

Manajemen Usaha Rumahan di Masa Pandemi

**Nirmala*¹, Andhi Johan Suzana², Ginanjar Adi Nugraha³, Ady Achadi⁴, Dian Safitri
Pantja Koesoemasari⁵, Zumaeroh⁶**

^{1,2,3,4,5,6}Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Wijayakusuma Purwokerto, Indonesia

*e-mail: nirmalapwt@yahoo.co.id¹, andijohan1001@gmail.com², andjaradinugraha@gmail.com³,
ady.unwiku@gmail.com⁴, dians275@gmail.com⁵, zumaeroh1234@gmail.com⁶

Abstrak

Daging Slice Purwokerto dirintis awal tahun 2020 oleh seorang womenpreneur yang belum menerapkan manajemen usaha yang baik. Pemilik belum melakukan pembukuan dan manajemen keuangan, varian produk yang sedikit dan promosi usaha yang masih terbatas. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini agar pemilik usaha dan karyawan mendapatkan pengetahuan dan pemahaman tentang entrepreneur dan pentingnya penerapan manajemen usaha yang baik, serta terdorong meningkatkan produksi dan mengembangkan usaha. Metode pendekatan yang dilakukan adalah: presentasi, diskusi, pendampingan dan pelatihan manajemen. Kegiatan dilaksanakan dalam tiga tahapan waktu dengan agenda: (1) penyuluhan entrepreneurship, manajemen usaha dan pelatihan pembuatan laporan keuangan sederhana, (2) penyuluhan manajemen pemasaran, diskusi permasalahan pemasaran, dan merumuskan model pemasaran yang tepat serta efektif, (3) penyuluhan manajemen produksi dan praktek membuat varian produk baru. Hasil kegiatan menunjukkan pemilik usaha termotivasi menjadi womenpreneur yang tangguh dan makin baik dalam tata kelola usaha, terbukti dengan melakukan praktek pembukuan dan meningkatkan efektivitas promosi. Selain itu, pemilik usaha dan karyawan juga termotivasi untuk terus melakukan inovasi dan kreativitas sehingga memunculkan varian produk baru berupa bakso, saos barbeque dan sayuran segar yang disimpan dalam lemari pendingin pemberian tim pengabdian sebagai bantuan usaha.

Kata kunci: Manajemen Usaha, Pelatihan, Pendampingan, Penyuluhan, Varian Produk

Abstract

Daging Slice Purwokerto was pioneered in early 2020 by a womenpreneur who has not implemented good business management. The owner has not done bookkeeping and financial management, the product variants are few and the business promotion is still limited. The purpose of this community service activity is so that business owners and employees gain knowledge and understanding about entrepreneurs and the importance of implementing good business management, as well as being encouraged to increase production and develop businesses. The approach method used is: presentation, discussion, mentoring and management training. The activities are carried out in three stages with the agenda: (1) entrepreneurship counseling, business management and training in making simple financial reports, (2) marketing management counseling, discussing marketing issues, and formulating appropriate and effective marketing models, (3) production management counseling and practice of creating new product variants. The results of the activity show that business owners are motivated to become strong womenpreneurs and are getting better at business governance, as evidenced by carrying out bookkeeping practices and increasing promotional effectiveness. In addition, business owners and employees are also motivated to continue to innovate and create new product variants in the form of meatballs, barbecue sauce and fresh vegetables that are stored in the refrigerator provided by the service team as business assistance.

Keywords: Business Management, Counseling, Mentoring, Product Variants, Training,

1. PENDAHULUAN

Dunia usaha memiliki banyak tantangan dan persaingannya semakin kompetitif. Untuk menghadapi berbagai tantangan tersebut, maka dalam pengelolaan bisnis/usaha membutuhkan kemampuan *entrepreneurship* yang baik. Dengan memiliki kemampuan yang baik, maka seorang pemilik usaha akan mampu menjadi seorang *entrepreneur* yang tangguh dan unggul. Mengelola usaha memerlukan kreativitas yang tinggi, rasa tidak cepat menyerah, berani mengambil risiko, dan selalu berusaha menemukan hal-hal baru untuk meningkatkan

kinerja (Bismala, 2016). Menjadi pengusaha tentunya membutuhkan banyak ketrampilan dan pengetahuan, agar usaha yang ditekuninya dapat berkembang dengan baik.

