

## Pendampingan ASPAK JABAR Cabang Bandung Raya dalam Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan Berbasis *Value Proposition Canvas*

Albert Kurniawan Purnomo<sup>1</sup>, Daniel Hermawan<sup>2\*</sup>, Ezra Karamang<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Nurtanio Bandung

<sup>2</sup>Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Katolik Parahyangan

<sup>3</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Indonesia Membangun

\*Penulis korespondensi : [daniel.hermawan@unpar.ac.id](mailto:daniel.hermawan@unpar.ac.id)

**Abstrak:** *Aliansi Produksi Alas Kaki Jawa Barat (ASPAK JABAR) Cabang Bandung Raya merupakan perkumpulan di bidang sosial dan kemanusiaan yang menyelenggarakan pendidikan informal di industri kecil menengah sektor alas kaki dan memberikan pelayanan jasa konsultan terhadap masyarakat dalam bidang teknologi alas kaki. Sebagai asosiasi yang mengoordinasi perajin alas kaki di kawasan Bandung Raya, ASPAK JABAR Cabang Bandung Raya mencermati ancaman keberlanjutan produksi alas kaki di masa depan. Rendahnya nilai jual alas kaki, serta mindset maklun yang dimiliki perajin membuat banyak anak perajin memilih untuk bekerja atau mengembangkan lini bisnis lain yang lebih menjanjikan. Pemberdayaan berbasis masyarakat yang ditawarkan merupakan pendampingan ASPAK JABAR Cabang Bandung Raya dalam meningkatkan jiwa kewirausahaan berbasis value proposition canvas. Pendekatan ini digunakan mempertimbangkan tantangan yang dihadapi mitra dari sisi produksi dan pemasaran dalam meningkatkan nilai jual produk alas kaki, sehingga lebih berorientasi pada kebutuhan pasar. Melalui pemberdayaan berbasis masyarakat, mitra memperoleh peningkatan level keberdayaan, khususnya pengetahuan dan keterampilan dalam mengembangkan jiwa kewirausahaan berbasis value proposition canvas.*

**Kata kunci:** *ASPAK JABAR Cabang Bandung Raya, jiwa kewirausahaan, value proposition canvas*

**Abstract:** *The West Java Footwear Production Alliance (ASPAK JABAR) Greater Bandung Branch is an association in the social and humanitarian sector which provides informal education in small and medium industries in the footwear sector and provides consulting services to the community in the field of footwear technology. As an association that coordinates footwear craftsmen in the Greater Bandung area, ASPAK JABAR Greater Bandung Branch is paying close attention to threats to the sustainability of footwear production in the future. The low selling value of footwear, as well as the understanding mindset of craftsmen, has made many craftsmen's children choose to work or develop other, more promising business lines. The community-based empowerment offered is assistance from ASPAK JABAR Greater Bandung Branch in improving the entrepreneurial spirit based on the value proposition canvas. This approach is used to consider the challenges faced by partners from the production and marketing side in increasing the sales value of footwear products, so that they are more oriented towards market needs. Through community-based empowerment, partners gain increased levels of empowerment, especially knowledge and skills in developing an entrepreneurial spirit based on value proposition canvas.*

**Keywords:** *ASPAK JABAR Greater Bandung Branch, entrepreneurial spirit, value proposition canvas*

## 1. Pendahuluan

Pengangguran merupakan salah satu masalah yang dihadapi oleh negara berkembang, salah satunya Indonesia (Haryanto dkk., 2023). Tingginya angka pengangguran dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti sulitnya memperoleh modal untuk melakukan usaha produktif dan rendahnya tingkat pendidikan yang membuat masyarakat kurang atau bahkan tidak kreatif dan inovatif (Ishak, 2018). Selain itu, pendidikan yang tinggi tidak menjamin kesuksesan seseorang karena mayoritas pola pikir masyarakat saat ini masih berkembang secara konvensional di mana kebanyakan masyarakat lebih senang bekerja sebagai Aparatur Sipil Negara (ASN) atau menjadi pegawai kantor di sektor swasta. Rendahnya kemauan untuk menghadapi risiko tersebut disebabkan oleh kurangnya keberanian dalam mengambil risiko (Kurniawan & Merliana, 2015).

