

PENYULUHAN KEWIRAUSAHAAN UNTUK UMKM AYAM GEPREK DESA CIBATU GUNA MENINGKATKAN MOTIVASI DALAM BERWIRAUSAHA

Etty Zuliawati Zed¹, Salsha Nabila², Milda Noviani³, M. Abdika Fauzan⁴

ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id¹, sn4614604@gmail.com², mmildannoviani@gmail.com³,
abdikapauzan@gmail.com⁴

Universitas Pelita Bangsa

ABSTRAK

Penyuluhan kewirausahaan merupakan langkah strategis untuk meningkatkan motivasi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Ayam Geprek di Desa Cibatu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak penyuluhan terhadap pemahaman kewirausahaan dan motivasi berwirausaha di kalangan pelaku UMKM. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyuluhan yang mencakup materi pemasaran, manajemen keuangan, dan inovasi produk berhasil meningkatkan motivasi peserta untuk mengembangkan usaha mereka. Selain itu, adanya dukungan komunitas dan jaringan pemasaran yang dibangun selama kegiatan penyuluhan berkontribusi pada keberlangsungan usaha. Temuan ini menunjukkan pentingnya penyuluhan sebagai upaya untuk memberdayakan pelaku UMKM, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan kontribusi ekonomi lokal. Penelitian ini merekomendasikan pelaksanaan program berkelanjutan untuk mendukung pertumbuhan UMKM di wilayah tersebut. UMKM Ayam Geprek dapat menjalankan usahanya secara kreatif, yang dibuktikan dengan pelaksanaan kegiatan dan evaluasi hasil. Permintaan dari klien Ayam Geprek meningkat seiring dengan motivasi tinggi, peningkatan pendapatan, dan peningkatan kapasitas.

Kata Kunci: Penyuluhan kewirausahaan, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), Motivasi Berwirausaha, Sustainability Usaha, Daya Saing Ekonomi Lokal, Inovasi Produk.

ABSTRACT

Entrepreneurship counseling is a strategic step to increase the motivation of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the Ayam Geprek business in Cibatu Village. This study aims to analyze the impact of counseling on entrepreneurship understanding and motivation among MSME actors. The method used is a qualitative approach through interviews, observation, and documentation analysis. The results show that the counseling, which included materials on marketing, financial management, and product innovation, successfully increased the participants' motivation to develop their businesses. Additionally, the support from the community and marketing networks built during the counseling activities contributed to the sustainability of the businesses. These findings highlight the importance of counseling as an effort to empower MSME actors, thereby enhancing their competitiveness and local economic contribution. This study recommends the implementation of sustainable programs to support MSME growth in the region. Ayam Geprek MSMEs can run their businesses creatively, as evidenced by the implementation of activities and evaluation of results. The demand from Ayam Geprek clients increased along with high motivation, higher income, and improved capacity.

Keywords: Entrepreneurship Extension, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), Entrepreneurial Motivation, Business Sustainability, Local Economic Competitiveness, Product Innovation.

PENDAHULUAN

Cikarang merupakan salah satu pusat industri di Jawa Barat, Indonesia, dan memiliki lingkungan perekonomian dinamis yang mempengaruhi perkembangan sektor usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Cikarang merupakan rumah bagi banyak industri manufaktur seperti mobil, elektronik, dan tekstil, dan terdapat

permintaan yang tinggi terhadap produk dan jasa. Meski memiliki peluang, UMKM di Cikarang menghadapi beberapa tantangan, seperti terbatasnya akses permodalan, sulitnya menjual produk ke luar daerah, dan persaingan dengan UMKM lainnya, apalagi, sebagian pemilik UMKM menghadapi kendala dalam hal keterampilan bisnis dan inovasi produk.

Usaha kuliner, khususnya ayam geprek, telah menjadi salah satu bisnis yang sangat diminati di Indonesia. Ayam geprek menawarkan cita rasa Dan sangat di gemari berbagai generasi, mulai dari anak SMP, SMA, hingga orang dewasa. Makanan ini menyuguhkan cita rasa pedas yang saat ini sedang populer di Indonesia. Sehingga permintaannya pun meningkat. Investasi awal yang dibutuhkan untuk memulai usaha ayam geprek terbilang cukup rendah jika dibandingkan dengan bisnis makanan lainnya. Bahan-bahan seperti ayam, tepung, sambal, dan berbagai rempah-rempah mudah didapatkan dengan harga yang terjangkau. Ayam geprek dapat dijual ke berbagai kelompok konsumen, termasuk mahasiswa, mahasiswa, karyawan kantor, dan keluarga. Harganya yang murah dan terjangkau sehingga banyak orang bisa merasakan dan menikmati hidangan ini. Potensi pasar yang besar dan minat masyarakat yang tinggi terhadap makanan pedas membuat bisnis ini semakin menjanjikan. Namun, di balik peluang yang menjanjikan, para pelaku UMKM ayam geprek di suguhkan pada berbagai hambatan dan tantangan, contohnya seperti seperti banyak nya pesaing yang menjual ayam geprek dengan harga lebih murah, banyak juga dari perubahan tren makanan yang semakin bergulir, dan kendala dalam mengembangkan usaha. Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan upaya guna meningkatkan kualitas pada daya saing usaha ayam geprek. Salah satu cara yang efektif adalah melalui penyuluhan kewirausahaan. Penyuluhan pada pelaku UMKM ini bertujuan untuk memberikan pemahaman berbagai aspek kewirausahaan, mulai dari pengembangan produk, pemasaran, keuangan, hingga manajemen usaha.

