



PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN PENGGUNAAN E-COMMERCE BAGI WIRAUSAHA PEMULA KERIPIK TEMPE UTI**Oleh****Endah Nur Fitriyani****Instutut Agama Islam Negeri Salatiga, Indonesia****Email: endahfitriyani@iainsalatiga.ac.id**

Article History:*Received: 13-11-2021**Revised: 13-12-2021**Accepted: 20-01-2022***Keywords:***Pelatihan, Kewirausahaan, E-Commerce, Wirausaha Pemula*

Abstract: *Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pengusaha atau wirausaha pemula tentang kewirausahaan dan penjualan melalui e-commerce. Kegiatan pelatihan ini memberikan pendampingan tentang proses produksi yang lebih efisien dan hemat biaya. Selain itu juga dilakukan pelatihan pengemasan produk yang lebih baik dan memberikan pelatihan dalam penggunaan e-commerce untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Penggunaan e-commerce belum dapat terealisasi karena pelaku usaha sudah berusia 50 tahun lebih sehingga kurang mampu beradaptasi dengan teknologi. Namun harapan ke depan pelaku usaha bisa memiliki tambahan tenaga khususnya bagian administrasi agar bisa meningkatkan penjualan secara online atau melalui e-commerce. Hasil dari kegiatan ini pelaku usaha mampu melakukan efisiensi produksi dan juga pengemasan yang lebih baik sehingga mampu meningkatkan profitabilitas usaha.*

PENDAHULUAN

Pandemi covid-19 yang terjadi di dunia sejak akhir tahun 2019 tidak hanya berdampak pada sektor kesehatan saja, tetapi dampak ekonomi juga terasa dalam kehidupan masyarakat. Sepanjang tahun 2020 daya beli masyarakat mengalami penurunan yang signifikan akibat dari kebijakan pemerintah untuk menerapkan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang berakibat pada ditutupnya kegiatan usaha dan berdampak pada pemberhentian tenaga kerja di mana hal tersebut membuat jumlah konsumsi masyarakat menurun. Padahal, konsumsi rumah tangga selama ini menjadi tumpuan pertumbuhan ekonomi Indonesia di mana pada tahun 2019 jumlah konsumsi rumah tangga memberikan kontribusi hampir 57% terhadap pertumbuhan ekonomi. Sektor usaha kuliner menjadi salah satu sektor yang terimbas dampak covid-19 yang melanda Indonesia sejak tahun 2020. Banyak pelaku usaha yang mengalami penurunan omzet sampai 80% dan terjadi pengurangan karyawan sampai 70% (www.finance.detik.com)¹.

Pelaku usaha harus melakukan inovasi dalam penjualan produk baik dalam hal jenis produk yang ditawarkan maupun media yang digunakan untuk memasarkan produknya

¹ <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-5651220/pandemi-hantam-pengusaha-kuliner-omzet-turun-80>



sehingga bisa tetap mendapatkan pembeli. Penjualan produk yang banyak dilakukan pada masa pandemi adalah penjualan secara online. Akan tetapi, tidak semua pelaku usaha dapat memanfaatkan penjualan secara online. Kendala yang dihadapi pelaku usaha dalam penjualan online yaitu kemampuan penguasaan teknologi khususnya bagi pelaku usaha generasi X dan generasi *baby boomers*. Kendala lain yang dirasakan para pelaku usaha adalah tentang jenis produk yang dapat dipasarkan secara *online*. Dunia digital memberikan ruang yang lebih luas dalam pemasaran karena penjual bisa memasarkan produknya kepada para calon konsumen di seluruh belahan dunia. Akan tetapi, produsen harus mampu menyediakan produk yang bisa bertahan dalam proses pengiriman. Tidak hanya masalah ketahanan produk saja tetapi produsen juga harus mampu menyajikan produk dengan kemasan yang menarik karena ketatnya persaingan dalam pemasaran *online*.

Usaha keripik tempe UTI juga merasakan hal sama di mana usaha tersebut baru saja dirintis kurang dari satu tahun dan kemudian harus menghadapi dampak menurunnya penjualan akibat pandemi. Penjualan keripik tempe UTI yang selama ini hanya mengandalkan pesanan untuk oleh-oleh dan juga dititipkan pada warung-warung sekitar harus kehilangan banyak pesanan akibat adanya kebijakan pembatasan kegiatan masyarakat. Faktor lain yang menjadikan usaha ini menjadi pilihan kegiatan pengabdian karena kurangnya pengetahuan pelaku usaha tentang kewirausahaan dan strategi pemasaran. Sehingga dengan adanya pelatihan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* dapat membantu pelaku usaha untuk dapat meningkatkan profitabilitas dan mengembangkan usahanya.

