



Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha Bagi Usaha Kecil Pasca Pandemi Covid 19 di Kelurahan Sambirejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang

Djoko Santoso, Wyati Saddewisasi, Soejito Soejito

Magister Manajemen Universitas Semarang, Semarang, Indonesia
djoko_hw@usm.ac.id

Abstract

The purpose of community service for small entrepreneurs in Sambirejo Village, Gayamsari District Semarang City is to provide the ability to manage a good and competitive business. And increasing the ability to make healthy, safe and attractive packaging as well as increasing the ability to make competitive culinary products. The method used in community service is given in two forms. First, the theoretical method as outlined in the service material which contains the importance of increasing the ability to improve good entrepreneurship and the importance of product diversification and product packaging as well as discussions and questions and answers. The results expected by small entrepreneurs include increasing understanding of competitive business management and the importance of packaging products that are safe, healthy and attractive as well as training in making products from potato raw materials. in small business,

Keywords: *Product Diversification; Managing Competitive Small Businesses; Product Packaging*

Abstrak

Tujuan pengabdian kepada masyarakat bagi para pengusaha kecil di Kelurahan Sambirejo, Kecamatan Gayamsari Kota Semarang adalah untuk memberikan kemampuan mengelola usaha yang baik dan berdayasaing. Dan untuk meningkatkan kemampuan membuat *packaging* sehat, aman dan menarik serta meningkatkan kemampuan membuat produk kuliner berdaya saing. Metode yang dipergunakan dalam pengabdian kepada masyarakat diberikan dalam dua bentuk. Pertama, metode teoritis yang dituangkan dalam materi pengabdian yang berisi tentang pentingnya peningkatan kemampuan peningkan berwirausaha baik serta pentingnya diversifikasi produk dan *packaging* produk serta dilakukan diskusi tanya jawab. Hasil yang diharapkan para pengusaha kecil antara lain mampu meningkatkan pemahaman mengenai pengelolaan usaha berdaya saing dan pentingn peckaging produk yang aman, sehat dan menarik serta latihan membuat produk dari bahan baku kentang. Disamping itu harapannya publikasi ilmiah di jurnal nasional, mampu peningkatan omzet pada mitra yang bergerak dalam usaha kecil,

Kata Kunci: Diversivikasi Produk; Mengelola Usaha Kecil Berdaya Saing; Packaging Produk



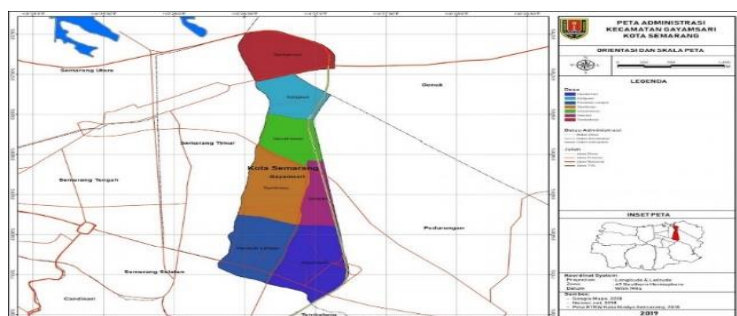
1. PENDAHULUAN

Kondisi pasca pandemi Covid 19 ini telah memiliki pengaruh positif dalam kehidupan masyarakat pada umumnya. Termasuk didalamnya kehidupan kegiatan ekonomi yaitu para usaha kecil sudah mulai bergeliat hidup menuju masa normal. Hal ini perlu disiapkan kemampuan usaha yang dimiliki, yang pada saat terjadi masa pandemi Covid 19 yang serba terbatas seperti pasar mengalami kelesuan, distribusi terbatas, omzet turun drastis, modal terganggu, kredit macet, bahan baku afkir dan sebagainya.

Namun pada saat sekarang mulai terbuka dan kegiatan ekonomi mulai tumbuh berkembang, termasuk di Kota Semarang sekarang ini sudah mulai bergerak secara baik, bahkan semakin banyak usaha usaha baru, Disamping itu akibat pandemi Covid 19 berdampak positif bagi kehidupan ekonomi (dunia usaha), tidak terkecuali usaha kecil warga masyarakat yang bergerak dalam bidang usaha kuliner (makanan dan minuman), usaha *fashion*, kerajinan tangan, foto copy, kost, konveksi dan sebagainya.

