value (materi 2) terdiri dari 6 pertanyaan dan laporan keuangan dalam mendukung keberhasilan PV (materi 3) ini, terdapat 4 pertanyaan pada materi tersebut. Semuanya meliputi dari evaluasi pelaksanaan pelatihan ketiga bagian test untuk masing-masing peserta dan nilai rata-rata pre test terkecil adalah 25 (peserta D12 dan D13) dan yang tertinggi adalah 88 (peserta L1). Sementara, pada nilai posttest nilai terkecil (peserta L11).

Pada Gambar 4 memperlihatkan peningkatan pemahaman dari masing-masing peserta dari sebelum dan sesudah pelatihan dapat dilihat perbandingannya, pada online dan offline, maka hasil rata-rata dengan metode offline, dari 58 (C) menjadi 83 (A-) atau terjadi peningkatan sekitar 30%. Sedangkan rata-rata pada metode online dari pre test 44 (E) meningkat setelah post test menjadi 80 (A-). keseluruhan peserta, yaitu minimum nilai B- (69), dan secara keseluruhan mendapat nilai 81 (A-).

Tabel 3 Konversi Hasil Pretest-Posttest

Peserta	Rata-rata <i>Pretest</i>	Konversi	Rata-rata <i>Posttest</i>	Konversi
L1	75	B+	100	A
L2	64	C	94	A
D3	64	C	94	A
D4	42	E	83	A-
D5	36	E	81	A-
D6	50	D	75	B+
L7	64	C	81	A-
D8	58	C	78	B+
L9	58	C	75	B+
L10	50	D	75	B+
D11	44	E	69	B-
D12	42	E	75	B+
D13	36	E	75	B+
<b>Total rata-rata</b>	<b>53</b>	<b>D</b>	<b>81</b>	<b>A-</b>

Keterangan: A= nilai >85-100 (Istimewa), A-= 80-84 (Baik Sekali), B= 75-79 (Baik), B- 70-74 (Cukup Baik), B-= 65-69 (Lebih dari Cukup), C= 55-64 (Cukup), D= 45-54 (Kurang), dan E= <45 (Kurang Sekali). (Diadaptasi dari; Indonesia Grading System, 2021)



Gambar 4. Diagram Peningkatan Keberhasilan Peserta Pelatihan PV

Table 4. Rata-rata Peningkatan

Peserta	Rata-rata Pretest	Rata-rata Posttest	Rata-rata Peningkatan	Keterangan
L1	75	100	25%	Offline
L2	64	94	32%	Online
D3	64	94	32%	Online
D4	42	83	49%	Offline
D5	36	81	56%	Online
D6	50	75	33%	Online
L7	64	81	21%	Offline
D8	58	78	26%	Online
L9	58	75	23%	Offline
L10	50	75	33%	Offline
D11	44	69	36%	Online
D12	42	75	44%	Online
D13	36	75	52%	Online
Rata-rata Offline (1)	58	83	30%	
Rata-rata Online (2)	44	80	45%	
<b>Total rata-rata ((1)+(2))</b>	<b>53</b>	<b>81</b>	<b>35%</b>	

Pada Tabel 4, diketahui peningkatan total rata-rata dari hasil pelatihan dari pretest 53 (D) setelah posttest menjadi 81 (A-) atau terjadi peningkatan terhadap pretest adalah 35%.

## SIMPULAN

Simpulan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan hasil analisis pembahasan adalah;

- Prioritas untuk solusi dari masalah yang dihadapi para peserta dari pelaku home industry di Cikampek, difokuskan pada

peningkatan kompetensi dan pemahaman komprehensif pentingnya kualitas dan inovasi produk, mengenalkan metode yang relatif baru dalam strategi bertahan dalam menjaga kelangsungan bisnis pelaku home industry, dan pentingnya laporan keuangan sebagai pendukung kesuksesan penerapan PV.