Wirausahawan dapat dilakukan tanpa batasan gender, artinya menjadi pengusaha bukan hanya milik kaum laki-laki tetapi juga dapat dilakukan oleh kaum wanita. Saat ini banyak bermunculan wirausahawan perempuan atau *womenpreneur* dengan kemampuan usaha yang baik. Pengusaha perempuan di Indonesia saat ini sudah menunjukkan eksistensinya, dan meraih kesuksesan di bidang yang dilakoninya. Tren wanita pengusaha mengalami peningkatan setiap tahun dan bahkan menyaingi jumlah pria pengusaha. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2014) jumlah wanita pengusaha di sebesar 5,86% pada tahun 2009 menjadi 7,91% pada tahun 2012. Tren wanita pengusaha sebesar 7,91% pada tahun 2012 berhasil melebihi tren pria pengusaha yang hanya sebesar 7,80% (Saputri, 2015).

Menurut Saputri (2015), sebenarnya proses kewirausahaan antara pria dan wanita tidak berbeda, namun dalam praktiknya wanita pengusaha cenderung mengalami lebih banyak kendala dalam berusaha. Di Indonesia, dengan berbagai kendala tersebut diatas, telah menjadi dasar bagi wanita pengusaha dalam melakukan pemilihan bidang usaha. Berdasarkan penelitian Nirmala (2021) yang dilakukan kepada 30 orang *womenpreneur* di kota Purwokerto, diperoleh hasil bahwa 80% orang *womenpreneur* bergerak dalam bidang usaha kuliner dan ide awal membuka usaha karena menyalurkan hobi sebesar 30%. Hal ini menunjukkan bahwa kaum wanita memang tidak dapat dipisahkan dari urusan dapur, sekaligus membuktikan bahwa urusan dapur atau hobi memasak kaum wanita jika dikembangkan dengan serius maka dapat memunculkan sebuah usaha yang menjanjikan.

Usaha kecil atau UMKM seringkali mengalami kendala/permasalahan, termasuk usaha kecil yang dikelola oleh *womenpreneur*. Supeni dan Sari (2011) dalam Bismala (2016) menemukan bahwa permasalahan manajemen usaha kecil secara garis besar meliputi empat aspek sebagai berikut:

- a. Keuangan, di mana pengelolaan keuangan usaha mereka masih sangat sederhana bahkan masih belum mampu memisahkan antara keuangan usaha dengan keuangan pribadi. Kondisi ini diperparah dengan tidak adanya pencatatan transaksi keuangan sehingga perputaran modal usaha menjadi tidak jelas dan tidak terkontrol. Pola yang demikian menyebabkan usaha mereka menjadi tidak berkembang bahkan tutup karena kehabisan modal.
- b. Produksi/operasional, dalam perkembangannya mereka mengalami berbagai kendala teknis dan teknologi, harga bahan baku yang melambung sementara harga jual yang relatif rendah karena daya beli masyarakat juga rendah. Di sisi lain kreativitas menciptakan produk-produk baru juga masih sangat terbatas.
- c. Pemasaran, lingkup pemasaran usaha masih sangat terbatas di lingkungannya sendiri baik sebatas RT, RW, maupun desa saja sehingga sulit untuk berkembang dengan maksimal. Permasalahan lain yang dihadapi adalah kemampuan daya beli masyarakat yang sangat rendah sehingga harga jual produk mereka juga rendah. Perilaku konsumen yang lebih menyukai pembelian secara kredit juga menjadi salah satu faktor penghambat karena perputaran dananya menjadi lambat bahkan cenderung macet.
- d. Sumber daya manusia, aspek sumber daya manusia pemilik usaha masih tergolong berpendidikan rendah sehingga kemampuan dan wawasan mereka juga masih sangat rendah. Pelaku usaha UMKM harus mampu meningkatkan kapasitas produksinya agar permintaan pasar dapat terserap dengan baik. Selain peningkatan produksi, pelaku usaha harus memiliki pengetahuan dan mengembangkan kemampuan untuk melakukan kegiatan pemasaran yang efektif. Dengan melakukan pemasaran yang efektif, maka hasil usaha dapat meningkat, sehingga pelaku usaha UMKM juga akan meningkat kesejahteraan ekonominya.

