

PELATIHAN KEMAMPUAN BUSINESS PITCHING BAGI PELAKU UMKM SEBAGAI SKILL PENTING UNTUK BERADAPTASI DALAM ERA BISNIS 5.0

Yulia Sariwaty S¹ , Dimas Akhsin Azhar ², Maya Retnasary³, Rani Rahmayani⁴
Ferdinandus Ngare ⁵.

Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, Jl. Sekolah Internasional No. 1-2 Bandung

Email: dimas@ars.ac.id

ABSTRAK

Bisnis 5.0 mengacu pada era di mana teknologi canggih seperti kecerdasan buatan, Internet of Things, dan blockchain tidak hanya mengubah cara bisnis dijalankan, tetapi juga bagaimana kita berinteraksi dengan dunia. Ini adalah tentang integrasi yang lebih dalam antara teknologi dan manusia untuk menciptakan solusi bisnis yang lebih inovatif dan efisien. Bisnis 5.0 membawa dampak besar pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan memungkinkan mereka mengadopsi teknologi canggih untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengakses pasar global melalui platform digital, dan memperluas jangkauan pelanggan. Dengan menggunakan kecerdasan buatan, analitika data, dan solusi berbasis cloud, UMKM dapat meningkatkan produktivitas, inovasi, dan daya saing mereka di pasar yang semakin terhubung secara digital. Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah salah satu penopang perekonomian Indonesia, keberadaannya memberikan kontribusi besar terhadap PDB nasional. Perlambatan UMKM di masa pandemi tidak berlangsung lama, banyak bermunculan strategi dan inovasi baru untuk melahirkan ide dan peluang usaha baru. Dalam bisnis 5.0, business pitching masih penting untuk mendapatkan dukungan, investasi, atau kemitraan, tetapi dengan penekanan yang lebih besar pada inovasi teknologi dan dampak sosial. Pitching harus mencakup bagaimana teknologi canggih seperti kecerdasan buatan, Internet of Things, atau blockchain digunakan untuk menghadapi tantangan bisnis dan menciptakan solusi yang lebih efisien, efektif, dan berkelanjutan. Selain itu, penting untuk menunjukkan bagaimana bisnis Anda akan berintegrasi dengan ekosistem digital yang semakin terhubung untuk mencapai pertumbuhan dan dampak yang berkelanjutan. Pelatihan business pitching bagi UMKM diselenggarakan guna memberikan pembelajaran bagi para peserta agar mampu mempresentasikan dan meyakinkan para investor mengenai ide bisnis yang akan dilakukannya. Pelatihan dilaksanakan dengan metode seminar untuk pembekalan materi dilanjutkan dengan workshop sebagai bentuk praktek dari materi yang telah diterima. Keberhasilan dari pelatihan dilihat dari adanya peningkatan pemahaman dan kemampuan peserta terhadap materi yang diberikan melalui hasil evaluasi tugas secara kelompok, serta perbandingan hasil pre-test dan post-test, peserta yang

dikategorikan mampu melakukan presentasi dengan baik mengalami peningkatan dari 4 orang menjadi 15 orang (20 orang peserta).

Kata kunci : Bisnis 5.0, Business Pitch, UMKM

ABSTRACT

Business 5.0 refers to an era where advanced technologies like artificial intelligence, Internet of Things, and blockchain not only change how businesses operate but also how we interact with the world. It's about deeper integration between technology and humans to create more innovative and efficient business solutions. Business 5.0 has a significant impact on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) by enabling them to adopt advanced technologies to improve operational efficiency, access global markets through digital platforms, and expand their customer reach. By leveraging artificial intelligence, data analytics, and cloud-based solutions, MSMEs can enhance their productivity, innovation, and competitiveness in an increasingly digitally connected market. Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) are one of the mainstays of the Indonesian economy, contributing significantly to the national GDP. The slowdown of MSMEs during the pandemic did not last long, as many new strategies and innovations emerged to generate new business ideas and opportunities. In Business 5.0, business pitching remains important for gaining support, investment, or partnerships, but with a greater emphasis on technological innovation and social impact. Pitching should include how advanced technologies like artificial intelligence, Internet of Things, or blockchain are used to address business challenges and create more efficient, effective, and sustainable solutions. Additionally, it's important to demonstrate how your business will integrate with the increasingly connected digital ecosystem to achieve sustainable growth and impact. Business pitching training for MSMEs is organized to provide learning for participants to be able to present and convince investors about their business ideas. The training is conducted through seminar methods for providing material and followed by workshops as practical exercises based on the received material. The success of the training is seen through the improvement in participants' understanding and abilities regarding the material provided through the evaluation of group tasks, as well as the comparison of pre-test and post-test results. Participants categorized as able to present well increased from 4 people to 15 people (out of 20 participants).

