

## Pelatihan Strategi Kewirausahaan Mandiri Karang Taruna Dewa Singha Kelurahan Merjosari Kota Malang

Ayudya Mahendaringratry<sup>1</sup>, Anitarakhmi Handaratri<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Gajayana Malang –Jl. Mertojoyo Blok L, Merjosari, Malang

<sup>2</sup> Program Studi Teknik Kimia, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Nasional Malang –Jl. Bendungan Sigura-Gura No. 2 Malang

E-mail: mayudya@unigamalang.ac.id. No. HP: +6282234545007

---

### ABSTRAK

Kewirausahaan menjadi pemecahan permasalahan ekonomi di Indonesia saat ini. Kontribusi seorang *entrepreneur* adalah meningkatkan kesejahteraan beberapa karyawannya yang bila diukur melalui tingkat pengangguran maka akan terlihat sangat membantu. Banyak sekali bidang usaha yang dapat ditekuni oleh seorang *entrepreneur*, khususnya yang menghasilkan produk yang dibutuhkan masyarakat modern saat ini. Oleh karena itu terkait dengan hal tersebut maka diselenggarakan Kegiatan Penyuluhan Manajemen Kewirausahaan bagi Anggota Karang Taruna Dewa Singha Kelurahan Merjosari Kota Malang. Kegiatan penyuluhan ini merupakan bentuk Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Dosen di Bidang Teknik Industri yang terkait dengan matakuliah Technopreneurship. Kegiatan terdiri dari dua macam yaitu penyuluhan yang dilakukan secara terstruktur dan konsultasi yang dilaksanakan di Klinik Technopreneurship Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Gajayana Malang. Tingkat pengetahuan yang diperoleh peserta diukur menggunakan kuesioner dengan skala likert yang berbobot 1 sampai dengan 7. Hasilnya adalah sebesar 84.2 %, dengan mengacu pada kriteria penilaian. Dapat disimpulkan bahwa hasil dari kegiatan penyuluhan ini lebih baik dibandingkan sebelum ada kegiatan penyuluhan ini. Maka dapat dikatakan peserta memperoleh pengetahuan dan diaplikasikan ke usaha yang mulai dibangun atau yang telah ada dengan beberapa perbaikan. Serta banyak peserta yang menginginkan agar kegiatan ini ditambahkan dengan metode akuntansi yang sederhana, tetapi mampu menangani bentuk usaha kecil.

**Kata kunci :** entrepreneur; manajemen kewirausahaan; karang taruna; penyuluhan; konsultasi

### ABSTRACT

*Entrepreneurship is the solution to current economic problems in Indonesia. Entrepreneur's contribution is to improve the welfare of some of his employees so that when measured through the unemployment rate, it will look very helpful. An entrepreneur can pursue many fields of business, especially those that produce products needed by modern society. Entrepreneurship Management Extension Activities were held for Members of Youth Organization Dewa Singha, Merjosari Village, Malang City, related to these reasons. This counseling activity is a form of Community Service Program (PKM) for Lecturers in Industrial Engineering related to Technopreneurship courses. The activity consisted of two kinds, namely counseling conducted in a structured manner and consultation carried out at the Technopreneurship Clinic Industrial Engineering Study Program, Faculty of Engineering and Information Technology, Gajayana University Malang. The level of knowledge gained by the participants was measured using a questionnaire on a Likert scale of 1 to 7. The result was 84.2%, with reference to the assessment criteria.*

*It can be concluded that the results of these extension activities are better than before there were extension activity. It can be said that participants gained knowledge and applied it to businesses that began to be built or that had already been established with several improvements. Many participants wanted this activity to be added with a simple accounting method, but were able to handle small businesses.*

**Keywords** : *entrepreneur; entrepreneurial management; youth organization; counseling; consultation*

---

## 1. PENDAHULUAN

Kegiatan wirausaha sangat perlu ditingkatkan secara menyeluruh di segala sektor, baik usaha yang menghasilkan produk barang maupun jasa. Hal ini mengingat Pemerintah memiliki keterbatasan menangani ketersediaan lapangan kerja bagi masyarakatnya. Apalagi pembangunan saat ini sedang gencar dilakukan dan membutuhkan biaya yang besar, tenaga kerja serta pengawasan yang intensif, sehingga peranan wirausaha di masa kini sangat dibutuhkan.