Istilah motivasi berasal dari kata Latin yaitu *movere*, yang artinya bergerak atau berpindah (Astit, 2017). Peningkatan motivasi berwirausaha melalui penyuluhan sangat penting guna meningkatkan perekonomian pada sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), serta untuk meningkatkan daya saing dan stabilitas ekonomi. Bimbingan kewirausahaan membekali UMKM tentang pengetahuan yang cukup dan kemampuan keterampilan guna meningkatkan pengelolaan bisnis.

Hal ini meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam menghadapi tantangan bisnis dan memanfaatkan peluang, yang pada gilirannya meningkatkan motivasi mereka untuk lebih memajukan bisnis mereka.

Penyuluhan kewirausahaan dapat menginspirasi UMKM untuk berpikir kreatif tentang produk atau layanan yang mereka sediakan. Dengan memahami tren pasar dan metode pengembangan produk, pengusaha dapat merancang penawaran yang lebih memuaskan permintaan konsumen dan meningkatkan daya saing mereka di pasar yang sulit. Seiring dengan meningkatnya motivasi mereka untuk memulai bisnis, UMKM

sering kali menjadi lebih mandiri dalam menjalankan operasinya. Mereka memiliki kemampuan untuk menciptakan peluang kerja sendiri dan mendukung ekonomi lokal, yang pada akhirnya meningkatkan kekuatan ekonomi masyarakat.

Penyuluhan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan dan dorongan berwirausaha, membantu UMKM menjadi lebih efisien dan kompetitif saat menghadapi pesaing. Mereka akan lebih siap untuk merangkul teknologi baru, meningkatkan kualitas produk, dan menjelajahi pasar yang lebih luas. Banyak usaha kecil yang bangkrut karena kurangnya pengetahuan dalam mengelola bisnis.

Melalui konseling kewirausahaan, UMKM dapat terhindar dari kesalahan yang sering terjadi.

METODE PENELITIAN

Pada pendekatan dengan pengabdian ke Masyarakat penelitian ini berkonsentrasi pada pemahaman konteks, signifikansi, dan sudut pandang pribadi individu atau kelompok yang diteliti. Fokus penelitian ini adalah pada metode yang sesuai untuk penelitian yang memberikan informasi relevan untuk mendukung pembahasan lebih lanjut. Selain sekadar mengukur atau menghitung data numerik, penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang suatu masalah atau fenomena. Hal ini memungkinkan para ilmuwan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan lebih menyeluruh. Penelitian ini dilakukan melalui wawancara dan observasi, peneliti dapat mengumpulkan perspektif dan pengalaman individu partisipan, yang sulit untuk ditangkap dengan metode kuantitatif. Peneliti dapat memahami latar melalui analisis dokumen dan investigasi observasi. sosial, budaya, atau situasional yang terkait dengan fenomena yang diteliti, yang diperlukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam. Informasi dikumpulkan dari sejumlah sumber, termasuk observasi, wawancara, dan dokumentasi. peneliti dapat menentukan pola, tema, dan hubungan di antara berbagai elemen yang mungkin tidak langsung terlihat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Penyuluhan Kewirausahaan untuk Meningkatkan Daya Saing Penyuluhan harus mencakup pemahaman penting tentang cara kerja pasar, yang meliputi analisis pesaing dan menemukan cara untuk membuat produk menonjol. Hal ini dapat dicapai dengan membagi pasar untuk menentukan pelanggan utama mereka (misalnya, pemuda, karyawan kantor, keluarga) dan memodifikasi penawaran atau iklan untuk memenuhi preferensi mereka. Karena banyak pesaing menyediakan produk serupa, bisnis harus berpikir kreatif untuk menarik pelanggan. Memperkenalkan opsi baru dalam menu atau kemasan, seperti menawarkan ayam geprek dengan tingkat kepedasan yang berbeda, ayam geprek dengan saus yang unik, atau menambahkan lauk yang menarik (seperti nasi uduk atau nasi goreng). Pemilik bisnis perlu memahami bahwa menjaga keseragaman dalam cara produk disajikan dan kualitasnya akan meningkatkan loyalitas pelanggan. (Pradika Putra et al., 2024) Karena dapat meningkatkan penjualan dan pengenalan merek, promosi merupakan bagian penting dari pemasaran. Bisnis menggunakan media langsung dan insentif untuk mempromosikan penjualan mereka. Program loyalitas atau diskon untuk pembeli tetap dapat berfungsi sebagai taktik untuk mempertahankan pelanggan saat ini sambil mendatangkan pelanggan baru. Berurusan dengan banyak pesaing bukanlah hal yang mudah, jadi pengusaha harus menumbuhkan pola pikir yang kuat untuk terus berinovasi dan beradaptasi. Mereka harus siap menghadapi tantangan dan mempertahankan komitmen untuk belajar meningkatkan keterampilan dan posisi pasar mereka.

