



Optimalisasi Kinerja UMKM Tempe Melalui Skill Manajerial Kewirausahaan

Jana Sandra^{1*}, Nur Fitri Rachmawati², Samsudin³, Anita Maulina⁴,
Sri Indrayanti⁵, Rahmani Fitra⁶, Iqbal Firdaus⁷

^{1*,2,3,4} Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI Jakarta

⁵ Akademi Pariwisata Tertiwi Jakarta

⁶ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jayakusuma Jakarta

⁷ Institut Transportasi dan Logistik Trisakti Jakarta

*Corresponding Author. Email: jsandra46@gmail.com

Abstract: This service aims to improve the knowledge and skills of Tempe small and medium-sized enterprise (SME) entrepreneurs in effectively managing their businesses and enhancing competitiveness. This service activity is carried out through a series of workshops, motivational training, and group mentoring. The community partners involved in this project were the Tempe SMEs located in the Pejuang neighborhood, Bekasi. The results of this service showed a significant improvement in the knowledge and skills of the Tempe SME entrepreneurs after participating in the training and mentoring sessions. They successfully enhanced their business performance, expanded market access through digital marketing, and formed a group or association of Tempe SMEs to share knowledge and support each other in addressing business challenges. This initiative positively contributed to the welfare and local economic growth by strengthening the Tempe sector as a key pillar of the economy in the Pejuang neighborhood, Bekasi.

Abstrak: Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha (UMKM) tempe dalam mengelola usaha secara efektif dan berdaya saing. Kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui serangkaian workshop, pelatihan motivasi, dan pendampingan kelompok. Adapun mitra pengabdian ini yaitu UMKM tempe di daerah kelurahan Pejuang, Bekasi. Hasil pengabdian ini menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha tempe setelah mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan. Mereka berhasil meningkatkan kinerja usaha, memperluas akses pasar melalui pemasaran digital, dan membentuk kelompok atau asosiasi UMKM Tempe untuk berbagi pengetahuan dan mendapatkan dukungan dalam menghadapi tantangan bisnis. Kegiatan ini berkontribusi positif dalam meningkatkan kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi lokal melalui penguatan sektor tempe sebagai pilar perekonomian di daerah kelurahan Pejuang, Bekasi.

Article History:

Received: 18-06-2023
Reviewed: 20-07-2023
Accepted: 28-07-2023
Published: 19-08-2023

Key Words:

Skill; Managerial;
Entrepreneurship;
UMKM Tempe.

Sejarah Artikel:

Diterima: 18-06-2023
Direview: 20-07-2023
Disetujui: 28-07-2023
Diterbitkan: 19-08-2023

Kata Kunci:

Keterampilan;
Manajerial;
Kewirausahaan; UMKM
Tempe.

How to Cite: Sandra, J., Rachmawati, N., Samsudin, S., Maulina, A., Indrayanti, S., Fitra, R., & Firdaus, I. (2023). Optimalisasi Kinerja UMKM Tempe Melalui Skill Manajerial Kewirausahaan. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 4(3), 640-649. doi:<https://doi.org/10.33394/jpu.v4i3.8566>



<https://doi.org/10.33394/jpu.v4i3.8566>

This is an open-access article under the [CC-BY-SA License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).



Pendahuluan

Pandemi virus Covid-19 memberi dampak yang cukup signifikan terhadap kondisi perekonomian. Banyak negara di seluruh dunia sudah mengalami resesi bahkan sudah mengalami krisis ekonomi (global). Kondisi ini mulai dialami oleh negara Indonesia. Pertumbuhan ekonomi terus menurun, bahkan kuartal kedua sudah negatif dan kuartal ketiga sudah mulai dihantui kembali negatif. Dengan demikian resesi sudah mulai menghantui



negara ini. Daya beli kebutuhan konsumsi rumah tangga berangsur menurun, sehingga memicu pemutusan hubungan kerja karena banyak perusahaan terdampak omzetnya (Arief, 2020).