Keywords : Business 5.0, Business Pitch, MSME

PENDAHULUAN

Bisnis 5.0 membawa dampak besar pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dengan memungkinkan mereka mengadopsi teknologi canggih untuk meningkatkan efisiensi operasional, mengakses pasar global melalui platform digital, dan memperluas jangkauan pelanggan. Dengan menggunakan kecerdasan buatan, analitika data, dan solusi berbasis cloud, UMKM dapat meningkatkan produktivitas, inovasi, dan daya saing mereka di pasar yang semakin terhubung secara digital. Digitalisasi seolah menjadi sesuatu yang kita sering dengar hari ini, dimana segala sesuatu yang berkaitan dengan aktivitas manusia di digitalisasikan termasuk bisnis itu sendiri. Hal ini sejalan dengan argumentasi dimana teknologi diciptakan untuk tujuan membantu kebutuhan manusia.

Digitalisasi bisnis merupakan proses mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan menciptakan nilai tambah. Ini melibatkan penerapan solusi teknologi seperti e-commerce, analitika data, kecerdasan buatan, Internet of Things, dan blockchain untuk mengubah cara bisnis dijalankan. Digitalisasi memungkinkan bisnis untuk menjadi lebih responsif terhadap perubahan pasar, mengoptimalkan proses bisnis, dan menciptakan peluang baru untuk pertumbuhan dan inovasi. Bisnis 5.0 mengacu pada era di mana teknologi canggih seperti kecerdasan buatan, Internet of Things, dan blockchain tidak hanya mengubah cara bisnis dijalankan, tetapi juga bagaimana kita berinteraksi dengan dunia. Ini adalah tentang integrasi yang lebih dalam antara teknologi dan manusia untuk menciptakan solusi bisnis yang lebih inovatif dan efisien.

Pertanyaan selanjutnya yang harus kita pikirkan bersama apakah UMKM kita sanggup beradaptasi dengan segala inovasi bisnis 5.0 saat ini. Dengan segala kehebatannya kami yakin UMKM Indonesia bisa beradaptasi dengan era bisnis 5.0 ini. Salah satu penopang perekonomian nasional yang terdampak pandemi Covid-19 adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Namun demikian, selama dua tahun terakhir, UMKM menunjukkan tren positif dalam sistem perekonomian nasional, dibuktikan dengan peningkatan jumlah UMKM, khususnya usaha mikro baru yang terus tumbuh. Tren positif ini diharapkan dapat berdampak positif terhadap peningkatan nilai perekonomian Indonesia. Namun hal tersebut tidak lepas dari berbagai tantangan di era bisnis 5.0 dimana UMKM harus bisa melewatinya, Beberapa tantangan yang dihadapi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam bisnis 5.0 meliputi:

1. Akses dan Pengetahuan Teknologi: Banyak UMKM yang masih memiliki keterbatasan akses dan pemahaman terhadap teknologi canggih seperti kecerdasan buatan, analitika data, dan Internet of Things.