Pelatihan kewirausahaan merupakan proses mentransfer pengetahuan dan ketrampilan dari sumber kepada penerima untuk meningkatkan semangat, sikap, perilaku, dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau upaya mencari, menciptakan, serta menerapkan cara kerja dalam suatu kegiatan usaha untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar (Purnomo, 2017). Pelatihan dilaksanakan untuk memberikan pengetahuan kewirausahaan, mendorong tumbuhnya obsesi dan motivasi berwirausaha, meningkatkan pemahaman manajemen (organisasi, produksi, keuangan dan pemasaran), merubah pola pikir tentang kewirausahaan dan membuat rencana bisnis usaha (Muhtarom et al., 2017). Tujuan dilaksanakannya pelatihan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pelaku usaha dalam bidang kewirausahaan seperti menumbuhkan inovasi bisnis, solusi terhadap permasalahan dalam usaha, dan juga pemanfaat media digital dalam memperluas pemasaran produk.

METODE

a. Persiapan

Pelatihan merupakan sebuah sarana dan wadah dalam meningkatkan kemampuan peserta pelatihan dalam suatu bidang tertentu. Selain itu pelatihan juga diharapkan mampu untuk menggugah dan pengembangan segala potensi yang dimiliki oleh seseorang atau masyarakat sesuai dengan kebutuhan pelatihan itu sendiri. Demikian juga dengan pelatihan wirausaha yang diharapkan dapat menggali potensi jiwa wirausaha dari pelaku UKM yang dapat diharapkan dapat membantu mengembangkan usaha UKM yang digelutinya sehingga dapat menjadi lebih besar lagi dengan produk yang lebih beragam.

Sasaran pelatihan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah :



1. Anggota masyarakat yang menjadi pelaku UKM. Pemilihan sasaran ini didasarkan bahwa anggota masyarakat pelaku UKM pada dasarnya sudah mempunyai jiwa wirausaha. Pelatihan yang diberikan ini lebih kepada untuk mengembangkan jiwa wirausaha yang telah mereka miliki. Dengan demikian dengan berkembangnya jiwa wirausaha tersebut pelaku UKM dapat mengembangkan pula usaha yang telah dijalankan.
2. Anggota masyarakat yang mempunyai minat untuk berwirausaha. Keikutsertaan anggota masyarakat dari kalangan ini lebih kepada mempersiapkan diri jika suatu ketika akan memasuki dunia wirausaha.

Kegiatan pelatihan dan pendampingan dimulai dengan melakukan analisis SWOT terhadap masalah dan potensi yang ada pada usaha keripik tempe 'UTI'. Seluruh kegiatan pelatihan dan pendampingan dilakukan secara langsung dan menyajikan materi sesuai kebutuhan pelaku usaha pada saat dilakukan analisis pendahuluan.

Tabel 1. Analisis SWOT

Strength (kekuatan)	<ol style="list-style-type: none">1. Produk memiliki cita rasa yang enak2. Produk dapat dijadikan cemilan sehari-hari oleh semua kalangan3. Sudah memiliki pelanggan tetap4. Harga cukup terjangkau5. Produk dapat bertahan lama6. Biaya produksi yang tidak terlalu mahal7. Bahan baku mudah didapatkan
Weakness (kelemahan)	<ol style="list-style-type: none">1. Proses produksi masih sederhana dan manual2. Belum memiliki PIRT3. Produksi masih dalam jumlah terbatas sehingga biaya produksi masih lebih mahal.4. Pengemasan masih sederhana5. Varian rasa terbatas6. Pangsa pasar masih sangat terbatas7. Promosi masih terbatas dari mulut ke mulut8. Produk rawan hancur sehingga harus baik dalam pengemasan9. Pengemasan masih kurang menarik10. Jika tidak pandai membuat inovasi maka pelanggan akan cepat bosan
Opportunity (peluang)	<ol style="list-style-type: none">1. Jika dapat dipacking dengan baik maka bisa dikirim ke luar daerah2. Bisa menjangkau pasaran yang lebih luas melalui media sosial atau <i>e-commerce</i>
Threat (ancaman)	<ol style="list-style-type: none">1. Banyaknya varian cemilan baru yang lebih kekinian2. Selera konsumen yang cepat berubah3. Produk mudah ditiru4. Banyak pesaing

Dari beberapa point pada analisis SWOT tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan pelatihan tentang kewirausahaan karena:



1. Selama ini pemilik usaha hanya melakukan perhitungan sederhana untuk menghitung biaya produksi dan perhitungan harga jual. Sehingga hal ini sangat mempengaruhi jumlah laba yang diperoleh.
2. Pemilik usaha hanya melakukan produksi dalam jumlah kecil (hanya untuk dititipkan pada warung sekitar dan ketika mendapat pesanan) hal tersebut akan berpengaruh pada harga beli bahan baku dan biaya produksi.
3. Proses produksi dilakukan secara manual sehingga membutuhkan waktu yang lama.
4. Promosi masih sangat terbatas hanya melalui mulut ke mulut

Untuk itu perlu dilakukannya pelatihan kewirausahaan yang diharapkan dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam melakukan efektifitas produksi, pengemasan, dan promosi sehingga pelaku usaha dapat mengembangkan usahanya.

b. Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dalam bentuk pelatihan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* dengan objek penelitian pengusaha pemula yang memproduksi dan menjual keripik tempe dengan merek "UTI". Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada tempat usaha keripik tempe "UTI" yang beralamat di desa Mujo, kecamatan Getasan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada bulan September sampai November 2021.

Pelatihan kewirausahaan dan penggunaan *e-commerce* diberikan pada pengusaha pemula keripik tempe "UTI" berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan sebelumnya. Peneliti melihat potensi yang cukup baik dan memiliki potensi untuk dapat dikembangkan menjadi usaha yang lebih besar dengan pangsa pasar yang lebih luas. Pemberian pelatihan secara formal dilaksanakan satu kali pada bulan Oktober 2021 dengan durasi kegiatan pelatihan selama 4 jam. Tidak hanya pelatihan formal saja tetapi peneliti juga memberikan pendampingan no formal seperti kunjungan pada saat proses produksi. Pendekatan yang dilakukan dalam pengabdian ini adalah dengan menggunakan bentuk penyampaian materi oleh narasumber, diskusi, praktek dan pendampingan.



Gambar 1 Pelatihan Kewirausahaan pengemasan dan pembuatan label

Evaluasi Keberhasilan Pelatihan



Evaluasi ini lebih ditekankan pada penambahan wawasan pengetahuan dari peserta pelatihan. Semua peserta pelatihan mengaku cukup menambah wawasan pengetahuan dengan mengikuti pelatihan wirausaha ini. Demikian juga dengan contoh inovasi produk juga peserta cukup apresiatif dan menganggap itu merupakan sesuatu hal yang baru. Produk-produk yang selama ini seringkali dianggap sebelah mata ternyata dengan inovasi menjadi produk yang bernuansa baru dengan bentuk dan rasa baru. Akan tetapi dari inovasi produk yang ditampilkan masih ada kekurangan diantaranya harga-harga bahan untuk produk yang ditampilkan ternyata lebih mahal sehingga akan berpengaruh terhadap harga jual. Dengan demikian pangsa pasar pun akan semakin sempit. Akan tetapi dibalik itu juga dengan inovasi baru akan munculnya pangsa pasar baru.

HASIL

Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini pelaku usaha diberikan bantuan alat perajang mesin sehingga dapat mempercepat proses perajangan tempe. Penggunaan mesin perajang juga membuat ketebalan tempe menjadi seragam dan tidak banyak yang hancur. Akan tetapi residu atau remahan hasil pemotongan menjadi lebih banyak jika dibandingkan dengan memotong menggunakan pisau. Hal inilah yang perlu disiasati agar tidak menurunkan profitabilitas usaha.

Pelatihan kewirausahaan yang telah dilakukan memberikan dampak positif bagi usaha keripik tempe “UTI”

1. Kemasan yang lebih menarik



Sebelum



Sesudah

Sebelum adanya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini khususnya setelah mendapat pelatihan dan pendampingan pelaku usaha dapat mengimplementasikan dalam perbaikan kemasan. Pada awalnya kemasan hanya menggunakan plastic yang tipis kemudian distapler. Setelah adanya pelatihan pelaku usaha berusaha untuk memberikan kemasan yang lebih baik dan menarik yaitu dengan menggunakan kemasan plastic yang tebal dan dipress menggunakan mesin sealer.

Hasil yang didapatkan adalah kemasan menjadi lebih menarik dan produk juga bertahan lebih lama karena tidak cepat “mlempem”. Akan tetapi tentu saja dengan kemasan



yang lebih baik maka biaya produksi menjadi lebih banyak. Hal yang dapat dilakukan untuk mensiasati adalah membeli plastik dengan sistem kiloan sehingga akan lebih murah dari pada membeli bijian.