Dari segi konsumen dapat dilihat semakin meningkatnya daya beli yang disebabkan banyak konsumen mulai memiliki penghasilan karena sudah mulai bekerja, masyarakat sudah berani keluar rumah untuk membeli secara langsung ke pasar atau ke warung akibatnya barang dan jasa yang dibeli konsumen semakin meningkat dan akibatnya penjualan barang dan jasa mengalami peningkatan dan produksi barang mengalami peningkatan bila dibandingkan pada waktu kondisi pandemi Covid 19

Kelurahan Sambirejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang berbatasan sebelah barat: Sungai Banjir Kanal Timur. Sebelah Utara: Kelurahan Sawah Besar, batas sebelah timur: Kelurahan Siwalan serta batas sebelah selatan: Kelurahan Pandean Lamper



Gambar 1: Peta Kelurahan Sambirejo.kec.Gayamsari. 2022



Gambar 2. Kelurahan Sambirejo, Kecamatan Gayamsari Semarang, 20

Kelurahan Sambirejo yang memiliki Jumlah penduduk sebanyak 8.345 jiwa. Dengan jumlah kepala keluarga (KK) 2.026 KK yang tersebar di 52 RT dan 9 RW yang memiliki usaha kecil yang sebanyak 74 usaha kecil yang berusaha di sector warung makan, warung kelontong, usaha salon, usaha jahitan, industri tahu dan tempe, foto copy. Toko/warung penjual barang rumah tangga dan sebagainya, harus memanfaatkan fenomena kondisi ekonomi dan social yang positif tersebut untuk menggerakkan usahanya. Namun masih banyak usaha kecil yang belum tumbuh berkembang secara baik, karena ada permasalahan yang cukup serius untuk diselesaikan, yaitu kemampuan mengelola usaha secara benar, belum ada kreativitas produk kuliner, belum memiliki *packaging* yang baik untuk produk kuliner, padahal dengan *packaging* yang menarik dapat meningkatkan nilai tambah produk dan dapat menarik minat konsumen untuk membelinya walaupun produk dijual dengan harga yang sedikit lebih mahal bila dibandingkan dengan hanya kemasan yang menggunakan plastik bening saja. Sehubungan dengan hal tersebut, perlu dilakukan penyuluhan dan pelatihan pentingnya mengelola bisnis kuliner yang berdaya saing, pentingnya *packaging*, serta produk kreatif kuliner.





Gambar 3: Bismis Kuliner Usaha Kecil Peserta Pengabdian

Dengan melihat kondisi potensi dan kelemahan para pengusaha kecil di Kelurahan Sambirejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang, maka tim pengabdian masyarakat Program Pascasarjana (khususnya Program Studi Magister Manajemen) tergerak untuk melakukan kegiatan pengabdian masyarakat untuk membantu pengusaha kecil dengan tema "Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha Bagi Usaha Kecil Pasca Pandemi Covid 19 di Kelurahan Sambirejo-Kecamatan Gayamsari Kota Semarang"

Masih banyak usaha kecil yang belum tumbuh berkembang baik, karena ada permasalahan yang cukup serius untuk diselesaikan, yaitu kemampuan mengelola usaha secara baik dan berdaya saing, belum ada kreativitas produk kuliner, belum memiliki *packaging* yang aman, sehat dan menarik untuk produk kuliner, padahal dengan *packaging* yang menarik dapat meningkatkan nilai tambah produk dan dapat menarik minat konsumen untuk membelinya walaupun produk dijual dengan harga yang sedikit lebih mahal bila dibandingkan dengan banyak kemasan yang menggunakan plastik bening saja

Tujuan pengabdian kepada masyarakat adalah 1) Memberikan kemampuan mengelola usaha yang baik dan berdaya saing. 2) Meningkatkan kemampuan membuat *packaging* sehat, aman dan menarik dan Meningkatkan kemampuan membuat produk kuliner berdaya saing