Seorang wirausahawan yang sukses akan membawa dampak yang besar bagi masyarakat di sekitarnya, selain memberi lapangan pekerjaan yang luas juga menambah pendapatan daerah dari produk barang/jasa yang dihasilkan. Pengertian seorang wirausahawan (disebut juga dengan *entrepreneur*) menurut M.G. Wi Endang N.P [1] adalah seseorang yang memiliki keberanian dalam mengambil resiko usaha di segala kesempatan.

Sedangkan Kewirausahaan adalah bentuk mencipta sesuatu yang berbeda *value* menggunakan usaha serta waktu yang diperlukan, kemudian menanggung resiko secara finansial, sosial serta psikis yang mengikutinya, kemudian menerima bayaran berdasarkan kepuasan pribadi. Menurut Z. Heflin Frinces [2] sebuah kewirausahaan merupakan insan yang

memiliki insting (yaitu terdiri dari jiwa, semangat, nalar, intuisi serta kompetensi) di dalam berbisnis, seorang pengambil resiko, untung-untungan serta keberanian berubah cepat apabila dibutuhkan dalam menciptakan kemajuan setiap saat. Faktor-faktor dalam menumbuhkan jiwa kewirausahaan sejak dini adalah : [3]

### 1. Kemauan

Merupakan kegiatan yang mengakibatkan manusia mampu bertindak dalam rangka mencapai tujuannya.

### 2. Ketertarikan

Termasuk di dalamnya rasa senang, terpicat, berminat terhadap sesuatu.

### 3. Keluarga

Dalam hal ini lingkungan keluarga yang mendukung akan menumbuhkan semangat kewirausahaan.

### 4. Lingkungan

Faktor lingkungan membentuk watak kewirausahaan dan menjadikannya sebagai budaya.

### 5. Lembaga/sekolah

Pembelajaran kewirausahaan harus dimulai di lingkungan sekolah karena lebih menggerakkan perubahan besar karakter. Dengan kata lain sebagai wadah pembentuk jiwa kewirausahaan dalam pembelajarannya.

Kegiatan kewirausahaan ini perlu ditanamkan sejak usia muda dimana

banyak hal-hal inovatif yang dapat dihasilkan saat masih muda. Oleh karena itu pelatihan model kewirausahaan diberikan kepada anggota Karang Taruna Dewa Singha yang berada di Kelurahan Merjosari Kecamatan Lowokwaru Kota Malang sebagai bagian Kegiatan Sosialisasi dan Pembinaan Kepemimpinan Bagi Anggota Karang Taruna Dewa Singha. Anggota Karang Taruna Dewa Singha berusia antara 15 tahun sampai 40 tahun. Bila ditelusuri maka rata-rata anggota Karang Taruna ini memiliki pekerjaan sampingan (usaha keluarga).

Ada yang usaha toko kelontong, usaha bengkel, *Event Organizer*, penjual gorengan dan lain-lain. Dengan usaha tersebut maka dapat digolongkan sebagai *necessity entrepreneurship* karena usaha yang dilakukan dikelola secara asal-asalan sekedar bisa bertahan hidup dan sifatnya informal. Hal ini disebabkan banyaknya pelaku usaha di wilayah Kelurahan Merjosari, khususnya anggota Karang Taruna Dewa Singha yang tidak berani menghadapi resiko. Ada dua resiko yang dihadapi para pelaku usaha yaitu :

1. **Resiko Real**, yaitu resiko yang terlihat langsung, dapat dihitung, diantisipasi dan dapat dihindari;
2. **Resiko Psikologis**, yaitu resiko yang tidak terlihat, tidak dapat dihitung, dapat diantisipasi tetapi belum tentu bisa dihindarkan.

Yang terberat dari kedua resiko ini adalah resiko nomer dua yang terjadi di lingkungan masyarakat perkampungan, dimana seringkali menyebabkan perpecahan keluarga akibat malu karena terlilit hutang dan bisnis menjadi pailit.

Seharusnya dalam membangun usaha tentu harus diperhitungkan dan direncanakan bagaimana mulai modal hingga infrastruktur yang memadai.