2. Investasi Awal yang Tinggi: Implementasi teknologi canggih sering membutuhkan investasi awal yang signifikan, yang mungkin sulit bagi UMKM dengan sumber daya terbatas.
3. Perlindungan Data dan Keamanan: Dengan semakin banyaknya data yang dihasilkan dan digunakan dalam bisnis digital, UMKM perlu memperhatikan keamanan data dan privasi pelanggan mereka.
4. Persaingan Global: Adopsi teknologi memungkinkan UMKM untuk bersaing di pasar global, tetapi juga meningkatkan tingkat persaingan dengan perusahaan besar dan startup teknologi lainnya.
5. Kesesuaian Regulasi: Peraturan dan kepatuhan terhadap undang-undang yang berkaitan dengan penggunaan teknologi seringkali merupakan tantangan bagi UMKM, terutama jika mereka tidak memiliki sumber daya yang cukup untuk mengikuti perubahan tersebut.
6. Perubahan Budaya dan Organisasi: Digitalisasi membutuhkan perubahan budaya dan organisasi yang signifikan dalam UMKM, termasuk pengembangan keterampilan baru, adaptasi terhadap proses bisnis yang berbeda, dan pengelolaan perubahan secara efektif.

Mengatasi tantangan tersebut, pemerintah telah mengeluarkan kebijakan untuk mendukung pembiayaan modal bagi UMKM melalui Kredit Usaha Rakyat (KUR). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, nilai KUR meningkat dari Rp 178,07 triliun pada tahun 2020 menjadi Rp 192,59 triliun pada tahun 2021. Peningkatan nilai tersebut disebabkan oleh meningkatnya jumlah UMKM yang memerlukan dukungan permodalan untuk menunjang kegiatan usahanya. Selain itu, Badan Usaha Milik Negara (BUMN) juga memberikan peluang kredit untuk dukungan permodalan dan dukungan bisnis kepada UMKM sebagai bagian dari Corporate Social Responsibility (CSR) perusahaan.

Melihat situasi tersebut, rombongan dosen Fakultas Komunikasi dan Desain, Program Studi Ilmu Komunikasi ARS University meluncurkan kursus pelatihan Business Pitch bagi para pemangku kepentingan UMKM bekerjasama dengan Waroeng Cobek Aneka (W.Co), salah satu UMKM di bidang kuliner yang telah berhasil mengembangkan usahanya di Kota Bandung sebagai mitra dalam kegiatan pelatihan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat.

Pitching adalah proses presentasi ide bisnis kepada berbagai pihak, seperti investor, dengan tujuan mendapatkan dukungan finansial. Sumber pembiayaan yang dimaksud biasanya berkaitan dengan biaya menjalankan usaha baru atau biasa disebut dengan memulai usaha. Sederhananya, pitch dimaksudkan untuk menjelaskan rencana

bisnis kepada investor, sehingga membantu mereka menaruh minat dan mengambil keputusan yang tepat dalam menginvestasikan uangnya pada perusahaan yang dipresentasikan. Pitch merupakan bagian dari strategi penyampaian ide bisnis atau perusahaan yang diciptakan oleh pendiri. Promosi sering kali digunakan untuk mendapatkan dukungan aktif untuk rencana bisnis, pembiayaan, pemasaran, branding, dan aktivitas lain yang dimaksudkan untuk membujuk atau merekomendasikan produk komersial. (<https://sebi.umy.ac.id>)

Dalam bisnis 5.0, business pitching masih penting untuk mendapatkan dukungan, investasi, atau kemitraan, tetapi dengan penekanan yang lebih besar pada inovasi teknologi dan dampak sosial. Pitching harus mencakup bagaimana teknologi canggih seperti kecerdasan buatan, Internet of Things, atau blockchain digunakan untuk menghadapi tantangan bisnis dan menciptakan solusi yang lebih efisien, efektif, dan berkelanjutan. Selain itu, penting untuk menunjukkan bagaimana bisnis Anda akan berintegrasi dengan ekosistem digital yang semakin terhubung untuk mencapai pertumbuhan dan dampak yang berkelanjutan.