Solusi yang tepat untuk menangani tingkat pengangguran tersebut tidak hanya dapat diatasi dengan membuka lapangan pekerjaan, tetapi juga dengan mempersiapkan masyarakat untuk membuka lapangan pekerjaan sendiri (Permadhy & Sugianto, 2020). Namun untuk membuka lapangan pekerjaan sendiri tersebut diperlukan kesadaran dan jiwa kewirausahaan yang tinggi (Pelipa & Marganingsih, 2020). Berdasarkan data BPS tahun 2022, rasio jumlah wirausaha di Indonesia masih sebesar 3,47% (dari angka ideal 14%) atau hanya sekitar 9 juta orang dari total jumlah penduduk. Angka ini masih rendah dibandingkan dengan Singapura yang mencapai 8,5%, Malaysia dan Thailand juga sudah mencapai 4,5%. Indonesia menargetkan peningkatan persentase mencapai 3,9 hingga 4 persen pada tahun 2024. Sehingga dapat terlihat bahwa jumlah wirausahawan di Indonesia masih rendah dan belum mencapai angka ideal (OJK, 2022).

Jiwa dan semangat kewirausahaan memiliki peranan yang sangat penting, terutama bagi dunia bisnis dan ekonomi, sehingga jiwa kewirausahaan ini harus memperoleh perhatian penuh. Semakin banyak masyarakat yang menyadari akan pentingnya jiwa kewirausahaan ini, maka semakin banyak pula peluang lapangan pekerjaan yang diperoleh (Safitri & Nawawi, 2022). Dengan begitu, secara tidak langsung pelaku wirausaha telah membantu mempertahankan negara dari berbagai krisis yang melanda dunia (Sinring, 2022). Dengan demikian, diperlukan usaha untuk menumbuhkan dan mengembangkan jiwa kewirausahaan

pada pelaku UMKM. Dalam rangka mendukung jiwa kewirausahaan, dibutuhkan juga kemampuan strategis, yaitu pelatihan *value proposition canvas* atau dapat dikenal dengan VPC. VPC merupakan sebuah metode dalam melihat cara menciptakan nilai atau manfaat bagi konsumen (Marwiyah dkk., 2022). Adapun manfaat VPC adalah membantu memahami kebutuhan konsumen, membantu membuat perencanaan bisnis agar tepat sasaran, dan mampu meningkatkan penjualan (Osterwalder *et al.*, 2014).

Desa Cangkuang Wetan, Kabupaten Bandung merupakan salah satu daerah yang memiliki banyak potensi UMKM, salah satunya komunitas ASPAK JABAR Cabang Bandung Raya. Aliansi Produsen Alas Kaki Jawa Barat (ASPAK JABAR) Cabang Bandung Raya merupakan perkumpulan di bidang sosial dan kemanusiaan yang menyelenggarakan pendidikan informal di industri kecil menengah sektor alas kaki dan memberikan pelayanan jasa konsultan terhadap masyarakat dalam bidang teknologi alas kaki. Sebagai perkumpulan yang menjadi wadah bagi perajin alas kaki, ASPAK JABAR Cabang Bandung Raya memiliki 30 anggota aktif yang melestarikan dan mengembangkan produksi alas kaki dengan keterampilan yang dimiliki. Saat ini, ASPAK JABAR Cabang Bandung Raya diketuai oleh Enjang Suherlan yang foto dirinya diberikan dalam Gambar 1. Mayoritas anggota ASPAK JABAR Cabang Bandung Raya telah memulai usahanya, namun mereka cenderung kurang merasa percaya diri, sehingga diketahui bahwa beberapa UMKM tidak berkembang dan saat ini beberapa pelaku UMKM lebih memilih untuk menjadi pekerja orang lain. Hal tersebut menyebabkan jumlah UMKM yang berkembang masih sedikit untuk ditemukan.