Oleh karena itu perlu dilakukan pelatihan untuk membimbing para *entrepreneur* muda ini dan didukung agar mampu menjadi *entrepreneur* yang handal dalam menghadapi tantangan jaman. Pada dasarnya dampak yang akan dirasakan oleh Pemerintah Daerah dengan munculnya *entrepreneur-entrepreneur* muda ini adalah :

- a. Dari usaha yang dilaksanakan dapat menciptakan lapangan kerja yang banyak sehingga mengurangi tingkat pengangguran;
- b. Dengan berkurangnya tingkat pengangguran maka akan meningkatkan kualitas hidup masyarakat;
- c. Selain itu dapat pemeratakan pendapatan sehingga mengurangi jurang pemisah antara yang kaya dengan yang miskin;
- d. Dapat memanfaatkan dan memobilisasi sumberdaya untuk meningkatkan produktivitas nasional;
- e. Meningkatkan kesejahteraan penduduk melalui program pemerintah, misalnya pajak dan lain-lain.

Dengan dampak yang positif tersebut, maka perlu disampaikan konsep kewirausahaan yang tidak hanya meliputi faktor produksi 5M (*Man, Money, Machine, Material* dan *Managerial*) tetapi juga semangat *entrepreneurship* para pelaku yaitu kemauan terus melakukan inovasi, tidak pernah menyerah menghadapi kegagalan, kemauan belajar dari kegagalan, kesediaan berkorban juga kesediaan menghadapi resiko usaha.

Dari pengamatan dan hasil penelusuran penulis, maka dapat disimpulkan usaha yang dilakukan para anggota Karang Taruna Dewa Singha adalah usaha rumahan yang terdiri dari penjual gorengan, toko kelontong, usaha warung, laundry, penjahit rumahan dan model-model usaha kecil rumahan. Hanya satu yang bekerja di bidang *Event Organizer* (EO) yang memang ditekuni sebagai pekerjaan utama dan beberapa ada yang membuka penjualan *online* baju serta beberapa barang rumah tangga. Tentunya strategi pemasaran yang diterapkan juga secara spontan, apa adanya dan tidak terarah. Hal ini juga tergantung dari modal yang dipersiapkan sejak awal dengan tidak merencanakan budget khusus pemasaran sehingga saat produk telah tersedia, tidak dipikirkan strategi pemasaran yang akan dilakukan. Karena, semisal usaha gorengan, terkadang dalam satu RT (Rukun Tetangga) berjejer saling berkompetisi langsung menghadapi calon pembeli di depan rumah. Otomatis, bila model pemasaran secara asal-asalan tanpa memperhatikan sisi higienis, kurang menarik dan tentu saja rasa yang kurang enak, akan kalah dengan yang lebih representatif dan bermodal besar.

Beberapa yang memiliki usaha seperti EO dan toko *online* tentu sudah mengikuti model pemasaran modern. Namun yang menjadi masalah saat ini banyaknya persaingan di luar yang juga menjual barang/jasa yang sama dan lebih memiliki *branding* yang menjual. Sehingga sampai saat ini kondisinya masih sama saja dengan awal berdiri dan belum memperlihatkan perkembangan yang berarti.

Oleh karena itu, dapat diklasifikasikan beberapa persoalan atau kebutuhan pokok dari usaha yang dilakukan *entrepreneur* Karang Taruna Dewa Singha Kelurahan Merjosari Malang yaitu :

#### **A. Modal Kecil**

Rata-rata modal yang dimiliki usaha kecil menengah adalah modal kecil, sehingga tidak memasukkan anggaran pemasaran dalam perhitungan analisa kelayakan usahanya. Sehingga perlu pembinaan metode analisa kelayakan bisnis sebelum membangun usaha dengan modal kecil, sehingga tidak sampai carut marut dalam mengembangkan modal (sesuai rancangan anggaran)

#### **B. Produk Barang/ Jasa yang dihasilkan tidak memiliki keunggulan (*Differentiation*)**

Produk Barang/Jasa yang dihasilkan merupakan produk barang/jasa yang sudah banyak dihasilkan pengusaha lain, bahkan di wilayah yang sama (dalam satu wilayah RT). Akibatnya kompetisi yang terjadi tidak sehat, mengarah menjadi persaingan harga. Dan berimplikasi pada kualitas produk barang/jasa yang dihasilkan. Dalam hal ini tentu saja yang dirugikan adalah konsumen karena produk yang diterima tidak sesuai dengan harga yang dibayarkan.