METODE

Kursus pelatihan business pitch yang diselenggarakan pada tanggal 28 Oktober 2023 oleh sekelompok dosen Fakultas Komunikasi dan Desain, program studi ilmu komunikasi di Warung Cobek Aneka (W.Co) di Jalan Cisitu no. 54A Dago, Bandung. Kegiatan pelatihan business pitch mempertemukan beberapa pemangku usaha UMKM khususnya usaha mikro yang masih tergolong startup.

Tujuan dari pelatihan pitch ini adalah untuk membantu para pelaku UMKM lainnya untuk dapat mempersiapkan presentasi dan negosiasi di hadapan investor pada saat mengajukan proposal usaha, sehingga diharapkan para investor akan tertarik untuk menanamkan modal guna mempertahankan operasional usahanya.

Tahapan yang dilakukan oleh tim sebelum terselenggaranya kegiatan pelatihan pitching ini, dijelaskan melalui skema berikut:



Gambar 1 Skema Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Metode yang digunakan dalam melaksanakan kegiatan pelatihan dibagi menjadi dua tahap. Pada tahap pertama, peserta dibekali dua dokumen, yaitu materi public speaking dan strategi persiapan pitch berupa workshop dan diskusi. Pada tahap kedua, peserta dibagi menjadi beberapa kelompok dan bertugas menulis product pitch dan satu anggota dari setiap kelompok akan memberikan presentasi.

Materi public speaking diberikan sebagai materi pengantar untuk memberikan pelatihan dasar kepada peserta pelatihan seni public speaking, karena public speaking akan menjadi kunci utama untuk memperkuat rasa percaya diri peserta dalam mengkomunikasikan ide, tujuan dan strateginya melalui teater.

Meski terdengar seperti presentasi pada umumnya, namun pitching bukanlah hal yang mudah karena pitching membutuhkan keterampilan lebih dalam hal persuasi yaitu proses meyakinkan banyak pihak dengan sebuah ide bisnis. bisnis adalah sarana, proses ini juga bertujuan untuk mendapatkan dukungan. Dan tentunya juga memperkenalkan siapa diri anda.

Jadi jika presentasi tentang cara menyampaikan informasi, maka presentasi adalah tentang cara menyampaikan informasi dan menjalin hubungan. Oleh karena itu, ketika melakukan pitching, setiap pesan yang Anda sampaikan harus mampu menjangkau orang-orang yang ingin Anda pengaruhi, seperti investor dan calon konsumen. Oleh karena itu, cara berbicara, menyampaikan visi dan misi yang jelas serta mempengaruhi audiens dalam suatu presentasi berbeda dengan presentasi pada umumnya.

Sebelum melakukan penawaran, diperlukan persiapan yang matang, seperti melakukan penelitian atau kajian untuk memperoleh data yang relevan untuk mengidentifikasi target audiens dan strategi menyusun penawaran yang menarik.

Pilihan masyarakat sangat erat kaitannya dengan kualifikasi investor, karena dalam menerima penanaman modal, hubungannya tidak hanya bersifat moneter tetapi juga akan terikat pada kemitraan. Oleh karena itu, penting untuk memeriksa dan mempertimbangkan setiap masyarakat yang akan menjadi calon investor sebelum mengajukan penawaran.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Dalam bisnis 5.0, public speaking tetap penting karena merupakan cara yang efektif untuk mengkomunikasikan visi, ide, dan solusi bisnis kepada berbagai pemangku kepentingan, termasuk investor, pelanggan, dan mitra. Namun, dalam konteks bisnis 5.0, public speaking mungkin melibatkan presentasi yang lebih terfokus pada inovasi teknologi, penggunaan data, dan dampak sosial dari solusi bisnis. Selain itu, kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif dengan menggunakan platform digital, seperti webinar atau konferensi virtual, juga menjadi keterampilan yang sangat berharga dalam era bisnis yang semakin terhubung secara digital.

Sebelum acara belajar public speaking, tiga orang peserta pelatihan yang dipilih secara acak diundang untuk memperkenalkan diri dan menyampaikan harapannya dengan adanya kursus pelatihan business pitch ini. Tujuan meminta peserta berbicara di depan peserta pelatihan lainnya adalah untuk melihat bagaimana tingkat kepercayaan diri dan kemampuan berbicara di depan umum di depan orang banyak.