UMKM merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah yang merupakan tiang perekonomian di Indonesia. Utilitas industri tempe dan tahu nasional tercatat mengalami penurunan selama pandemi virus Covid-19 sejak April 2020. Gabungan Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (Gakoptindo) menyatakan rata-rata utilitas produksi pada kuartal II/2020 anjlok hingga 50 persen (1) Menurut data statistik yang dirilis oleh Departemen Pertanian AS (USDA), impor kedelai Indonesia diperkirakan mencapai 2,75 juta ton. Pada periode Oktober 2017/2018, impor kedelai mencapai 2,5 juta ton. Indonesia sendiri merupakan pasar ekspor pertanian AS ke-9 pada 2017, dengan nilai total USD 2,9 miliar atau ekuivalen dengan Rp 40,6 triliun. Perlu diketahui bahwa kedelai sebagai bahan utama tempe sampai saat ini 85% masih menggunakan kedelai impor asal Amerika, berarti Indonesia harus mengeluarkan devisa besar (Dahono, 2020). Masih ada harapan bagi para produsen di sektor industri tempe. Misalkan di daerah Curug, Bogor, industri tempe bernama Rumah Tempe A. Zaki yang diharapkan mampu menjadi prototype industri kecil produsen tempe yang sudah menggunakan peralatan modern dan menerapkan protokol kesehatan. Selain itu diproduksi dengan menggunakan air bersih yang bersumber dari PDAM dan air sumur serta tidak menggunakan bahan artifisial. Demikian pula dengan ruang produksi dan fermentasi tertata dengan layout yang baik, memperhatikan suhu dan kelembaban sebagaimana yang dipersyaratkan dalam industri kecil tempe rumahan. Dari sisi estetika rumah tempe A Zaki juga sangat memperhatikan kemasan atau packaging sehingga kualitas dan kebersihan hasil produksinya dapat dijamin (Nurchayadi, 2020).

Pada masa pandemi ini justru Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pilar perekonomian di Indonesia, walaupun kecil tetapi jumlahnya yang sangat banyak akan memperkokoh perekonomian di Indonesia. Akan tetapi UMKM di Indonesia kurang mendapat perhatian yang serius. Jika dilihat dari tabel di bawah ini terlihat bahwa pendapatan usaha kecil dan usaha menengah masih sangat rendah jika dibandingkan dengan usaha besar maupun usaha mikro. Sehingga perlu mendapatkan perhatian yang serius (Febriatmoko et al., 2022).

Saat ini, usaha dengan ukuran besar lebih berkembang dibandingkan UMKM, ditambah dengan masa pandemi ini pelaku UMKM mengalami kesulitan karena omzet yang menurun, apalagi untuk mengembangkan usaha, sangat sulit untuk mendapat kan pinjaman dari bank. Salah satu contoh pelaku UMKM adalah pelaku industry tempe. Penghasil tempe yang merupakan perusahaan rumahan dan makanan favorit di Indonesia ini memiliki berbagai permasalahan (Qifari, 2022). Untuk mengembangkan usahanya pelaku usaha ini masih sulit untuk mendapatkan dana sehingga usaha tersebut sulit untuk berkembang. Seperti halnya penghasil tempe di kelurahan Pejuang kecamatan Medan Satria, kota Bekasi ini yang mana tidak pernah ada perkembangan sama sekali ibarat mati segan hidup tak mau, karyawan yang hanya berjumlah 4 orang dengan gaji pas-pasan malahan kadang terlambat gajian. Produksi tempe per hari mengalami penurunan pada masa pandemi ini. Bahan baku yang diperlukan yang diperlukan sehari-hari seperti kedelai merupakan bahan pokok yang harus tersedia setiap hari. Bahan baku tersebut didapatkan dengan cara berhutang terlebih dahulu sehingga jika diberikan harga yang tinggipun tidak bisa mengelak (Azzahra & Wibawa, 2021).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pilar perekonomian di Indonesia, walaupun kecil tetapi jumlahnya yang sangat banyak akan memperkokoh



perekonomian di Indonesia. Akan tetapi UKM di Indonesia kurang mendapat perhatian yang serius untuk meningkatkan omsetnya (Ayodya, 2019). Namun jika dilihat dari Grafik 1 terlihat jumlah UKM meningkat dan diikuti meningkatnya tenaga kerja seperti terlihat pada Grafik 2. Dari pentingnya UMKM dan penyerapan tenaga kerja yang sepadan, maka UMKM perlu mendapatkan perhatian yang serius.