#### **C. Tidak adanya strategi pemasaran**

Kunci kesuksesan bisnis terletak pada penjualan yang sesuai dengan permintaan pasar. Pemasaran menjadi ujung tombak usaha, baik kecil maupun besar. Sebaik apapun kualitas produk yang dihasilkan tetapi tidak dibarengi kemampuan

pemasaran yang efektif, maka usaha yang dijalankan para *entrepreneur* hanya akan berjalan di tempat saja.

#### **D. Kurang memiliki jiwa dan nilai kewirausahaan**

Menurut Sukirman (2017) jiwa dan nilai kewirausahaan turut memberi andil baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap kemandirian usaha para *entrepreneur*[4]. Seringkali kemandirian usaha menjadi beban berat yang mau tidak mau dipikul oleh seorang *entrepreneur*. Oleh karena itu banyak wirausahawan yang kurang berani total terjun dalam usahanya mengembangkan bisnisnya menjadi lebih besar.

Berdasarkan uraian tersebut di atas, maka penulis membuat kegiatan Pelatihan Strategi Kewirausahaan Mandiri Karang Taruna Dewa Singha Kelurahan Merjosari Kota Malang.

## **2. METODE KEGIATAN**

Untuk menyelesaikan persoalan yang dihadapi *entrepreneur* Anggota Karang Taruna Dewa Singha ini, dilakukan teknik penyelesaian yang menjadi kesepakatan bersama. Metode yang dilakukan yaitu :

- *Penyuluhan kepada Masyarakat*  
Penyuluhan ini bertujuan meningkatkan pemahaman pengelolaan usaha kecil menengah sehingga menyadarkan masyarakat khususnya Anggota Karang Taruna Dewa Singha akan kemungkinan kesalahpahaman dalam pengelolaan usahanya sehingga dapat dicari jalan keluarnya.
- *Konsultasi*  
Sebagai bentuk keberlanjutan kegiatan, maka penulis sekaligus pemakalah

memberikan kesempatan kepada para Anggota Karang Taruna Dewa Singha untuk berkonsultasi mengenai problem usaha yang dihadapi dengan lebih detail. Kegiatan ini dilaksanakan di Klinik *Technopreneurship* Program Studi Teknik Industri Universitas Gajayana Malang.

Dari kedua metode tersebut, dijelaskan sebagai berikut :

### **2.1. Metode Penyuluhan Kepada Masyarakat**

Sebelum melakukan Metode Penyuluhan, dilakukan koordinasi terlebih dahulu dengan Pemerintah Daerah dalam hal ini Lurah di wilayah Kelurahan Merjosari, untuk berkoordinasi terlebih dahulu serta memperoleh data sementara tentang kondisi usaha kecil menengah yang dikelola para Anggota Karang Taruna Dewa Singha. Dari data yang diperoleh, maka metode yang dapat diaplikasikan terlebih dahulu adalah metode penyuluhan, dimana Anggota Karang Taruna dapat lebih mengenal penulis sebagai penyuluh sehingga lebih dekat dan dapat menyampaikan persoalan yang dihadapi secara bebas.



**Gambar 1.** Metode Penyuluhan Kepada Anggota Karang Taruna Dewa Singha Kelurahan Merjosari Malang



**Gambar 2.** Anggota Karang Taruna Dewa Singha Kelurahan Merjosari Malang

Materi yang disampaikan pada penyuluhan ini adalah pengetahuan tentang bagaimana kewirausahaan harusnya dibangun dengan model analisa kelayakan usaha, yang harus dilakukan survey serta pengamatan terlebih dahulu serta beberapa pertimbangan terkait dengan modal, *branding*, diferensiasi, *positioning*, *marketing strategy*, *product development* sampai dengan pengurusan P-IRT. Hal-hal ini yang sering dilupakan oleh pelaku usaha karena saat awal mendirikan usaha begitu semangat tanpa pertimbangan hal-hal tersebut. Selain itu juga diberikan strategi pemasaran sederhana untuk usaha kecil yaitu :