Pandemi covid-19 berpengaruh pada perekonomian global termasuk Indonesia dan menimbulkan ketidakpastian bahkan mengarah pada resesi ekonomi. Pandemi menimbulkan efek domino dari kesehatan ke masalah sosial dan ekonomi (Kaukab, 2020). Perkembangan dunia usaha seluruhnya mengalami hantaman ketika terjadi pandemi virus Covid-19. Pandemi telah menghantam berbagai lini usaha, tak hanya perusahaan besar, tetapi juga memunculkan krisis bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) (bisnis.com., 2020). UMKM sebagai

tulang punggung perekonomian nasional Indonesia terdampak secara serius, tidak hanya pada aspek total produksi dan nilai perdagangan, tetapi juga pada jumlah tenaga kerja yang harus kehilangan pekerjaannya karena pandemi ini. Menurut KemenkopUKM ada sekitar 37.000 UMKM yang melaporkan bahwa mereka terdampak sangat serius dengan adanya pandemi ini ditandai dengan: sekitar 56 persen mengalami penurunan penjualan, 22 persen mengalami permasalahan pada aspek pembiayaan, 15 persen mengalami masalah distribusi barang, dan 4% mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku mentah (Pakpahan, 2020).

Pengusaha perempuan atau *womenpreneur* cenderung lebih rentan terdampak pandemi virus corona. Bahkan, tingkat penutupan bisnis kecil dan menengah selama *lockdown* juga lebih tinggi pada usaha yang dipimpin oleh perempuan. Tidak seperti resesi sebelumnya yang mempengaruhi lebih besar usaha-usaha yang dijalankan oleh para pria, kejatuhan ekonomi akibat Covid-19 ini justru memberikan dampak yang lebih besar bagi pengusaha perempuan (bisnis.com., 2020). Banyaknya *womenpreneur* pelaku UMKM yang terdampak Covid-19 memerlukan bantuan dan upaya pemulihan agar tidak menimbulkan beban sosial ekonomi keluarga dan sekaligus agar terus mendorong spirit wirausaha *womenpreneur*. Spirit wirausaha yang harus dimiliki termasuk oleh *womenpreneur* pelaku UMKM yaitu: 1) ada usaha atau kegiatan untuk melakukan sesuatu; 2) menciptakan nilai baru yang menyebabkan apa yang dihasilkan dapat mempunyai nilai tambah di pasar dan mempunyai keunggulan; 3) kemampuan dan kecepatan dalam mengidentifikasi adanya peluang bisnis; 4) mengambil risiko; 5) mempunyai ketrampilan atau keahlian manajemen dan komunikasi; serta 6) kemampuan dalam memobilisasi berbagai potensi yang ada seperti faktor sumber daya manusia dan keuangan (Haeruman, 2000). Pelatihan kewirausahaan bagi *womenpreneur* pelaku UMKM yang terdampak Covid-19, memiliki fungsi yang signifikan dalam upaya mendorong spirit wirausaha melalui sikap kerja keras, disiplin, bertanggungjawab, jujur, percaya diri, kebutuhan berprestasi, strategi bersaing, dan berani mengambil risiko (Moita, 2021). Urgensi dan spirit kewirausahaan diharapkan dapat mendorong penyerapan tenaga kerja, pemerataan pendapatan, pembangunan ekonomi pedesaan, dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat (Fidella, dkk: 2020).

Daging Slice Purwokerto dirintis oleh seorang *womenpreneur*. Usaha ini dimulai sejak awal tahun 2020 dengan menjadi agen *reseller* daging *slice* yang diperoleh dari Jakarta. Usaha mulai dikenal dan bertambah pelanggan, namun pada pertengahan bulan Maret 2020, usaha mengalami kendala akibat pandemi. Puncaknya pada bulan April 2020, Daging Slice Purwokerto tidak dapat melakukan usaha akibat pasokan daging terhenti total. Setelah sebulan lebih tidak mendapatkan pemasukan, sehingga pemilik mulai mencari pemasok baru dan berhasil menemukan pengusaha lokal yang bergerak pada impor daging sapi. Pemilik kemudian memutuskan memproduksi daging *slice* sendiri dan memasarkan dengan merk sendiri.