Sedangkan manfaat pengabdian kepada masyarakat adalah: 1) Bagi para usaha kecil di Kelurahan Sambirejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang diharapkan para pengusaha kecil akan mendapatkan manfaat berupa pengetahuan, pemahaman dan ketrampilan tentang pengelolaan pengelola usaha. 2) Bagi Tim PKM, dapat bermanfaat karena dapat mengimplementasikan ilmu kewirausahaan, manajemen usaha, pemasaran dan diversifikasi produk usaha kecil di Kelurahan Sambirejo, Kecamatan Gayamsari Kota Semarang., dan 3) bagi institusi Universitas Semarang, dapat bermanfaat karena sebagai sarana promosi sehingga dapat meningkatkan *value added* citra USM di wilayah Provinsi Jawa Tengah.

2. METODE

Guna memberikan pemahaman dan pengetahuan dasar pentingnya pemasaran yang mampu menjangkau wilayah yang luas dengan biaya yang relatif lebih murah bagi para pengusaha kecil, memberikan pemahaman cara mencapai sukses berbisnis di era pasca Pandemi Covid 19. Memberi pemahaman pentingnya *packaging* produk kuliner, dan praktik membuat produk kuliner yang kreatif.

Realisasi pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Pascasarjana Universitas Semarang ruang 1.1 Gedung O. Hal ini disebabkan masih dalam kondisi pandemi Covid 19 yang memiliki tempat representatif dan kondisi ruangan lebih bersih dan sudah disterilkan Covid 19, oleh karena itu peserta penulhan dan pelatihan dibatasi sebanyak 10 orang pengusaha kecil. Materi yang diberikan penyuluhan pentingnya mengelola usaha kecil yang baik dan berdaya saing, pentingnya *packaging* produk kuliner, serta praktek memuat produk kreatif kuliner dari bahan kentang.

Sementara itu, beberapa hal terkait dengan persiapan sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat agar supaya kegiatan dapat berlangsung dengan lancar, yaitu



sebagai berikut: melakukan koordinasi dengan pihak kelurahan Sambirejo Kecamatan Gayamsari dalam menentukan calon peserta pengabdian kepada masyarakat; kemudian setelah itu, menerima konfirmasi kesediaan kerja sama pengabdian kepada masyarakat dengan peserta dan menentukan waktu pelaksanaan, selanjutnya melakukan kesepakatan oleh kedua belah pihak (Tim pengabdian dengan peserta para pengusaha kecil Kelurahan Sambirejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang) tempat pelaksanaan pengabdian di Pascasarjana Universitas Semarang. Kemudian Tim menyiapkan materi dan pelaksanaan yang dibutuhkan dilokasi pengabdian. Setelah itu, selama kegiatan berlangsung masing-masing menyampaikan materi dengan pokok bahasan peningkatan kemampuan berwirausaha pasca pandemi Covid 19 selanjutnya melakukan elaksanakan evaluasi kegiatan dengan menggunakan test, *pra test* dan *post test*

Peserta pengabdian yang terdiri dari para pengusaha kecil memiliki partisipasi yang tinggi karena membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi pengusaha kecil yang bergerak dalam bidang kuliner, baik itu cara mengelola usaha yang baik dan berdaya saing, pentingnya packaing serta pelatihan membuat produk dari bahan baku kentang. Keterlibatan peserta wajib aktif mengikuti dengan baik dan nantinya mempraktikkannya. Peserta pengabdian yang terdiri dari para pengusaha kecil memiliki partisipasi yang tinggi karena membantu menyelesaikan masalah yang dihadapi pengusaha kecil yang bergerak dalam bidang kuliner, baik itu cara mengelola usaha yang baik dan berdaya saing, pentingnya *packaging* serta pelatihan membuat produk dari bahan baku kentang. Keterlibatan peserta wajib aktif mengikuti dengan baik dan nantinya mempraktikkan dalam usahanya,

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Gedung O Pascasarjana Universitas Semarang, mengingat masih dalam kondisi Covid 19 pelaksanaa pengabdian dilakulan dengan protokol kesehatan.