Gambar 1. Perkembangan UMKM Berdasarkan Unit Usaha



Gambar 2. Perkembangan UMKM Berdasarkan Tenaga Kerja

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan pendorong kegiatan ekonomi nasional, terutama penyerapan tenaga kerja pada Pandemi Corvid-19. Tidak terkecuali usaha makanan khususnya usaha tempe. Utilitas pada industri tempe dan tahu nasional tercatat mengalami penurunan selama pandemi virus Covid-19 sejak April 2020. Gabungan Koperasi Produsen Tempe Tahu Indonesia (Gakoptindo) menyatakan rata-rata utilitas produksi pada kuartal II/2020 anjlok hingga 50 persen. Menurut data statistik yang dirilis oleh Departemen Pertanian AS (USDA), impor kedelai Indonesia diperkirakan mencapai 2,75 juta ton. Pada periode Oktober 2017/2018, impor kedelai mencapai 2,5 juta ton. Indonesia sendiri merupakan pasar ekspor pertanian AS ke-9 pada 2017, dengan nilai total USD 2,9 miliar atau ekuivalen dengan Rp 40,6 triliun. Perlu diketahui bahwa kedelai sebagai bahan utama tempe sampai saat ini 85% masih menggunakan kedelai impor asal Amerika, berarti Indonesia harus mengeluarkan devisa besar (Kusnandar et al., 2023). Akan tetapi, data UMKM dengan kategori usaha makanan di pemerintah provinsi Jawa Barat pada tahun 2021 dimana masih dalam situasi pandemi covid-19 justru mengalami peningkatan seperti yang pada tabel dibawah ini:



Tabel 1. UMKM Kategori Usaha Makanan Provinsi Jawa Barat

No	Tahun	Jumlah UMKM
1	2018	1.367.784
2	2019	1.452.412
3	2020	1.542.276
4	2021	1.637.701

Sumber data: Pemerintah Provinsi Jawa Barat (www.opendata.jabarprov.go.id)

Pada tahun 2018, jumlah UMKM tercatat sebanyak 1.367.784 unit. Kemudian, pada tahun 2019, jumlah tersebut meningkat menjadi 1.452.412 unit, menunjukkan pertumbuhan yang positif dalam satu tahun. Di tahun berikutnya, yaitu pada tahun 2020, terjadi lagi peningkatan jumlah UMKM menjadi 1.542.276 unit, menandakan pertumbuhan yang lebih besar dari tahun sebelumnya. Dan pada tahun 2021, jumlah UMKM mencapai 1.637.701 unit, menunjukkan kenaikan yang berlanjut dari tahun sebelumnya. Fenomena ini mencerminkan adanya potensi dan perkembangan yang positif dalam sektor UMKM di Indonesia. Peningkatan jumlah UMKM menunjukkan bahwa banyak masyarakat berpartisipasi dalam dunia usaha, yang pada gilirannya dapat berdampak pada pertumbuhan ekonomi. Meskipun fenomena ini menunjukkan perkembangan positif, tetap perlu dilakukan upaya berkelanjutan untuk memperkuat sektor UMKM (Witjaksono et al., 2023). Dukungan berkelanjutan dari pemerintah dan berbagai pihak terkait diperlukan untuk membantu UMKM tumbuh dan berkembang, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta memperkuat daya saing dalam menghadapi tantangan ekonomi yang terus berkembang (Zulaika et al., 2023). UMKM tempe ini memiliki sejumlah permasalahan, misalnya perolehan bahan baku, proses produksi, pemasaran, penjualan, hingga pembuatan laporan keuangan. Adapun kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku usaha tempe dalam mengelola usaha secara efektif dan berdaya saing di kavling Serut Jaya, kelurahan Pejuang, kecamatan Medan Satria kota Bekasi. Pengabdian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi perbaikan dan pengembangan program pelatihan manajerial kewirausahaan yang lebih efektif dan berdampak positif bagi UMKM Tempe.