Daging Slice Purwokerto kemudian membeli peralatan pendukung berupa mesin pemotong daging semi manual kecil yang sesuai dengan modal yang dimilikinya. Daging Slice Purwokerto memproduksi daging sapi yang sudah dipotong berbentuk *slice* yang praktis dan produk ini disukai masyarakat. Usaha yang mulai dikenal masyarakat tentunya harus dikelola dengan benar agar dapat berkembang. Namun, pemilik masih menjalankan usaha dengan prinsip apa adanya tanpa adanya tata kelola yang baik. Pemilik membeli bahan baku, memotong daging dalam bentuk *slice*, mengemas dan menjual dengan peralatan yang sederhana dan tanpa melakukan catatan pembukuan yang jelas. Karena usaha dijalankan di rumah tempat tinggal keluarga, maka pemilik menggunakan berbagai sumberdaya seperti listrik dan gas yang bercampur dengan penggunaan rumah tangga. Jika karyawan tidak masuk bekerja, maka pemilik dan keluarga yang mengerjakan produksi dan tanpa diperhitungkan biaya tenaga kerjanya. Hal ini memang kerap terjadi pada UMKM karena kurangnya pengetahuan tentang entrepreneur dan kurangnya kemampuan pemilik UMKM dalam menjalankan tata kelola dan manajemen usaha yang baik.

Selain lemahnya tata kelola dan penerapan manajemen keuangan usaha, Daging Slice Purwokerto juga kurang efektif dalam manajemen pemasaran. Dari sisi pemasaran, model promosi hanya dilakukan dengan spanduk dan mengandalkan media *whatsapp* dan *instagram* dengan tampilan yang masih sederhana. Varian produk yang tersedia juga baru terbatas pada

daging slice dan kadang kentang atau jagung sebagai tambahan. Hal ini disebabkan kurangnya lemari pendingin yang dimiliki UMKM untuk menyimpan produk dagangannya. berjuang menjalankan usaha di masa pandemi dengan terus meningkatkan produksinya.

Perjuangan Daging Slice Purwokerto dalam menjalankan usaha juga mengalami kendala yang berkaitan dengan proses produksi. Kendala utama pada proses produksi disebabkan masalah permodalan yang terbatas sehingga membuat pemilik belum memiliki peralatan yang memadai. Pesanan yang datang semakin banyak, namun dengan keterbatasan kapasitas mesin, kapasitas lemari pendingin dan tenaga kerja, maka kapasitas produksi tetap tidak dapat memenuhi pesanan yang masuk. Hal ini disebabkan tenaga kerja yang dimiliki mitra hanya dua orang dan peralatan yang digunakan untuk memotong daging juga masih sederhana dan semi manual. Daging sapi beku yang dibeli dari gudang daging masih dalam ukuran yang besar. Bongkahan daging beku yang besar tadi harus dipotong menggunakan gergaji kayu biasa agar dapat diproses lebih lanjut. Hal ini harus dilakukan karena alat potong *slice* manual yang dimiliki berukuran kecil. Setelah dipotong, daging beku segera dimasukkan dalam alat potong slice manual untuk diproses menjadi potongan *slice*. Setelah potongan *slice* ditimbang dan dikemas, maka harus segera disimpan dalam lemari pendingin agar daging tetap segar. UMKM hanya memiliki 2 buah lemari pendingin yang memiliki kapasitas terbatas.

Potensi pasar dan peluang UMKM Daging Slice Purwokerto sebenarnya masih terbuka lebar. Jika saja UMKM memiliki modal untuk membeli peralatan yang lebih memadai, maka kapasitas produksi dapat ditingkatkan. Potensi penambahan varian produk baru juga cukup menjanjikan, hal ini terbukti dari cukup banyaknya pelanggan yang menanyakan produk seperti bakso dan sayuran beku yang biasa menjadi pendamping dalam mengolah daging sapi *slice* menjadi masakan modern. Bahkan ada beberapa pelanggan yang menanyakan peralatan memanggang/*barbeque* yang bisa disewakan. Hal ini memunculkan peluang usaha penyewaan peralatan *barbeque* dan penyediaan bahan *barbeque* yang lengkap mulai dari daging sapi *slice*, daging ayam *slice*, saos *barbeque* dan berbagai sayuran beku pendamping. Namun, selama ini UMKM Daging Slice Purwokerto belum menerapkan manajemen usaha yang baik, serta memiliki beberapa kendala dalam hal produksi dan pemasaran. Oleh karena itu, harus diberikan tambahan pengetahuan, peningkatan kemampuan sekaligus dorongan agar dapat meningkatkan kemampuan *entrepreneurship* dan manajemen usaha.