Gambar 3: Para pengusaha kecil dan Tim Pengabdian



Gambar 4: Tim Pengabdian saat memberi penyuluhan

Kegiatan dibuka oleh Ketua Tim Pengabdian kepada masyarakat Dr. Drs. Djoko Santoso. MSi. sekaligus dilanjutkan sosialisasi tentang peningkatan berwirausaha bagi usaha kecil, menjelaskan akibat adanya Covid 19 banyak para pengusaha kecil pada saat terjadi masa pandemi Covid 19 yang serba terbatas seperti pasar mengalami kelesuan, distribusi terbatas, omzet turun dratis, modal terganggu, kredit macet, bahan baku afkir dan sebagainya. Namun pada saat ini setelah kondisi Covid 19 mulai menurun atau mereda, Maka kegiatan ekonomi mulai bergeliat aktif dan kondisi sudah seperti normal kembali. Hal ini, bisa dilihat dari segi konsumen dapat semakin meningkatnya daya beli yang disebabkan banyak konsumen mulai memiliki penghasilan karena sudah mulai bekerjalagi, masyarakat sudah berani keluar rumah untuk membeli secara langsung kepasar atau ke warung akibatnya barang dan jasa yang dibeli konsumen semakin meningkat dan akibatnya penjualan barang dan jasa mengalami peningkatan dan produksi barang mengalami peningkatan bila dibandingkan pada waktuk kondisi pandemi Covid 19.

Berdasarkan hal tersebut di atas, diperlukan strategi meningkatkan berwirausaha, ada 8 (delapan) pola yaitu: Memiliki modal awal yaitu berani yaitu berani merantau, berani gagal, berani sukses dan berani berbeda, kemudian mampu menjual keunikan yaitu Kreatif dan inovatif seperti banyak ide baru dijadikan peluang (jenis produk, teknologi dan program baru) serta berhasil menciptakan keunikan dan segera di hak paten dan dijual produknya. Bila menembus pasar merupakan produk khas yang unik dibutuhkan orang banyak. Bisa melakukan duplikasi produk orang lain melalui berbagai cara yaitu bila tidak punya daya kreatif dan inovatif jangan gusar dan bingung; ide usaha tersebar di mana mana, maka baca baca peluang dan mengukur potensi kekuatan dan kelemahan dan berani mengambil resiko untuk mencobanya. Serta duplikasi usaha lain, tetapi beri nilai tambah kepada konsumen seperti pelayanan, harga, kecepatan dan keramahan. Kemudian jadilah pemimpin untuk diri kita sendiri yaitu sebelum memimpin orang lain, jadilah pemimpin untuk diri kita sendiri, misal merancang sendiri target sukses dalam melaksanakan ide dan mewujudkan.



Kemudian bekerja keras salah satu untuk capai kesuksesan dan didukung ketekunan. Melalui faktor pemenuhan kebutuhan dan keinginan pasar serta berkonsentrasi penuh dengan usahanya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar, selanjutnya melakukan perkumpulan bersama untuk menambah pengetahuan oleh karena itu tidak kenal maka tidak tahu, tidak tahu maka tidak sayang. Dengan perkumpulan dengan para pengusaha, maka kita akan tahu dunia sebenarnya. Serta kita bisa mengkoreksi atas kesalahan usaha kita dari perkumpulan bersama untuk menambah pengetahuan. Namun ada perbedaan yaitu beda kreativitas dan inovatif meskipun batang yang dijual sama, misal jual soto. Tetapi ada perbedaan senagan warung soto yang lain seperti tempat, suasana, musik, nyaman, ada Wifi, nyaman dan aman dan banyak jenis makanan yang lain. Dan ada pencatatan dan laporan keuangan yang baik kekuatan yang membedakan dengan yang lain dan pencatatan dan laporan keuangan yang sederhana serta mudah dipahami