Public speaking yang diajarkan oleh narasumber lebih fokus pada berbagi pengalaman, membahas tentang cara membangun rasa percaya diri, tips mengatasi masalah dan kendala umum saat berkomunikasi dengan banyak orang, termasuk cara mengasah kemampuan public speaking secara mandiri. Peserta juga mempelajari teknik-teknik public speaking yang masih digunakan oleh para profesional, khususnya: (a) Improvisasi, yaitu teknik berbicara di depan umum secara spontan, sering digunakan oleh para profesional di dunia public speaking, penggunaan audiovisual yang dikenal dengan istilah Ad Libitum atau unscripted speaking. (b) Naskah, khususnya teknik berbicara yang melibatkan pembacaan teks yang telah disiapkan, sering digunakan dalam pidato. (c) Mnemonik, yaitu teknik berbicara di depan umum yang mengandalkan hafalan dan hafalan naskah yang telah dibuat dan dipelajari sebelumnya. (d) Extempore, khusus teknik berbicara di depan umum dengan menulis catatan kecil yang berisi garis besar berisi hal pokok yang ingin disampaikan, disebut juga dengan kemampuan menjelaskan materi terstruktur.

Dalam berbicara di depan umum tingkat lanjut, peserta mengeksplorasi teknik untuk mempersiapkan dan menyampaikan presentasi. Materi pembuka presentasi yang efektif saat menyampaikan ide antara lain :

- 1) Memberikan kesan yang menarik dengan menarik perhatian audiens sejak awal presentasi diri.

- 2) Mengenal audiens, tujuannya agar dapat lebih mengembangkan teknik penjangkauan audiens, seperti mengetahui informasi demografi audiens (usia, jenis kelamin, suku, budaya, tingkat pendidikan, dll). Hal penting lainnya yang perlu kita pelajari tentang audiens kita adalah siapa yang akan mengambil keputusan dan akan hadir untuk mendengarkan presentasi bisnis kita. Idealnya, sebelum tanggal penawaran, kita harus mengetahui dan mempelajari segala sesuatu tentang latar belakang orang-orang terkait yang berperan dalam pengambilan keputusan ini, termasuk mengetahui tentang aksesibilitas untuk pemahaman yang lebih baik tentang mereka.
- 3) Gunakan visualisasi data yang sederhana, karena presentasi yang terlalu bersemangat sering kali lebih sulit untuk dipahami. Idealnya, data juga harus ditampilkan secara berurutan atau kronologis jika ingin menunjukkan pertumbuhan. Cobalah untuk membuat satu slide untuk setiap topik yang akan dibahas. Jika data statistik cukup penting untuk disampaikan, tampilkan pada slide terpisah. Bila memungkinkan, buatlah grafik atau bagan yang mudah dipahami. Manfaatkan pemformatan kreatif untuk menyorot angka-angka yang ingin Anda tunjukkan kepada calon investor.
- 4) Sampaikan poin-poin yang paling menarik pada awal slide presentasi, karena pada saat melakukan presentasi, setiap menit sangatlah berharga. Jadi, audiens harus menerima 2-3 informasi penting tentang ide bisnis Anda dalam 30 detik pertama.
- 5) Membujuk melalui cerita berarti tidak menyampaikan ide dengan mendikte atau membaca apa yang ada di slide. Sampaikan ide bisnis Anda melalui cerita versi pribadi Anda, tentang cara kerjanya, bagaimana mengunggulkannya, bagaimana ide anda akan dikembangkan dan bagaimana bisa membantu orang lain. Alangkah menariknya, bahkan memasukkan salah satu audiens ke dalam cerita tersebut. Diberitahu lebih cenderung membuat audiens membayangkan promosi bisnis yang telah disajikan.