- Hasil evaluasi pemahaman peserta pelatihan dari kedua sistem pembelajaran baik online dan offline tidak ada perbedaan signifikan, semua meningkat; dari kelompok kelas offline dari sebelum pelatihan rata-rata nilai adalah 58 menjadi 83 (A-) atau naik rata-rata 30%. Sedangkan metode yang dilakukan online dari sebelumnya 44 menjadi 80 (A-) dengan rata-rata kenaikan 45%.
- Secara umum hasil pelatihan berhasil karena selain masing-masing peserta juga terendah mendapat nilai posttest 69 (B-), memenuhi standar keberhasilan > 65-69 (B-) yang ditetapkan. Sedangkan hasil rata-rata posttest secara keseluruhan kedua metode pembelajaran dengan blended system bagi para peserta pelaku home industry (online+offline), mengalami kenaikan rata-rata sekitar 35%, yaitu dari nilai sebelumnya 53 menjadi 81 (A-).

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LP2M Institut Teknologi Nasional Bandung atas hibah PKM untuk tahun anggaran 2021.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bapenas RI, (2021). Kajian Kebijakan Penanggulangan Dampak COVID-19 terhadap UMKM; Survei Kebutuhan Pemulihan Usaha Bagi UMKM Indonesia. Hal. 4.
- Chih-Cheng Lai, T.-P. S.-C.-J.-R. (2020). Severe Acute Respiratory Syndrome Coronavirus 2 (SARS-CoV-2) and Coronavirus Sisease-2019 (COVID-19): The Epidemic and The Challenge. *International Journal of Antimicrobial Agents*, 55.
- CNBC Indonesia, (2021). <https://www.cnbcindonesia.com/entrepreneur/20201126200053-25-205012/putri-tanjung-beberkan-dampak-pandemi-terhadap-umkm-ri>,
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 10 (1).
- Ihza, K, N, (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Umkm Ikhwa Comp Desa Watesprojo, Kemplagi, Mojokerto). *Jurnal Inovasi Penelitian*. 1 (7), 1325-1330.
- Indonesia Grading System, (2021). Di akses 24 Oktober 2021. <https://www.scholaro.com>
- ...., Intruksi Menteri Dalam Negeri (INMENDAGRI) Nomor 15 Tahun 2021 tentang

- Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Wilayah Jawa-Bali.
- Lapakpas, (2021). Di akses 26 Juli 2021.  
<https://lapakpas.com/berita/detail/3-dosen-dan-1-mahasiswa-itenas-bandung-melakukan-pkm-ke-home-industry-di-daerah-cikampek>
- McKibbin , W., Fernando R., (2020). The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios, CAMA Centre for Applied Macroeconomic Analysis , 29 February 2020, P. 1-43, Australian National University, ISSN 2206-0332
- Proweb (2021). Diakses Maret 9 Maret 2021.  
[http://www.proweb.co.id/article/ultima-erp/value\\_proposition.html](http://www.proweb.co.id/article/ultima-erp/value_proposition.html)
- Rasheed, R.A., Kamsin, A., & Abdullah, N.A (2020). Challenges in the online component of blended learning: A systematic review. *Computers & Education*, 144, 103701.
- Rosita, R (2020). Kreatif Merancang Nilai Keunggulan (Value Proposition) untuk Bertahan, *Jurnal Lentera Bisnis*. 9 (2), 109-120.
- Susanto, E., Rispianda, A. I., Adianto, H., & Hamzah, G. (2021). WORKSHOP ONLINE: METODE SYSTEMATIC LITERATURE RIVIEW SEBAGAI ALTERNATIF KARYA ILMIAH AKHIR BAGI MAHASISWA DAN DOSEN DI MASA PANDEMI COVID-19. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 246-257.
- UMKM Indonesia (2021). Di akses 10 Maret 2021.  
<https://www.ukmindonesia.id/ba-artikel/77#:~:text=Value%20proposition%20atau%20nilai%20manfaat,produk%20atau%20menggunakan%20pelayanan%20jasa>
- Wikipedia,(2020).  
[https://en.wikipedia.org/wiki/Interactive\\_Learning](https://en.wikipedia.org/wiki/Interactive_Learning). Diakses 16 Desember 2020.