Optimalisasi Pengelolaan Pasokan dan Kualitas Produk UMKM Ayam Geprek melalui Penyuluhan Kewirausahaan di Desa Cibatu

Penyuluhan kewirausahaan membantu pelaku UMKM Ayam Geprek di Desa Cibatu mengelola rantai pasokan bahan baku dengan efisien, memastikan ketersediaan bahan baku berkualitas tinggi dan harga kompetitif. Pelaku usaha diajarkan cara memilih pemasok yang andal, serta teknik manajemen seperti 'Just in Time' (JIT) dan pengendalian persediaan minimum untuk mengurangi pemborosan. Penyuluhan juga

mengenalkan teknologi seperti sistem Point of Sale (POS) untuk memantau penjualan dan pasokan bahan baku secara real-time. Di era digital, penyuluhan kewirausahaan dapat mencakup pengenalan teknologi yang mendukung manajemen bisnis yang lebih efisien, seperti dengan sistem Point of Sale (POS). Pelaku usaha akan diarahkan untuk menjual produknya secara online sehingga dapat meningkatkan jangkauan pasar dan volume penjualan melalui platform ecommerce. Jika pemasaran menghasilkan dan memenuhi permintaan, maka pemasaran digital menggunakan potensi Internet untuk menghasilkan dan memenuhi permintaan dalam menemukan metode baru dan kreatif untuk memenuhi permintaan tersebut (Hendarsyah, 2020). Dengan mempelajari teknik manajemen yang efektif seperti manajemen rantai pasokan, pengendalian kualitas, dan penerapan teknologi, pelaku bisnis dapat lebih mudah mengatasi tantangan yang ada dan menjamin kelangsungan bisnis.

Dampak Peningkatan Keterampilan Pemasaran Digital terhadap Motivasi Berwirausaha Pelaku UMKM Ayam Geprek di Desa Cibatu

Peningkatan keterampilan pemasaran digital berdampak signifikan terhadap kewirausahaan UMKM. Dengan keterampilan pemasaran digital, UMKM dapat memanfaatkan saluran internet termasuk situs web, e-commerce, dan media sosial untuk mempromosikan barang mereka. Hal ini membuka peluang untuk memasuki pasar yang lebih besar, tidak terbatas pada konsumen lokal di Desa Cibatu, namun juga mencakup pasar nasional dan internasional. Pemasaran digital memungkinkan UMKM melakukan promosi dengan lebih efisien dan efektif dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional. Kemampuan digital memungkinkan bisnis mengelola Untuk meningkatkan penjualan tanpa menginvestasikan banyak uang dalam iklan offline, gunakan teknik pemasaran konten dan iklan media sosial bersponsor. Manfaat ini akan memotivasi pelaku usaha untuk terus bereksperimen dan mengembangkan bisnis Anda. Di era digital, perusahaan yang tidak memanfaatkan teknologi akan rugi, dengan memahami dan memanfaatkan pemasaran digital, UMKM Ayam Geprek dapat bersaing lebih baik dengan kompetitor yang lebih besar dan terkenal. Pelaku usaha dapat menekankan keunikan produk, membangun merek, dan membina hubungan yang lebih erat dengan klien, yang dapat segera meningkatkan daya saing pasar.

Melalui berbagai platform, termasuk media sosial, email, situs web, dan aplikasi pesan instan, pemasaran digital memungkinkan UMKM berinteraksi langsung dengan konsumen. (Widianita Rika, 2023) Komunikasi antara Penjual dan pembeli sangat penting karena pada dasarnya Dalam dunia bisnis dan pemasaran, komunikasi sama pentingnya. Mengingat hal ini akan menjadi penilaian kualitas perusahaan dari pelanggan dan rekan kerja.