Kemudian penyuluhan dilanjutkan oleh Dr. Soejito/SE.MSI yang memberikan materi Pentingnya merk pada produk UKM, Suatu produk yang telah diproduksi dengan kualitas yang baik, tetapi bila tidak dikemas dengan diberi branding yang baik akan berdampak pada ketertarikan konsumen terhadap produk itu. Kebanyakan UKM hanya fokus pada bagaimana meningkatkan penjualan dan pekayanan dan melupakan brandit dari produk yang telah dikemas. Beliau menerangkan pentingnya *branding* suatu barang yaitu mudah diingat konsumen melakukan branding untuk UKM adalah salah satu cara yang ampuh serta membantu menambah *awareness* usaha sehingga gampang diingat orang (kesadaran akan merek); Membedakan dari pesaing, UKM sudah nermunculan dengan berbagai produk, jika melakukan branding untuk UKM. Akan terlihat lain dari pada kompetitornya, apalagi produk yang ditawarkan identik. Serta mudah dipercaya konsumen, Kepercayaan pelanggan adalah hal yang penting bagi sebuah bisnis, tapi tidak semudah itu untuk mendapatkannya. Kepercayaan merek perasaan aman bagi konsumen untuk menggunakan merek kita. Sehingga konsumen menjadi loyal contoh: kaos Erigo (asal Depok) serta meningkatkan angka penjualan, dengan menggait pelanggan baru dan pelanggan lama tetap loyal membeli produk itu.

Kemudian bagaimana cara membuat *branding* menarik dan mudah diingat konsumen adalah: memuji nama *brand* yang mudah diucapkan, perasaan aman bagi konsumen untuk menggunakan merek kita. Sehingga konsumen menjadi loyal, contoh: kaos Erigo (asal Depok); temukan ciri khas produk, bukan sekedar berbeda nama namun berbeda pelayanan dan kualitas; merek dan logo sebagai cerminan produk perasaan aman bagi konsumen untuk menggunakan merek kita. Sehingga konsumen menjadi loyal; pasang iklan; serta ikut dalam bazar dan pameran salah satu upaya memperkenalkan produk kepada khalayak ramai adalah dengan mengikuti *event* bisnis seperti pameran atau bazar.



Gambar 5: Praktik memasak roti dari bahan kentang

Selanjutnya para pengusaha kecil mendapatkan praktik dan pelatihan membuat cemilan dari bahan baku kentang oleh Dr. Wyati Sadewisasi SE.MSI sebagai berikut; langkah per tama yaitu mempersiapkan bahan kentang: 1 kg kentang kukus, 1 butir kuning telur, 2 sendok makan margarin, 1 sendok teh bubuk kaldu jamur, bubuk pala secukupnya, $\frac{1}{2}$ sendok teh garam, 50 gram keju cedar parut, 1 sachet susu bubuk dancow instan, merica bubuk secukupnya. Langkah kedua yaitu mempersiapkan menolah kentang: Kentang kukus dihaluskan, kemudian margarin dimasukkan kuning telur, kaldu jamur, bubuk pala, garam, keju cedar, susu bubuk dan merica serta diaduk sampai rata dan sisihkan. Langkah ke tiga yaitu mempersiapkan bahan Isi: 250 gram daging ayam cincang, 3 buah sosis, 3 buah wortel, 1 batang daun bawang, 1 buah bawang Bombay ukuran sedang, 2 siung bawang putih, $\frac{1}{2}$ sendok the garam, $\frac{1}{2}$ sendok teh gula pasir, 1 sendok teh bubuk kaldu jamur, pala bubuk secukupnya dan merica bubuk secukupnya

Proses cara membuatnya yaitu: (1) cincang bawang putih dan bawang bombay (2) potong-potong dadu kecil-kecil wortel (3) potong-potong dadu kecil-kecil sosis, (4) potong-potong daun bawang, (5) tumis bawang putih dan bawang bombay dengan minyak dan api sedang sampai layu dan harum (6) masukkan daging ayam cincang, wortel dan sosis. (7) masukkan garam, gula pasir, pala bubuk, merica bubuk, dan tambahkan sedikit air, (8) aduk dan tunggu wortel sampai layu dan matang lalu masukkan daun bawang dan setelah daun bawangnya layu matikan kompor

Kemudian cara mengisi cup langkahnya adalah (1) masukkan kentang ke dalam dasar cup ratakan, (2) isikan bahan isian, (3) atasnya tutup lagi dengan kentang menggunakan semprotan plastik segi tiga dan ratakan dengan sendok, (4) lakukan semuanya cup dan oleskan kuning telur lalu taburi keju parut, (5) panggan dalam oven api atas bawah 190 derajat selama 30 menit dan (6) angkat dari oven dan taburi dengan peterseli kering.