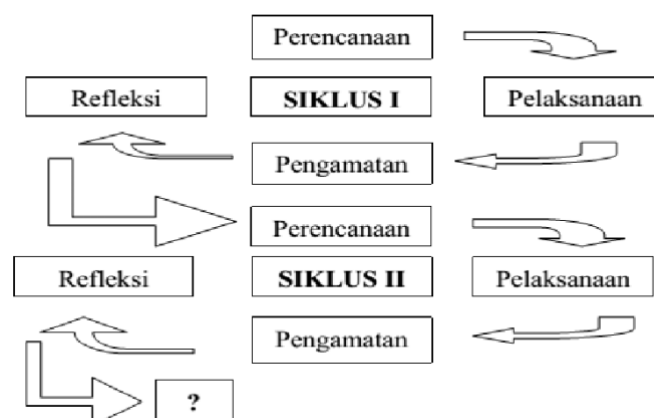
Gambar 1. Enjang Suherlan, Ketua ASPAK JABAR Cabang Bandung Raya

Peningkatan minat wirausaha menjadi sangat penting karena persaingan dalam dunia usaha saat ini sangat ketat dan peluang usaha semakin terbuka lebar. Berdasarkan hal tersebut, tim pengabdian mengadakan pendampingan terkait jiwa kewirausahaan dan *value proposition canvas* dengan tujuan untuk menginspirasi, serta membangkitkan kembali semangat para wirausaha di Desa Cangkuang Wetan, Kabupaten Bandung untuk dapat memulai usahanya dengan membaca peluang yang ada dan memanfaatkan potensi yang dimiliki lingkungan sekitar melalui pelatihan dan pengenalan jiwa kewirausahaan berbasis *value proposition canvas*.

## 2. Metode

Metode pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan *participatory action research* (PAR). Metode *participatory action research* adalah metode mendeskripsikan, menginterpretasikan, dan menjelaskan suatu situasi sosial pada waktu yang bersamaan untuk melakukan perubahan atau intervensi dengan tujuan perbaikan atau partisipasi (Hermawan, 2023a). Terdapat 4 tahap yang dilakukan dalam *participatory action research*, yakni perencanaan, pelaksanaan, pengamatan, dan refleksi di setiap siklusnya (De Oliveira, 2023).

Mengingat ASPAK JABAR Cabang Bandung Raya adalah mitra yang bergerak di bidang ekonomi produktif, solusi yang dipecahkan melalui metode yang diterapkan adalah permasalahan dalam bidang produksi dan pemasaran. Pemberdayaan berbasis masyarakat ini menggunakan tema besar kegiatan jiwa kewirausahaan dan *value proposition canvas* yang dilakukan dengan 2 siklus *participatory action research*, yakni secara teoretis maupun praktik.



Gambar 2. Model *Participatory Action Research* (Azhar (2021)).

Pendampingan dilakukan sebanyak 2 kali, yakni 12 dan 26 Agustus 2023 di Desa Canguang Wetan, Kabupaten Bandung dan diikuti kurang lebih 25 anggota ASPAK JABAR Cabang Bandung Raya. Pengukuran tingkat keberdayaan mitra dari sisi pengetahuan dilihat dari perbandingan hasil *pre-test* yang dibagikan sebelum pemaparan materi, serta hasil *post-test* yang dibagikan sesudah pemaparan materi. Sementara itu dari sisi keterampilan, peserta pendampingan diberikan kertas kerja untuk memetakan *value proposition canvas* (VPC) yang dibuat berdasarkan produk alas kaki yang mereka produksi.

### 3. Hasil dan Diskusi

Rangkaian program pengabdian kepada masyarakat dilakukan sebanyak 2 siklus, yakni teoretis dan praktik. Siklus teoretis dilakukan pada 12 Agustus 2023 dengan materi jiwa kewirausahaan dan *value proposition canvas*. Pendampingan dilakukan untuk meningkatkan tingkat pengetahuan mitra terkait jiwa kewirausahaan dan *value proposition canvas*. Kegiatan diawali dengan melakukan *pre-test* untuk mengukur tingkat pemahaman awal jiwa kewirausahaan dari anggota ASPAK JABAR Cabang Bandung Raya. Setelah itu, tim pengabdian memberikan materi tentang wirausaha, pentingnya wirausaha, gambaran wirausaha di Indonesia, dan kiat-kiat melakukan bisnis, baik secara teknis ataupun dalam hal pengaturan keuangan seperti diperlihatkan dalam Gambar 3.