Pentingnya Pendaftaran Merek untuk Produk UMKM Ayam Geprek di Desa Cibatu (JASMINE, 2014) Perlindungan hukum berperan penting agar tidak terjadi akibatakibat lain yang mungkin saja membahayakan ataupun merugikan. Tujuan perlindungan hukum bagi produk ini adalah untuk melindungi hak-hak mereka yang memiliki hak terkait merek sesuai dengan peraturan perundang-undangan dan komitmen yang telah dilakukan sebelumnya. Pendaftaran produk merupakan langkah penting bagi UMKM Ayam Geprek Desa Cibatu untuk melindungi produknya, meningkatkan citra usahanya dan memaksimalkan potensi pasarnya.

Pendaftaran merek dagang memberikan pemilik hak eksklusif untuk menggunakan merek dagang tersebut, sekaligus melindungi perusahaan dari potensi penyalahgunaan dan klaim penipuan oleh pihak lain. Pendaftaran merek dagang memberikan UMKM hak hukum eksklusif untuk menggunakan nama, logo, atau simbol tertentu untuk mewakili produknya. Merek terdaftar melindungi Ayam Geprek yang berlokasi di Desa Cibatu dari

penggunaan nama dan logo yang sama oleh perusahaan lain yang dapat menimbulkan kebingungan di pasar atau merusak reputasi produknya. Jika terjadi pelanggaran atau pemalsuan, pendaftaran merek produk Ayam Geprek di Desa Cibatu sangat penting untuk melindungi produk, membangun citra merek, meningkatkan daya saing dan memperluas peluang bisnis. Selain perlindungan hukum, pendaftaran merek juga membawa potensi manfaat ekonomi, baik dalam hal perluasan pasar maupun kerjasama dengan mitra usaha. Dengan menggunakan merek terdaftar, UMKM dapat menjalankan usahanya dengan lebih aman dan terhindar dari risiko hukum yang dapat merugikan perkembangan usahanya.

KESIMPULAN

Jasa pendampingan wirausaha, perannya sangat penting dalam meningkatkan daya saing UMKM Ayam Geprek di desa Cibatu. Untuk bertahan dalam persaingan yang ketat, para pelaku ekonomi perlu memahami pentingnya analisis pasar, promosi yang efektif, dan inovasi produk, seperti penawaran variasi menu dan kemasan yang menarik. Selain itu, manajemen pengadaan yang efektif, memanfaatkan teknik manajemen seperti "Just-in-Time" dan teknologi seperti sistem Point-of-Sale (POS), dapat membantu meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi pemborosan. Peningkatan kemampuan pemasaran digital menjadi kunci perluasan jangkauan pasar bagi UMKM, sehingga mereka dapat menjual produk melalui media sosial dan platform e-commerce serta menjangkau konsumen di tingkat nasional bahkan internasional.

Pemasaran digital juga mendorong perusahaan untuk lebih kreatif dalam berkomunikasi dengan pelanggan dan membangun hubungan yang lebih kuat, sehingga menghasilkan loyalitas dan daya saing yang lebih besar.

Pentingnya pendaftaran merek produk UMKM Ayam Geprek di Desa Cibatu tidak bisa diabaikan. Pendaftaran merek dagang memberikan perlindungan hukum yang melindungi bisnis dari potensi penyalahgunaan dan klaim pihak ketiga, serta membantu membangun citra dan reputasi merek yang kuat. Langkah-langkah ini akan memungkinkan UMKM Ayam Geprek di Desa Cibatu dapat bertahan dan berkembang dalam pasar yang semakin kompetitif dan lebih aman dalam memaksimalkan potensi pasarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Astit, (2017). 'Motivasi Tentang Berwirausaha', *Journal*, vol. 53, no. 9, pp. 232.
- Hendarsyah, D. (2020). 'Pemasaran digital dalam kewirausahaan', *Journal*, vol. 9, no. 1, pp. 25-43.
- Jasmine, K. (2014). 'Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu', *Journal*, vol. 10, no. 15, pp. 86-95.
- Pradika Putra, R., Muttaqien, Z. & Hardianto, K. (2024). 'Model Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Di Ayam Geprek Firdaus Wates Kabupaten Kediri', *Bisnis dan Digital (JIMaKeBiDi)*, vol. 1, no. 2, pp. 35-48.
- Widianita, D.R. (2023). 'ATTAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam', *ATTAWASSUTH*, vol. VIII, no. 1, pp. 1-19.