- 1) Dalam membuat produk barang/jasa perlu dipertimbangkan keunikan dan kelebihan dibandingkan produk lain yang sejenis, karena banyaknya kompetitor lain yang akan menyebabkan kesulitan bersaing. Keterlambatan dalam berinovasi akan menyebabkan ketertinggalan dengan barang/jasa kompetitor;
- 2) Perlu selalu mendekati diri dengan pelanggan yang sudah dimiliki dan akan terus menerus memperoleh pelanggan baru. Seorang pelanggan

yang merasa nyaman dan pas dengan produk yang ditawarkan tidak akan menutup kemungkinan akan menginformasikan ke orang lain mengenai produk yang dibeli. Manusia memiliki keterbatasan ingatan, sehingga pelaku usaha harus selalu melakukan *follow-up* kontak kepada pelanggan secara teratur. Saat calon pelanggan sudah memberikan informasi kontakannya, maka harus *follow-up* secara reguler agar membangun kredibilitas usaha dan memperjelas nilai produk;

- 3) Saat ini teknologi sangat membantu kita dalam menjangkau pelanggan walau dalam jarak sangat jauh. Contohnya *e-commerce* atau *internet marketing* yang menjangkau pasar global. Walaupun usaha hanya menghasilkan produk dalam bentuk pisang goreng, karena begitu masuk ke sistem *e-commerce* menjadi pisang goreng yang mahal dan memiliki bentuk estetika menarik (karena dibumbui dengan bermacam-macam saus modern, misalkan tiramisu, coklat, keju, stroberi dan lain-lain);
- 4) Pemanfaatan *display* di tempat-tempat umum dan banyak dikunjungi calon pembeli potensial juga sangat membantu strategi pemasaran. Setelah dibeli oleh pembeli, segera menelusuri darimana pembeli tersebut mengetahui produk yang ditawarkan. Kaitannya adalah segera diketahui sampai seberapa efektifnya sistem *marketing* yang diterapkan sehingga bila kurang menjanjikan, dapat segera diganti dengan strategi lainnya.

Dalam kegiatan penyuluhan, hal-hal yang dilakukan antara lain :

- a) Ceramah, yaitu memaparkan materi kepada peserta penyuluhan yang telah disusun dan disetujui oleh pihak Kelurahan Merjosari Malang;
- b) Tanya Jawab, yaitu memberikan kesempatan kepada peserta untuk bertanya, dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan penulis;
- c) Diskusi, yaitu aktivitas *sharing* dan komunikasi dalam penyuluhan untuk memecahkan persoalan yang dihadapi peserta.

Selain permasalahan mendasar mengenai bisnis kecil, disampaikan juga motivasi untuk membangkitkan semangat kewirausahaan peserta sehingga walau menghadapi kegagalan maupun tantangan berat tetap bersemangat, berkemauan menambah pengetahuan dan mau mempelajari teknologi untuk pemasaran.



**Gambar 3.** Kegiatan Diskusi

## 2.2. Metode Konsultasi

Konsultasi merupakan interaksi antara seorang Konsultan (profesional) dengan Konsultee (peserta kegiatan) untuk

menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh Konsultee. Kegiatan ini merupakan kelanjutan dari Penyuluhan yang dilaksanakan di Klinik *Technopreneurship* Prodi Teknik Industri Universitas Gajayana Malang. Anggota Karang Taruna Dewa Singha akan mendapatkan penjelasan secara detail bagaimana usaha yang selama ini dilakukan dapat berkembang sehat, baik keuangan maupun manajerialnya. Hal ini dilakukan oleh penulis karena dirasa dalam waktu 3 jam metode penyuluhan kurang mencapai sasaran, sehingga peserta dipersilahkan mengunjungi Klinik *Technopreneurship* guna memperoleh penjelasan lebih lanjut.

Di Klinik *Technopreneurship* dilakukan analisa kelayakan bisnis yang dibangun mulai dari sistem keuangan sampai dengan bagaimana development product dibentuk. Sehingga Konsultee mendapatkan informasi yang jelas dan tumbuh semangat kewirausahaannya kembali.