Gambar 3. Pemaparan Materi oleh Tim Pengabdian



Setelah pemaparan materi selesai dilakukan, tim pengabdian membagikan *post-test* dengan soal yang sama dengan *pre-test*. Hasil penilaian menunjukkan terdapat peningkatan nilai dari *pre-test* yang diikuti peserta pendampingan. Hal tersebut menunjukkan bahwa peserta memahami dan siap mempraktikkan ilmu yang didapatkan tentang jiwa kewirausahaan. Tim pengabdian juga mengukur seberapa kuat jiwa kewirausahaan peserta lewat *self-assessment*. Hasil tes menunjukkan lebih dari 60% peserta memiliki jiwa kewirausahaan yang kuat dan sisanya perlu meningkatkan kualitas diri untuk mampu menjadi seorang wirausahawan.

Sesi kedua membahas tentang *value proposition canvas*, dimulai dengan *pre-test* dengan nilai rata-rata yang rendah. Hal ini terjadi karena materi VPC terbilang cukup sulit karena berkaitan dengan strategi melakukan bisnis. Sesi ini membahas VPC berupa kanvas kebutuhan konsumen dan produk atau jasa yang mampu diberikan oleh produsen kepada konsumen. Materi disampaikan dengan sedikit teori dan lebih banyak contoh praktik pada beberapa bisnis, seperti aplikasi transportasi *online*, bisnis kuliner/katering, dan bisnis sepatu. Salah satu kegiatannya didokumentasikan pada Gambar 4.



Gambar 4. Membahas *Value Proposition Canvas* Produk Alas Kaki Anggota ASPAK JABAR Cabang Bandung Raya

Setelah sesi pemaparan selesai, peserta diminta untuk mengerjakan *post-test*. Hasil rata-rata yang ditampilkan dalam Tabel 1 menunjukkan ada peningkatan poin, walaupun tidak terlalu tinggi, namun ada sedikit peningkatan. Hal ini terjadi karena materi yang terbilang baru bagi anggota ASPAK JABAR Cabang Bandung Raya dan perlu dilakukan pendalaman materi lebih lanjut.

Tabel 1. Hasil *Pre-Test*, *Post-Test*, dan *Self-Assessment* Pengabdian Kepada Masyarakat

No.	Jenis Kelamin	Usia (tahun)	Pendidikan	Hasil <i>Pre-Test</i> Jiwa Kewirausahaan	Hasil <i>Post-Test</i> Jiwa Kewirausahaan	Hasil <i>Pre-Test</i> VPC	Hasil <i>Post-Test</i> VPC	Hasil Jiwa Kewirausahaan
1.	P	42	SLTP	7	5	5	8	8
2.	L	27	SMP	3	6	5	5	10
3.	P	41	Paket C	7	6	4	6	11
4.	P	44	SLTP	4	7	4	6	11
5.	P	18	SMA	6	8	5	4	11
6.	L	17	SD	1	6	2	4	
7.	L	25	S1	5	8	5	5	12
8.	L	45	SMP	6	7	3	6	10
9.	L	42	SMA	5	5			11
10.	P	36	SLTP	6	6	7	7	11
11.	L	24	SMK	5	6	8	9	12
12.	P	18	SMK	6	7	0	2	
13.	P	57	Paket C	4	3	6	4	8
14.	L	47	SMP	6			8	
15.	L	43	SMA	6	9	5	7	13
16.	P	25	SD	4	7	3	6	9
17.	P	46	SD	4	6	7	4	12
18.	P	43	SMP	6	6	5	5	11
19.	P	48	SMP	7	6	6	8	13
20.	L	16	SD	6	6		7	11
21.	P	38	SD	7	6			9
22.	L	18	SMP	4	6	6	3	12
23.	P	40	SD	3	7		8	15
24.	L	37	SD	3	7		8	11
25.	P	47	SMP	5	7	6	7	12
26.	P	18	SMA	3	7	2	3	11
27.	P	33	SMA	4	8	1	5	11
28.	P	42	SMA	4	8	4	8	12
29.	L	28	SMP			3	3	

Keterangan dari Tabel 1 adalah sebagai berikut:

- : peserta tidak berpartisipasi dalam asesmen yang diberikan
- Nilai *pre-test* dan *post-test* menggunakan skala angka 0 – 10, di mana 0 merupakan angka terendah dan 10 merupakan angka tertinggi
  - Hasil Jiwa Kewirausahaanku dinilai dengan kriteria sebagai berikut: 1-5 lebih cocok menjadi karyawan, 6-10 perlu tambahan kualitas untuk menjadi wirausahawan, dan > 11 memiliki jiwa kewirausahaan kuat
  - P: Perempuan
  - L: Laki-laki



Gambar 5. Tim Pengabdian dan Peserta Pendampingan

Pendampingan dilanjutkan pada tanggal 26 Agustus 2023, yang merupakan kelanjutan atau praktik dari jiwa kewirausahaan dan praktik mengisi lembar kerja *value proposition canvas*. Praktik jiwa kewirausahaan dilakukan dengan materi mengoptimalkan WhatsApp



sebagai sarana promosi. Peserta dijelaskan manfaat WhatsApp *marketing* sebagai alat untuk mengirim pesan atau informasi promosi ke pelanggan atau calon pelanggan. Manfaat pemasaran melalui WhatsApp, di antaranya meningkatkan kedekatan dengan pelanggan, bersifat pribadi dan dapat dipersonalisasi, dan mampu membuat bentuk konten yang beragam.

Tim pengabdian memberikan *games* interaktif bagi peserta pendampingan untuk menawarkan produk melalui WhatsApp sebagai bagian dari praktik jiwa kewirausahaan. Peserta diminta membuat konten produk makanan ringan yang dibawa tim pengabdian seperti diberikan dalam Gambar 6. Setelah didokumentasikan, peserta diminta membuat *copywriting* berupa promosi yang menarik calon pembeli melalui status akun WhatsApp masing-masing peserta. Peserta dibebaskan untuk membuat konten yang bervariasi, baik menggunakan video, tulisan, gambar, ataupun animasi dengan aplikasi TikTok, CapCut, atau aplikasi media sosial sejenis lainnya. Penentuan pemenang dilakukan dengan banyaknya jumlah *view* status WhatsApp atau terdapat respon dari kontak WhatsApp yang menanyakan perihal produk yang dipromosikan.

Mencermati peran konten yang strategis di era digital, khususnya media sosial, maka konten digital menjadi elemen penting yang berperan strategis dalam pemasaran (Hermawan, 2021; Kurniawan & Hermawan, 2022). Selain itu, pemasaran konten yang baik akan menarik perhatian audiens untuk mengetahui keberadaan suatu merek (Hermawan, 2023b). Setelah *games* interaktif ditetapkan satu orang pemenang yang berhasil menarik perhatian dengan banyaknya *viewer* dan respons yang berhasil mereka peroleh dari konten yang dibuat.



Gambar 6. Praktik Pembuatan Konten dan Promosi Melalui WhatsApp *Marketing*

Sesi berikutnya dilanjutkan dengan praktik pengisian lembar kerja *value proposition canvas* diawali dengan *review* singkat. Peserta diminta mengisi lembar kerja VPC dengan bisnis produk sepatu seperti diperlihatkan pada Gambar 7. Terdapat peserta yang kesulitan dan kebingungan dalam mengisi kanvas VPC yang tersedia. Melalui asistensi dan pendampingan yang diberikan tim pengabdian, peserta secara antusias mencoba mengisi lembar kerja VPC dengan keterbatasan pemahaman yang dimiliki.



Gambar 7. Pengisian Lembar Kerja *Value Proposition Canvas*

#### 4. Kesimpulan

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan pada komunitas ASPAK JABAR Cabang Bandung Raya secara umum memberikan peningkatan tingkat keberdayaan, baik dari sisi pengetahuan maupun keterampilan yang terukur melalui asesmen yang dilakukan, baik melalui *pre-test*, *post-test*, *self-assessment*, maupun lembar kerja yang diberikan. Anggota ASPAK JABAR Cabang Bandung Raya menilai pendampingan yang diberikan memberikan mereka pemahaman yang lebih baik terkait jiwa kewirausahaan dan *value proposition canvas*.

Kendala yang dihadapi tim pengabdian dalam melakukan pendampingan adalah tingkat pendidikan peserta pendampingan yang relatif rendah, sehingga pemakaian bahasa, penjelasan, dan beberapa ilustrasi yang digunakan cukup sulit dipahami oleh peserta pendampingan.