Materi pitch training sesi kedua adalah strategi persiapan presentasi sekaligus bagian utama. Selain kemampuan public speaking, slide presentasi idealnya memuat uraian tentang bisnis, ide, ide dan potensi bisnis yang akan diwujudkan. . Jika dijelaskan secara rinci, bagian-bagian yang diperlukan dalam pitch deck adalah:

1. Pendahuluan, informasi dasar tentang bisnis Anda;
2. Masalahnya, jelaskan masalahnya dan kaitannya dengan bisnis Anda;
3. Solusi, bagaimana ide bisnis Anda dapat menjadi solusi permasalahan tersebut;
4. Pasar, penjelasan mengenai peluang, pasar dan keuntungan;
5. Produk, informasi rinci tentang produk dan layanan perusahaan Anda;

6. Mengonfirmasi dan menjelaskan adanya bukti terkait produk dan pengembangannya untuk dapat meyakinkan investor;
7. Tim, slide tentang produk dan tim operasi bisnis Anda;
8. Persaingan, penjelasan mengenai pesaing komersil;
9. Proyeksi keuangan, rincian biaya operasional dan pengembangan kegiatan, produk pada tahun-tahun mendatang;
10. Bertanya, informasi menimbulkan pertanyaan dan mengarah pada negosiasi.

Selain menyampaikan ide bisnis, dalam presentasi pitch juga penting untuk menyampaikan produk dan jasa yang akan ditawarkan serta bagaimana keuntungan bisnis akan dihitung, karena kenyataannya sebagian besar calon investor sedang memikirkan bagaimana mereka akan melakukannya dalam mendapatkan keuntungan jika mereka berinvestasi pada produk yang akan kita jual.

Keberhasilan pitching bergantung pada sejumlah keterampilan penting, khususnya keterampilan komunikasi, keterampilan penelitian, keterampilan pemecahan masalah, kreativitas dan peningkatan hubungan. Ketika Anda menunjukkan semua kemampuan tersebut dengan baik, peluang Anda untuk meyakinkan investor akan meningkat.

Akhir pelatihan, peserta pelatihan dibagi menjadi lima kelompok, dimana setiap kelompok diberi tugas untuk menyusun presentasi dan satu anggota dari setiap kelompok akan maju ke depan untuk mempresentasikannya di hadapan seluruh peserta. Hal ini dilakukan sebagai bentuk penilaian untuk menilai pemahaman peserta diklat terhadap materi pelatihan, kekompakan dan inovasi kelompok sebagai kelompok kerja, dan terakhir sebagai evaluasi rasa percaya diri mereka saat berbicara di depan umum setelah mengikuti kursus pelatihan singkat pitch.

Secara keseluruhan kegiatan pelatihan berlangsung dengan baik, dan mendapatkan respon positif serta antusiasme para peserta dalam mendengarkan dan mengikuti rangkaian kegiatan acara pelatihan. Hal tersebut juga terlihat dari aktifnya para peserta dalam acara diskusi, interaktif menanyakan segala hal kepada nara sumber. Selain itu, hasil isian kuesioner yang dibagikan pada akhir acara pelatihan mendapatkan respon positif dari para peserta. Adanya peningkatan pemahaman dan kemampuan peserta terhadap materi yang diberikan tidak hanya terlihat dari hasil evaluasi tugas secara kelompok, namun terlihat juga dari perbandingan hasil pre-test dan post-test.

Tabel 1. Hasil pre-test dan post-tes

Test	Jumlah Peserta	Skor		
		Baik (76-100)	Cukup (56-75)	Kurang (<55)
Pre-Test	20	4	6	10

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas

ISSN : 2988-3059

Pref DOI : 10.8765/krepa.v2i5.2456

Vol 2 No 6 tahun 2024

Hal 31-40

Post-Test	20	15	5	0
-----------	----	----	---	---

SIMPULAN

Secara keseluruhan pelaksanaan pelatihan pitching bagi pelaku UMKM dapat dikatakan berhasil, hal ini terlihat dari hasil kemampuan peserta bekerja secara kelompok dalam mempersiapkan pitch deck dan pada saat masing-masing perwakilan melakukan lemparan bola berdasarkan hasil pitch deck. kerja kelompok mereka. Tingkat percaya diri peserta saat pertama kali berbicara di depan audiens dan setelah pelatihan menunjukkan perbedaan yang signifikan.