Dengan kedua metode tersebut diharapkan mampu memberikan solusi terhadap persoalan yang dihadapi *entrepreneur* Anggota Karang Taruna Dewa Singha sehingga mampu mengembangkan usahanya menjadi lebih besar. Setelah menerapkan metode tersebut maka dilakukan survei mengenai kepuasan atas pelatihan manajemen kewirausahaan sekaligus konsultasi bagi para Anggota Karang Taruna Dewa Singha, sehingga dapat disimpulkan keberhasilan usaha pelatihan ini yaitu menumbuhkan minat dan kemampuan berwirausaha serta memberikan pelatihan secara personal kepada *entrepreneur*

dengan dibekali pengetahuan berbisnis sederhana, yaitu modal kecil tapi mampu mencapai profit menjanjikan.

### 3. KARYA UTAMA

Model kewirausahaan mandiri yang diberikan ke anggota Karang Taruna Dewa Singha merupakan model kewirausahaan yang bermodal kecil namun mampu bersaing dengan kompetitor besar, melalui beberapa strategi pemasaran yang menarik yaitu :

#### 1. Memperkuat Nama *Brand* Usaha

Dalam memperkuat *Brand* Usaha tidak memperhatikan seerapa besar faktor keuntungan yang ingin didapat dalam jangka waktu dekat, tetapi memperhatikan seberapa besar *Brand* dan kekuatan produk barang/jasa yang dijalankan agar memiliki potensi untuk nantinya akan menghasilkan profit dalam jangka waktu panjang. Efek yang diakibatkan dari kekuatan *Brand* adalah konsumen akan memiliki loyalitas merek sebagai respon perilaku konsumen terhadap *Brand* yang dipilih. Dengan kata lain adanya komitmen membeli ulang produk di waktu yang akan datang [5].

#### 2. Mempelajari Kompetitor Usaha

Maksudnya adalah *enterpreneur* muda harus berusaha mendalami dan mengenal kompetitor yang menjadi saingan dalam berbisnis, yaitu kelemahan dan kekuatan kompetitor, jika kekuatan maka perlu diadaptasi tetapi sebaliknya jika mengenai kelemahan maka jangan melakukan hal yang sama.

#### 3. Aktivitas Berpromosi

Aktivitas berpromosi menyangkut kekuatan *Brand* serta bagaimana cara meningkatkan nilai di mata konsumen. Jika nilai pemasaran serta promosi yang dilakukan semakin efektif maka peluang keuntungan yang akan didapat akan semakin besar.

#### 4. Mempelajari Kebiasaan Konsumen

Dengan mempelajari kebiasaan konsumen dalam membeli produk/jasa yang dijual, secara tidak langsung dapat merangkul knsumen lebih erat karena mengetahui kebutuhan konsumen sehingga konsumen lebih loyal dan nyaman dengan produk/jasa yang dijual. Kondisi ini berpotensi menghasilkan profit lebih tinggi dalam jangka waktu lebih lama.

Dari materi yang disampaikan maka untuk mendapatkan tingkat pemahaman dan kepuasan peserta pelatihan kewirausahaan mandiri, maka diberikan model kuesioner yang dihitung menggunakan skala Likert.

### 3.1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam mengumpulkan data menggunakan instrumen kuesioner dengan sifat *closed questions*. Bentuk pertanyaan di dalam kuesioner ini adalah pertanyaan positif sehingga menggunakan Skala Likert Positif. Skala Likert disusun menjadi skala tujuh dengan bobot sebagai berikut :

**Tabel 1. Bobot Skala Likert**

KRITERIA PENILAIAN			
1	Kurang Sekali	=	1 – 15 %
2	Kurang	=	16 – 30 %
3	Kurang Baik	=	31 – 45 %
4	Cukup Baik	=	46 – 60 %
5	Baik	=	61 – 75 %
6	Lebih Baik	=	76 – 90 %
7	Baik Sekali	=	91 – 100 %



Sedangkan uraian pernyataan yang diajukan kepada peserta penyuluhan terdiri dari sepuluh pernyataan yang terdiri dari :