Strategi pelatihan manajemen dan pendampingan diprogramkan oleh tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Universitas Wijayakusuma Purwokerto, karena selain memberikan edukasi dan pemahaman tentang *entrepreneurship*, juga terdapat muatan yang dapat mengobarkan motivasi dan semangat bagi *womenpreneur* pelaku UMKM untuk terus menjalankan usaha ekonomi di tengah pandemi Covid-19 dengan kreatif dan inovatif. Berdasarkan pertimbangan di atas, maka tujuan pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat adalah: 1) membantu *womenpreneur* pemilik usaha Daging Slice Purwokerto mendapatkan tambahan pengetahuan mengenai *entrepreneur* dan manajemen usaha yang baik; 2) memberikan dorongan motivasi agar *womenpreneur* dapat meningkatkan kemampuan *entrepreneurship* dan manajemen usaha; 3) memberikan dorongan motivasi dan pendampingan agar *womenpreneur* dapat menciptakan varian produk baru; 4) membantu *womenpreneur* dengan penyediaan lemari pendingin untuk menyimpan produk dagangannya.

2. METODE

Hasil wawancara dan pengamatan awal menunjukkan bahwa *womenpreneur* pemilik usaha Daging Slice Purwokerto membutuhkan bantuan dalam membenahi usahanya agar dapat berkembang di masa pandemi ini. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada bulan April-Mei 2021 dengan lokasi pengabdian di UMKM Daging Slice Purwokerto, Jl. Penatusan 1 No.236, RT 01/02 Purwokerto Wetan, Kecamatan Purwokerto Timur, Kabupaten Banyumas. Sasarannya adalah pemilik usaha seorang *womenpreneur* dan para karyawannya. Target yang akan dicapai adalah melalui pelatihan manajemen dan pendampingan, maka pemilik usaha selain mendapatkan pengetahuan juga semakin termotivasi mengembangkan

usahanya dengan tata kelola dan manajemen yang baik.

Metode pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat di UMKM Daging Slice Purwokerto adalah:

- a. Penyuluhan dan diskusi dengan materi entrepreneur dan manajemen usaha: metode ini digunakan untuk mencapai tujuan pertama kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu membantu *womenpreneur* pemilik usaha Daging Slice Purwokerto mendapatkan tambahan pengetahuan mengenai *entrepreneurship* dan manajemen usaha yang baik. Tingkat ketercapaian dapat diukur dengan adanya perubahan sikap dan pandangan dari pemilik usaha dan karyawan.
- b. Pendampingan dan pelatihan manajemen keuangan dan manajemen pemasaran: metode ini digunakan untuk mencapai tujuan kedua kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu pemilik usaha dan karyawan mendapatkan dorongan untuk meningkatkan kemampuan *entrepreneurship* dan manajemen usaha. Tingkat ketercapaian dapat diukur dengan keberhasilan pemilik usaha melakukan praktek pembukuan sederhana dan membuat promosi yang menarik melalui media sosial yang lebih beragam.
- c. Pendampingan dan pelatihan manajemen produksi untuk menemukan varian produk baru: metode ini digunakan untuk mencapai tujuan ketiga kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu pemilik usaha dan karyawan mendapatkan dorongan motivasi dan pendampingan agar tercipta varian produk baru. Tingkat ketercapaian dapat diukur dengan keberhasilan pemilik usaha menghasilkan varian produk baru.
- d. Pemberian bantuan peralatan pada UMKM: metode ini digunakan untuk memberikan dorongan moril dan motivasi agar pemilik usaha dan karyawan terus semangat berusaha mengembangkan usahanya. Tingkat ketercapaian dapat diukur dengan meningkatnya jumlah produk yang dihasilkan karena bantuan peralatan yang diberikan berupa lemari pendingin yang dapat menampung lebih banyak produk.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di UMKM Daging Slice Purwokerto pada periode waktu bulan April-Mei 2021. Kegiatan dilaksanakan dalam tiga tahapan waktu, yaitu:

- a. Tahap Pertama: dengan agenda pemberian materi tentang *entrepreneurship*, manajemen usaha dan pelatihan pembuatan laporan keuangan sederhana. Kegiatan ini diikuti oleh pemilik UMKM Daging Slice Purwokerto.
- b. Tahap Kedua: dengan agenda pemberian materi tentang manajemen pemasaran dan diskusi mengenai permasalahan pemasaran, serta merumuskan model pemasaran yang lebih tepat serta efektif. Kegiatan ini diikuti pemilik dan karyawan UMKM Daging Slice Purwokerto.
- c. Tahap Ketiga: dengan agenda pemberian materi tentang manajemen produksi dan praktek membuat varian produk baru berupa bakso dan saos *barbeque*, serta memilih dan mengemas sayuran pendamping yang nantinya akan disimpan dalam lemari pendingin yang diberikan tim pengabdian sebagai bantuan usaha bagi UMKM Daging Slice Purwokerto.