Namun melalui pendekatan, pembawaan materi, dan humor yang diberikan kepada peserta pendampingan dinilai cukup berhasil meningkatkan antusiasme peserta dalam mengikuti rangkaian pendampingan yang dilakukan tim pengabdian.

### Ucapan Terima Kasih

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi, Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia yang telah memberikan dukungan pendanaan untuk program pengabdian kepada masyarakat skema Pemberdayaan Berbasis Masyarakat – Pemberdayaan Kemitraan Masyarakat Tahun Anggaran 2023 dengan judul “Pendampingan ASPAK JABAR Cabang Bandung Raya dalam Meningkatkan Jiwa Kewirausahaan Melalui Desain Kemasan dan Konten Digital Berbasis *Value Proposition Canvas*”.

### Daftar Referensi

- Azhar, H. 2021. Peningkatan Efektivitas Pembelajaran Kelas Studio Online dengan Metode Studiologi Modul SOLE. *Cakrawala: Jurnal Pendidikan*, Universitas Pancasakti Tegal, 15(2), 169–177.
- Haryanto, H., Junestin, Fahira, A., Reqha, C., Rahayu, P. & Nancy. 2023. Analisa Pemerintahan Sumatera Barat Terkait Ancaman Pengangguran Pasca Kenaikan Inflasi. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 29-35.
- Hermawan, D. 2021. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Pemasaran Konten, Bandung: Unpar Press.
- Hermawan, D. 2023a. Pendampingan Branding Dan Konten Pemasaran Digital Kampung Wisata Binong Berbasis Participatory Action Research. *Jurnal Abdimas Bina Bangsa*, 4(1), 642-660.
- Hermawan, D. 2023b. Social Media Marketing on Brand Awareness Local Indonesian Cosmetic Somethinc. *Jurnal Bisnis Terapan*, 79(1), 47-56.
- Ishak, K. 2018. Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Pengangguran Dan Inflikasi Terhadap Indeks Pembangunan Di Indonesia. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 7(1), 22-38.
- Kurniawan, A. & Merliana, V. 2015. *Kewirausahaan*, Alfabeta, Bandung.
- Kurniawan, M.S. & Hermawan, D. 2022. Analysis of Kampoeng Radjoet’s Content Marketing Strategy. *Journal of Applied Business Administration*, 6(2), 170-176.

- Marwiyah, S., Rahmadi, A. & Aisyah, R. 2022. Program Cash For Work (CFW) Sebagai Upaya Pemerintah dalam Mitigasi Pandemi Covid-19 (Studi Pada Kelurahan Kebonsari Wetan Kecamatan Kanigaran Kota Probolinggo). *Administratio: Jurnal Ilmiah Administrasi Publik Dan Pembangunan*, 13(1), 15–32, doi: 10.23960/administratio.v13i1.277.
- OJK. 2022. Sambut Era Society 5.0, Angela Tanoesoedibjo: Generasi Muda Harus Pacu Kemampuan Digital Natives. *Ojk.Go.Id*.
- De Oliveira, B. 2023. Participatory action research as a research approach: Advantages, limitations and criticisms. *Qualitative Research Journal*, Emerald Publishing Limited, 23(3), 287-297.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G. and Smith, A. 2014. Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want, *John Wiley & Sons, Inc*, New Jersey.
- Pelipa, E.D. & Marganingsih, A. 2020. Membangun Jiwa Wirausahawan (Entrepreneurship) Menjadi Mahasiswa Pengusaha (Entrepreneur Student) Sebagai Modal untuk Menjadi Pelaku Usaha Baru. *JURKAMI : Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 5(2), 125-136.
- Permadhy, Y.T. & Sugianto. 2020. Faktor Penyebab Pengangguran Dan Strategi Penanganan Permasalahan Pengangguran Pada Desa Bojongcae, Cibadak Lebak Provinsi Banten. *Ikra-Ith Ekonomika*, 2(3), 54-63.
- Safitri, E. & Nawawi, Z. 2022. Pengembangan Jiwa Kewirausahaan/ Entrepreneurship di Kalangan Generasi Muda. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 129-138.
- Sinring, K. 2022. Analisis Sikap Wirausaha Terhadap Perubahan Status Sosial Ekonomi Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ekombis Review*, 10(2), 1413-1420.