1. Peserta mendapatkan manfaat langsung dari kegiatan ini;
2. Peserta mendapatkan informasi sehingga meningkatkan motivasi kewirausahaan;
3. Peserta mendapatkan pengetahuan yang baik dalam hal pembentukan kewirausahaan khususnya di lingkungan rumahnya
4. Narasumber dapat berkomunikasi dengan peserta;
5. Narasumber dapat menyampaikan materi dengan baik kepada peserta;
6. Narasumber tepat waktu dalam menyampaikan materi kewirausahaan;
7. Peserta masih memerlukan kegiatan pelatihan kewirausahaan lebih lanjut;
8. Peserta masih memerlukan bantuan dan bimbingan dari narasumber;
9. Peserta termotivasi setelah mendengarkan materi yang disampaikan narasumber;
10. Banyak hal-hal baru terkait kewirausahaan yang belum pernah diketahui peserta.

Dengan memperoleh jawaban dari peserta maka akan memperjelas apakah tujuan dan materi dari kegiatan ini dapat diterima dengan baik serta dapat memperbaiki usaha yang dimiliki oleh peserta

### 3.2. Interpretasi Skor Perhitungan

Dari sepuluh pertanyaan di atas maka dapat dirangkum hasil penilaian 30 responden (Anggota Karang Taruna Dewa

Singha Kelurahan Merjosari Kota Malang) sebagai berikut :

**Tabel 2.**  
**Rangkuman Hasil Penilaian Responden**

PERNYATAAN NO	1	2	3	4	5	6	7	Σ
1	0	0	0	1	6	12	11	<b>183</b>
2	0	0	0	0	10	10	10	<b>180</b>
3	0	0	0	3	7	15	5	<b>172</b>
4	0	0	0	2	13	6	9	<b>172</b>
5	0	0	0	1	6	12	11	<b>183</b>
6	0	0	1	2	9	11	7	<b>171</b>
7	1	0	1	3	10	7	8	<b>164</b>
8	0	0	0	3	5	10	12	<b>181</b>
9	0	0	0	2	9	10	9	<b>176</b>
10	0	0	0	1	4	13	12	<b>186</b>
<b>SKOR TOTAL :</b>								<b>1768</b>

Dengan skor total sebesar 1768 dari 10 pernyataan maka total skor adalah sebesar 176,8. Dari rangkuman hasil penilaian maka untuk skor tertinggi (Y) dan skor terendah (X) untuk penilaian adalah sebagai berikut :

$X = \text{skor terendah likert} \times \text{jumlah responden}$

$Y = \text{skor tertinggi likert} \times \text{jumlah responden}$

Jumlah skor tertinggi untuk item “Baik Sekali” adalah  $7 \times 30 = 210$ , sedangkan item “Kurang Sekali” adalah  $1 \times 30 = 30$ . Jadi total skor penilaian responden diperoleh sebesar 1768, maka penilaian interpretasi responden terhadap kegiatan penyuluhan ini adalah indeks sebesar :

$$\begin{aligned} \text{Indeks (\%)} &= \frac{\text{Total Skor}}{Y} \times 100\% \\ &= \frac{176,8}{210} \times 100\% = 84,2\% \end{aligned}$$

Hasil yang didapat adalah sebesar 84,2 % mengacu dari kriteria penilaian maka dapat disimpulkan bahwa hasil dari kegiatan penyuluhan ini **LEBIH BAIK** dibandingkan sebelum ada kegiatan

penyuluhan ini. Maka dapat dikatakan peserta memperoleh pengetahuan dan diaplikasikan ke usaha yang akan dibangun atau yang telah ada dengan beberapa perbaikan. Serta banyak peserta yang menginginkan agar kegiatan ini ditambahkan dengan metode akuntansi yang sederhana tetapi mampu menangani bentuk usaha kecil.

#### 4. ULASAN KARYA

Memang seringkali yang dikeluhkan oleh peserta adalah hal-hal yang tersebut di subbab II karena selain usaha keluarga turun temurun juga belum memiliki pengetahuan yang memadai mengenai usaha kecil. Khususnya yang terkait dengan teknologi, belum banyak digunakan oleh peserta. Maka di dalam kegiatan penyuluhan ini diberikan sedikit dasar-dasar yang tersebut di subbab II. Karena kegiatan ini sifatnya singkat, maka peserta banyak yang ingin tahu apakah dapat dilaksanakan kembali. Tentunya dengan jam yang lebih lama.