(a)



(b)



(c)

Gambar 1. Pelaksanaan kegiatan: (a) tahap pertama (b) tahap kedua (c) tahap ketiga

Pada Gambar 1 dapat terlihat pelaksanaan kegiatan pengabdian pada tiap tahap, yaitu:

- a. Pada gambar bagian (a) terlihat proses yang dilakukan pada tahap pertama, dimana salah satu agenda yang diberikan adalah pelatihan manajemen keuangan. Pemilik antusias dan cepat menyerap materi yang diberikan. Tim memberikan bantuan berupa peralatan hitung berupa kalkulator dan perlengkapan pembukuan agar dapat digunakan oleh pemilik usaha. Evaluasi kegiatan dirasakan masih kurang maksimal karena pembukuan dilakukan hanya secara manual yang disebabkan laptop yang dimiliki pemilik usaha sedang rusak dan pemilik belum memiliki laptop pengganti.
- b. Pada gambar (b) terlihat proses yang dilakukan pada tahap kedua, dimana salah satu agendanya adalah pelatihan manajemen pemasaran dengan melakukan pengemasan produk agar lebih cantik dan menarik. Semula pemilik hanya mengemas tanpa label, namun setelah pendampingan maka pemilik membuat stiker yang menarik sebagai label produk. Evaluasi kegiatan terkait manajemen pemasaran masih belum maksimal karena keterbatasan tempat dan ruang sehingga penataan produk terbatas.
- c. Pada gambar (c) terlihat proses yang dilakukan pada tahap ketiga, dimana salah satu agendanya adalah melakukan praktek pembuatan varian produk baru berupa bakso dan saos *barbeque*. Evaluasi kegiatan sudah baik karena pemilik akhirnya menemukan komposisi yang tepat untuk menghasilkan bakso yang enak dan saos *barbeque* yang lezat dengan kemasan botol yang menarik.

3.2. Indikator Tercapainya Tujuan Kegiatan Pengabdian

Dari metode pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini, maka dapat diukur indikator tercapainya tujuan sebagai berikut:

- a. Metode penyuluhan dan diskusi terbukti membantu tercapainya tujuan pertama kegiatan yaitu membantu *womenpreneur* pemilik usaha Daging Slice Purwokerto mendapatkan tambahan pengetahuan mengenai *entrepreneurship* dan manajemen usaha yang baik. Tingkat ketercapaian dapat diukur dengan adanya perubahan sikap, pola pikir dan pandangan dari pemilik usaha dan karyawan yang menunjukkan antusiasme dalam menerima dan menyerap berbagai materi. Peningkatan kemampuan *entrepreneurship* dan manajemen usaha sangat diperlukan agar pemilik dapat meningkatkan produktifitas dan memperoleh hasil yang lebih besar dari usahanya selama ini.
- b. Metode pendampingan dan pelatihan manajemen keuangan dan manajemen pemasaran terbukti membantu tercapainya tujuan kedua kegiatan yaitu pemilik usaha dan karyawan mendapatkan dorongan untuk meningkatkan kemampuan *entrepreneurship* dan manajemen usaha. Tingkat ketercapaian dapat diukur dengan keberhasilan pemilik usaha melakukan praktek pembukuan sederhana dan membuat promosi yang menarik melalui media sosial yang lebih beragam. Dengan adanya manajemen usaha yang tertata dan baik, maka UMKM dapat berkembang dengan lebih sehat dan mudah terpantau.
- c. Metode pendampingan dan pelatihan manajemen produksi untuk menemukan varian produk baru terbukti membantu tercapainya tujuan ketiga kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu pemilik usaha dan karyawan mendapatkan dorongan motivasi dan pendampingan agar tercipta varian produk baru. Tingkat ketercapaian dapat diukur dengan keberhasilan pemilik usaha menghasilkan berbagai varian produk baru, yaitu saos *barbeque*, bakso daging sapi, serta berbagai jenis sayuran beku kemasan.
- d. Metode pemberian bantuan peralatan pada UMKM terbukti efektif dalam memberikan dorongan moril dan motivasi agar pemilik usaha dan karyawan terus semangat berusaha mengembangkan usahanya. Tingkat ketercapaian dapat diukur dengan meningkatnya jumlah produk yang dihasilkan karena bantuan peralatan yang diberikan berupa lemari pendingin yang dapat menampung lebih banyak produk. Bantuan lemari pendingin yang diberikan oleh tim digunakan untuk menyimpan dan display produk tambahan seperti saos *barbeque* dan berbagai jenis sayuran beku kemasan.