Kegiatan evaluasi perlu dilakukan agar pelaksanaan program PkM ini bisa diketahui tingkat ketercapaiannya dan manfaat yang diperoleh peserta (Alliyah & Sunarto, 2020). Kegiatan PkM tentang peningkatan berwirausaha bagi usaha kecil di Kelurahan Sambirejo, Kecamatan Gayamsaari Kota Semarang memberikan penyuluhan bagaimana pentingnya peningkatan berwirausaha serta pentingnya *packaging* yang sehat aman menarik yang dapat memberikan daya tarik bagi konsumen serta memberikan praktik membuat kue yang berasal dari bahan baku kentang, yang akhirnya bisa meningkatkan usaha kecil mereka.



Hasil Evaluasi Faktor Pendorong yang menjadi pendorong para pengusaha kecil di Kelurahan Sambirejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang adalah Pertama, kelompok usaha kecil di kelurahan Sambirejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang menginginkan adanya pemahaman pengetahuan meningkatkan berwirausaha lebih baik serta lebih memahami pentingnya *packaging* bagi produk yang diproduksi supaya menarik, aman, sehat dan bisa memberikan nilai lebih bagi produk yang dijualnya. Ke dua, kepompok usaha kecil di Kelurahan Sambirejo Kecamatan Gayamsari Kota Semarang untuk menambah keahlian dalam memproduksi makanan dari bahan kentang yang sehat, murah, bergizi.

4. PENUTUP

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat tentang peningkatan berwirausaha bagi usaha kecil di Kelurahan Sambirejo, Kecamatan Gayamsari Kota Semarang akan bisa membantu peningkatan usaha kecil tentang arti pentingnya berwirausaha dan pentingnya *packaging* dari produk yang diproduksi serta peningkatan keahlian dengan diberikan praktik membuat kuliner dari bahan baku kentang. Saran bagi program pengabdian kepada masyarakat ini adalah agar bisa dilakukan pada usaha kecil yang lain di lingkungan kota Semarang dan dapat dilaksanakan pengabdian kepada masyarakat selanjut dengan teori usaha serta praktik yang lebih luas lagi sehingga akan mendatangkan manfaat bagi pelaku usaha kecil.

DAFTAR PUSTAKA

- Bulan, Tengku PL, 2017, Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Juragan Jasmine Langsa, Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol 6, No. 1 Mei 2017/ISSN 2252-844X
- Kotler, Philip. 2004. Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol. Jakarta: Prenhallindo.Suryana.2006.
- Naimah, R. J., Wardhana, M. W., & Haryanto, Rudi Febrianto, A. (2020). Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasara UMKM. Jurnal IMPACT: Implementasi onand Action, 2(2), 39 <https://doi.org/10.31961/impact.v2i2.844>
- Ning Rahayu. 2018. 10 Manfaat Internet Marketing bagi Bisnis. Akses online www.wartaekonomi.co.id/read178295/10-manfaat-internet-marketing-bagi-bisnis. Akses online Senin 23 November 2020
- Purwana, D., Rahmi, R., dan Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi usahamikro, kecil, dan menengah (UMKM) di kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. Jurnal
- Rudiantara. 2019. Strategi Kewirausahaan Usaha Digital Sebuah Panduan untuk UMKM Startup, dan E-Commerce. Penerbit CFDS
- Tjiptono, Fandy. 2004. Kewirausahaan, Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy. 2007. Pemasaran Jasa. Malang: BayuMedia.
- Wahyudi, Agustinus. 2006. Strategi Diversifikasi Produk. Bandung: Mandar Maju
- Schumpeter, Joseph A., 1961. *In Theory Of Economic Development: an Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and The Business Cycle*, Oxford University Press, New York.