Tentunya bila akan diadakan lagi, maka penulis memiliki konsep pelatihan yang lebih aplikatif, misalnya ditambahkan model-model kewirausahaan secara modern, aplikasi akuntansi yang lebih *up to date* maupun strategi-strategi pemasaran yang lebih cocok dengan usaha yang digeluti peserta.

#### 5. DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Dari kegiatan penyuluhan Manajemen Kewirausahaan menjadi titik balik dari kegiatan usaha yang dilakukan masing-masing anggota. Materi yang diberikan memberikan manfaat besar terutama

dalam hal bagaimana memulai suatu usaha dengan menganalisis dahulu kelayakan usaha dari sisi ekonominya serta mengamati pola usaha warga yang ada di sekelilingnya. Dengan melakukan kedua hal ini maka peserta mampu membuat keputusan jenis usaha yang akan dilakukan sehingga mampu bertahan di tengah pertumbuhan jenis-jenis usaha lain. Perubahan yang signifikan terlihat dari pola pikir peserta yang pada saat datang untuk berkonsultasi sudah mampu memberikan *branding*, *differentiation product* dan *pricing* terhadap produknya, tidak lagi asal-asalan seperti sebelumnya. Hal ini menjadikan wilayah Kelurahan Merjosari terlihat memiliki bermacam-macam produk mulai dari makanan sampai kebutuhan sandang dan usaha lain seperti *laundry*, cuci mobil dan sebagainya. Banyak juga yang mengikuti model-model *e-commerce* seperti Lazada, Shopee, Tokopedia dan sebagainya sebagai usaha untuk memperkenalkan produknya secara lebih luas.

Untuk selanjutnya penulis akan berupaya memberikan bentuk-bentuk pelatihan merancang dan memproduksi produk-produk yang lebih bervariasi serta bagaimana merancang desain kemasan yang lebih menarik agar mampu bersaing dengan produk yang sudah rilis.

#### 6. KESIMPULAN

Hasil dari kegiatan penyuluhan ini bila dipandang dari sisi kepuasan peserta maka dapat dikatakan berhasil mencapai tingkat PUAS. Karena peserta terlihat lebih atraktif dan memiliki keingintahuan yang lebih besar dibandingkan sebelum

datang ke kegiatan penyuluhan ini. Oleh karena itu tepatlah bila dilakukan metode penyuluhan yang pada awalnya bertujuan membangkitkan keinginan untuk berwirausaha mandiri, ternyata setelah dilakukan penyuluhan maka banyak yang ingin lebih detail mempelajari bagaimana membangun kewirausahaan mandiri dari nol. Bagi peserta yang sudah memiliki usaha, lebih mengarah keinginan untuk memperbaiki usaha yang ditekuninya dengan beberapa pengetahuan yang disampaikan oleh Penulis.

## 7. PENGHARGAAN

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Lurah Merjosari, Bapak Drs. Abdullah yang telah memberikan kesempatan kepada Penulis untuk melaksanakan Program Pengabdian Kepada Masyarakat serta seluruh anggota Karang taruna Dewa Singha Kelurahan Merjosari Kota Malang, yang telah memberikan waktu dan keminatan terhadap kegiatan Penyuluhan Manajemen Kewirausahaan ini.

## 8. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Endang, M.G. WI, “Analisis Faktor-Faktor Motivasi Berwirausaha Terhadap Keberhasilan Pengusaha UKM” *Jurnal Profit*, Vol. 6, No. 1, Juni 2012: 63.
- [2] Heflin, F. Z. “Be Entrepreneur” Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [3] Zultiar, Indra. Siwiyanti, Leonita. “Menumbuhkan Nilai Kewirausahaan Melalui Kegiatan Market Day” *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, Vol. 6, Edisi 11, Oktober 2017: 13.
- [4] Sukirman. “Jiwa Kewirausahaan dan Nilai Kewirausahaan Meningkatkan Kemandirian Usaha Melalui Perilaku Kewirausahaan” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 20, No. 1, April 2017: 113 – 132.
- [5] Teguh, Pratami. “Pengaruh Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek” *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 3, No. 1, April 2018: 81-88.