Gambar 2. Pemberian bantuan peralatan berupa lemari pendingin oleh tim pengabdian

Pada Gambar 2 dapat terlihat komitmen tim pengabdian kepada masyarakat untuk membantu menyediakan peralatan pada UMKM Daging Slice Purwokerto. Tim memberikan bantuan lemari pendingin yang sangat dibutuhkan UMKM untuk menyimpan varian produk barunya berupa saos barbeque dan berbagai sayuran beku siap saji.

3.3. Fokus Utama Kegiatan

Kegiatan pengabdian ini memiliki fokus utama untuk membantu *womenpreneur* dalam hal ini pemilik usaha UMKM Daging Slice Purwokerto agar dapat mempertahankan usahanya di tengah masa pandemi. Kegiatan yang dilakukan bukan hanya memberikan tambahan pengetahuan tetapi yang terpenting adalah memberikan pendampingan usaha. Hal ini terbukti efektif, yang dapat dilihat dari keunggulan luaran sebagai berikut:

- a. UMKM berhasil memperbaiki sistem penjualan dengan cara:
 - 1) Mengembangkan sistem pemasaran *online*. Sistem pemasaran *online* saat ini sudah umum dilakukan oleh para pengusaha baik skala besar maupun kecil (umkm) dan diyakini mampu meningkatkan penjualan. Sistem pemasaran *online* dapat dilakukan dengan media whatsapp, facebook dan instagram dengan tampilan yang menarik.
 - 2) Memotivasi pemilik usaha untuk mengembangkan bisnis jaringan atau agen penjualan. Dimana sistem ini memungkinkan hasil penjualan dapat meningkat dengan cepat.
 - 3) Memotivasi pemilik usaha untuk mengikuti pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah atau instansi lain, agar produk dapat lebih dikenal oleh masyarakat.
- b. UMKM berhasil memperbaiki kemasan produk, sehingga diharapkan nilai jual produk juga dapat meningkat



Gambar 3. Produk daging slice: (a) promosi (b) produk kemasan

Pada Gambar 3 terlihat tampilan produk daging slice yang digunakan untuk media promosi (a) dan tampilan produk yang sudah dalam kemasan siap jual (b). Produk daging slice ditata dalam piring styrofoam putih dan kemudian ditutup dengan plastik *wrap* agar higienis, untuk kemudian disimpan di lemari pendingin.

- c. UMKM berhasil menambah varian produk yang dapat dijual. Selain akan meningkatkan penjualan, hal ini dapat membantu memecahkan persoalan terkait kurangnya tenaga kerja saat permintaan daging *slice* banyak, yaitu dengan mengalihkan pembeli pada varian produk lain yang bisa disiapkan sendiri, seperti membuat bakso daging sapi, menyiapkan sayuran beku (kentang, jagung, selada, buncis dan wortel) yang biasanya diolah bersama

dengan daging *slice*. Varian produk baru berupa saos *barbeque* juga berhasil dibuat dan dipasarkan.



Gambar 4. Varian produk baru: (a) bakso dan sayuran beku (b) saos *barbeque*

Pada gambar 4 terlihat tampilan varian produk baru: (a) bakso dan sayuran beku yang sudah tertata rapi di lemari pendingin yang berfungsi sebagai display produk dan (b) saos *barbeque* dalam kemasan botol yang menarik dan sticker label yang bagus.

- d. UMKM berhasil menjual produk dengan dilengkapi paket rental peralatan memasak (*barbeque*). Saat ini banyak pelanggan yang belum memiliki alat memasak karena harga peralatan *barbeque* yang cukup mahal. Selain itu, di masyarakat juga mulai banyak restoran *barbeque* yang ternyata diminati dan laris. Dengan demikian, jika Daging Slice Purwokerto dapat menyediakan sewa peralatan akan membuat konsumen lebih tertarik membeli produk. Hal ini diyakini dapat meningkatkan pendapatan pemilik usaha.