Kegiatan ini juga mendapat tanggapan positif dari seluruh peserta. Seluruh peserta merasakan manfaat mendapatkan wawasan, pemahaman dan koneksi baru setelah menyelesaikan pelatihan ini dan berharap untuk mengikuti pelatihan lebih lanjut agar mereka dapat memperdalam ilmunya untuk bisnisnya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya pada Waroeng Cobek Aneka (W.Co) sebagai mitra sekaligus juga pihak sponsor dana dan penyedia tempat penyelenggaraan pelatihan business pitching bagi rekan-rekan pelaku UMKM. Semoga kemitraan ini akan berlanjut dan bisa berkesempatan menyelenggarakan kerjasama lainnya yang berguna bagi UMKM maupun masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Lucas, S.E. (2007). *The Art of Public Speaking*, 9th ed. NY: The McGrawHill Companies, Inc.

Husain, Hairunnisa. (2021). *Modul Keterampilan Public Speaking Dalam Komunikasi Kehumasan*. Samarinda:Universitas Mulawarman.

Website:

DJPb (Juni 2023). Kontribusi UMKM Dalam Perekonomian Indonesia <https://djp.b.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomian-indonesia.html> (Diakses 11 November 2023)

Enterpriseleague.com. (2022). 3 Reasons Why Business Pitches Are Important. <https://enterpriseleague.com/blog/why-business-pitches-are-important/> [Daring] (Diakses 24 Oktober 2023)

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas

ISSN : 2988-3059

Pref DOI : 10.8765/krepa.v2i5.2456

Vol 2 No 6 tahun 2024

Hal 31-40

Indeed.com. (2022). Guide To Business Pitching. <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/business-pitching> (Diakses 24 Oktober 2023)

Jumlah dan Pertumbuhan UMKM. <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/data-umkm-jumlah-dan-pertumbuhan-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-indonesia> (Diakses 11 November 2023)

Landry, Lauren. (2020). How To Effectively Pitch A Business Idea. <https://online.hbs.edu/blog/post/how-to-pitch-a-business-idea> (Diakses 24 Oktober 2023)

Pena, Brendan. (2022). 5 Tips on How to Successfully Pitch Your Business Idea to Investors. <https://www.inc.com/inc-masters/5-tips-on-how-to-successfully-pitch-your-business-idea-to-investors.html> (Diakses 24 Oktober 2023)

Sosialisasi KUR bagi UMKM (2023). <https://jabarprov.go.id/berita/permudah-umkm-peroleh-modal-pemda-kota-bandung-ombudsman-ri-dan-ojk-sosialisasikan-kur-10495> (Diakses 11 November 2023)

UMKM Bangkit (2023) <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/artikel/baca/13317/UMKM-Bangkit-Ekonomi-Indonesia-Terungkit.html> (Diakses 24 Oktober 2023)

Pelatihan Pitching (2023). <https://sebi.umy.ac.id/2023/07/07/inilah-hal-hal-yang-harus-diperhatikan-dalam-pitching-dan-pitch-deck-untuk-menarik-calon-konsumen/> (Diakses 12 November 2023)

Pelatihan Pitching (2023). <https://fisipol.ugm.ac.id/kewirausahaan-sosial-kenali-strategi-sukses-melakukan-pitching/> (Diakses 12 November 2023)

Westfall, Chris. (2022). The 5 Differences Between A Pitch And A Presentation. <https://www.forbes.com/sites/chriswestfall/2022/01/13/the-5-key-differences-between-a-presentation-and-a-pitch/?sh=2701dc2d25aa> (Diakses 24 Oktober 2023)

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas

ISSN : 2988-3059

Pref DOI : 10.8765/krepa.v2i5.2456

Vol 2 No 6 tahun 2024

Hal 31-40