2. Memberikan label pada kemasan

Peneliti berusaha membantu pelaku usaha untuk membuat label yang dilekatkan pada kemasan produk. Keterangan pada label hanya nama produk, alamat dan *contact person* yang memudahkan bagi konsumen jika ingin memesan atau menanyakan produk. Pelaku usaha tidak menggunakan toko online karena owner sudah berusia sehingga kesulitan dengan penggunaan teknologi. Akan tetapi seringkali ada pembeli yang menghendaki tidak adanya label karena akan dijual lagi.



Gambar 2 Label kemasan

3. Foto produk

Peneliti membantu dalam pembuatan foto produk yang digunakan untuk digunakan sebagai media promosi. Karena keterbatasan peralatan maka pengambilan foto hanya menggunakan kamera handphone dan peralatan yang sederhana.



Gambar 3 Foto Produk Siap Jual

Hasil pelatihan dan pendampingan terhadap pengusaha pemula yang pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan objek usaha keripik tempe UTI memberikan dampak yang cukup signifikan pada usaha tersebut. Pelaku usaha memberikan penilaian positif atas kegiatan pengabdian ini karena telah memberikan dampak meningkatnya value atau nilai dari produk tersebut setelah melakukan perbaikan pada



pengemasan dan media online yang digunakan sebagai sarana pemasaran produk.

Kenaikan pemesanan juga dirasakan oleh pelaku usaha dimana mereka tidak hanya mendapatkan order dari rekan atau sekedar dititipkan pada warung-warung tetangga, tetapi juga mulai mendapatkan pesanan melalui *WhatsApp* sehingga dapat dijangkau dari daerah yang lebih jauh.

DISKUSI

Hasil dari pelaksanaan pelatihan dan pendampingan pelaku usaha keripik tempe UTI dapat dilihat dengan adanya peningkatan pengetahuan, sikap, inovasi dan keterampilan kewirausahaan bagi pelaku usaha keripik tempe UTI dan juga bagi masyarakat sekitar yang mengikuti pelatihan. Dampak yang dirasakan pelaku usaha adalah adanya perbaikan kualitas produk, kemasan yang lebih rapi dan menarik, penjualan yang semakin luas dan juga keberanian untuk menghadapi risiko dalam pengembangan usaha. Tujuan ini juga selaras dengan yang dilakukan Hidayat et al., (2020) yang menunjukkan bahwa program pelatihan kewirausahaan merupakan upaya pemberdayaan masyarakat guna meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap kewirausahaan peserta dalam mengembangkan usahanya.

Hasil yang sama juga dirasakan dari kegiatan yang dilakukan Darmansyah et al., (2020) di mana kegiatan pelatihan kewirausahaan dan pembukuan sangat diperlukan oleh para calon wirausaha baru untuk menunjang pemahaman akan kebutuhan permasalahan-permasalahan yang akan dihadapi di lapangan.

KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan kewirausahaan dan pembuatan *e-commerce* meliputi kegiatan pemaparan materi, diskusi dan praktek. Kegiatan sebelum pelatihan dilakukan dengan melakukan survey sehingga mengetahui kebutuhan dari usaha tersebut. Pelatihan dilakukan. Kegiatan setelah pelatihan yaitu pendampingan yang meliputi kegiatan tindak lanjut dari materi yang telah disampaikan pada saat pelatihan. Kegiatan pendampingan kewirausahaan mampu memberikan dampak positif bagi pelaku usaha dalam meningkatkan kualitas produk, kualitas kemasan dan meningkatkan pangsa pasar.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Darmansyah, A., Zuraida, U., & Purwanto, Y. (2020). Pelatihan Peningkatan Kemampuan Kewirausahaan dan Pembukuan dalam Mendukung Terbentuknya Wirausaha Baru di Kabupaten Indramayu. *Ethos: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 285–291.
- [2] Hidayat, D., Shantini, Y., & Oktiawanti, L. (2020). Strategi Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Partisipasi untuk Pemberdayaan Warga Belajar Paket C. *VISI: Jurnal Ilmiah PTK PNF*, 15(1), 73–88.
- [3] Muhtarom, Nizaruddin, & Zuhri, M. S. (2017). Pelatihan Kewirausahaan di Universitas PGRI Semarang. *Education-Pengabdian Kepada Masyarakat*, 08(1), 104–114.
- [4] Purnomo, B. R. (2017). Efektivitas Pelatihan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Pengetahuan dan Motivasi Berwirausaha pada Penyandang Tunarungu. *Ekspektra, Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 21–30.



HALAMAN INI SENGAJA DIKSONGKAN