3.4. Tingkat Kesulitan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan pengabdian berjalan dengan baik dan lancar. Pemilik usaha dan karyawan sangat terbuka dan antusias untuk belajar dan mengembangkan diri. Pemilik usaha dengan cepat dapat mempraktekan pembukuan sederhana dan berkreasi dalam menampilkan promosi di media sosial. Demikian juga ketika digali ide tentang varian produk baru yang dapat dijual, ternyata banyak ide yang muncul dan segera dipraktekan. Dengan antusiasme yang tinggi, maka varian produk baru yang dihasilkan juga cukup beragam, yaitu saos *barbeque*, bakso daging sapi, serta sayuran beku seperti kentang, jagung, selada, buncis dan wortel. Berdasarkan uraian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kesulitan yang dihadapi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini tergolong rendah.

3.5. Peluang Pengembangan

UMKM Daging Slice Purwokerto masih harus berbenah dan memiliki banyak peluang untuk pengembangan, yaitu:

- Dari sisi produksi dapat dikembangkan dengan dukungan peralatan pemotong daging yang memiliki kapasitas produksi lebih besar. Dimana mesin potong tersebut juga dapat digunakan untuk memotong bagian iga dan buntut sapi sehingga dapat menambah varian produk baru lagi.
- Dari sisi pemasaran masih dapat ditingkatkan dengan berperan aktif dalam mengikuti berbagai pameran UMKM yang nantinya akan diadakan pemerintah maupun pihak lain, agar produk dapat semakin dikenal masyarakat.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat yang telah dilakukan oleh Tim Pengabdian dari Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma di UMKM Daging Slice Purwokerto menunjukkan tingkat pencapaian hasil yang tinggi. Hal ini terbukti dari perubahan sikap, pola pikir dan pandangan pemilik usaha dan karyawan terhadap *entrepreneurship* dan manajemen usaha, meningkatnya motivasi usaha, meningkatnya kemampuan pemilik dalam melakukan

pembukuan keuangan, terciptanya varian produk baru yang beragam dan munculnya berbagai ide kreatif pemasaran yang dilakukan pemilik usaha dan karyawan.

Pengembangan selanjutnya dapat dilakukan dengan dukungan peralatan mesin potong dengan kapasitas besar yang dapat memproses bukan hanya daging *slice* tetapi juga memproses iga dan buntut sapi. Dengan demikian, maka varian produk baru dapat bertambah dan UMKM Daging Slice Purwokerto dapat semakin meningkat penjualannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Wijayakusuma dan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Wijayakusuma Purwokerto yang telah memberi dukungan financial terhadap pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Bismala, L. (2016). Model Manajemen Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Efektivitas Usaha Kecil Menengah. *Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship*, 5(1), 19-25. <https://doi.org/10.37715/jee.v5i1.383>
- Fidela, A., Pratama, A., & Nursyamsiah, T. (2020). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan program pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*, 2(3), 493-498.
- Haeruman, H. (2000). Peningkatan daya saing UMKM untuk mendukung program pel. In *Makalah Seminar Peningkatan Daya Saing, Graha Sucofindo. Jakarta*.
- Kaukab, M. E. (2022). Memetakan Pola Penguatan Ekonomi untuk Masyarakat dalam Kemiskinan Ekstrim Pasca Pandemi di Kabupaten Wonosobo. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 2(1), 1-9.
- Moita, S., Kasim, S. S., & Sarmadan, S. (2021). Pelatihan Kewirausahaan bagi Perempuan Pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) Terdampak Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdidias*, 2(2), 263-272.
- Nirmala, N., Wijayanto, W. (2021). Minat Berwirausaha Kaum Wanita Di Kota Purwokerto. *Ekonomis : Journal of Economics and Business*, 5(1), 282-290. <http://dx.doi.org/10.33087/ekonomis.v5i1.319>
- Pakpahan, A. K. (2020). Covid-19 dan implikasi bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. *Jurnal Ilmiah Hubungan Internasional*, 59-64.
- Saputri, R. K., & Himam, F. (2015). Mindset Wanita Pengusaha Sukses. *Jurnal Psikologi* 42(2), 157-172.
- bisnis.com. (2020). Retrieved from <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20201009/88/1302971/pengusaha-perempuan-lebih-rentan-terdampak-pandemi-virus-corona>

Halaman Ini Dikосongkan