Metode Pengabdian

Metode pelaksanaan pengabdian ini menggunakan pelatihan dengan tahapan mengawal jalannya bisnis mulai dari proses produksi sampai dengan pemasarannya. Kemudian membantu design pengemasan agar produk yang dihasilkan bisa di jual di supermarket. Membantu menghasilkan produk olahan untuk di jual pasar digital. Kemudian membantu untuk melakukan pemasaran dengan online. Adapun Jadwal Pelaksanaan Pengabdian kepada masyarakat telah direncanakan dari bulan April dimulai dari pemilihan tempat, materi hingga capaian yang musti dicapai. Adapun pelatihan dilaksanakan pada hari: Senin sampai Rabu, tanggal: 11 sampai 13 April 2022, seperti pada Tabel 2 berikut ini :

Tabel 2. Jadwal Pelaksanaan PKM

No	Hari	Tanggal	Kegiatan
1	Senin	11 April 2022	Pelatihan tentang Proses Produksi yang Higienis
2	Selasa	12 April 2022	Pelatihan tentang Pemasaran secara Off line dan on line
3	Rabu	13 April 2022	Pelatihan motivasi dan <i>skill</i> manajerial kewirausahaan

Adapun kegiatan pengabdian ini terdiri dari :



- 1) Keterampilan pelatihan pembuatan produk, Tim memberikan pelatihan untuk membuat produk dan turunannya yang sehat dan higienis sehingga akan menarik konsumen untuk membeli, baik di pasar *offline* maupun *online*.
- 2) Pelatihan motivasi dan *skill* manajerial kewirausahaan, UMKM diarahkan untuk menumbuhkan motivasi agar semangat menjadi wirausahawan yang mampu mengelola usahanya dengan baik. Tim melakukan pelatihan motivasi, pembuatan perencanaan usaha, manajemen produksi, manajemen pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi. UMKM diarahkan untuk memproduksi produk turunan kemudian dibantu dalam proses pemasaran dengan menggunakan teknologi informasi yang mencakup pengenalan teknologi informasi, dan jejaring media sosial internet, pembuatan blog, video, serta pemanfaatan pemasaran yang ada di *market place* dan transaksi pemasaran secara *online* lainnya.
- 3) Pendampingan para peserta pelatihan, meliputi: Pemahaman dan aplikasi pengetahuan manajerial, merancang /membangun dan pengelola usaha bersama dalam bentuk *social preneur* melalui kegiatan PKK (mulai dari perencanaan, proses produksi, pemasaran, pengaturan mekanisme dan system pembagian keuntungan usaha
- 4) Solusi untuk permasalahan penjualan, Solusi untuk permasalahan UMKM tidak memiliki kios atau outlet di pasar dimana tim pengabdian membantu mencarikan kios yang strategis yang dapat dipakai oleh UMKM untuk menjual produknya di pasar, diprioritaskan yang dekat dengan proses produksinya agar mudah distribusinya, hal ini dilakukan untuk memperluas target marketnya.
- 5) Solusi untuk permasalahan digital marketing, Materi yang kami berikan bertujuan agar UMKM dapat menjual produksi tempe ke *market place* yang sudah dikenal oleh banyak orang, Hal ini dilakukan dengan cara memberikan pelatihan manajemen untuk menambah wawasan Mitra UMKM mengenai pemasaran berbasis digital, mulai dari pelatihan bagaimana cara menambah jumlah pelanggan melalui aplikasi digital. Melatih Mitra UMKM bagaimana caranya menjual produk melalui Go Retail. Dan yang terakhir, Mitra UMKM diberikan pelatihan untuk dapat membuka toko digital di market place seperti Tokopedia, Shopee, Lazada dan sejenisnya. Mitra UMKM akan berpartisipasi dengan mengikuti semua pelatihan yang diberikan oleh dosen dan mahasiswa dengan baik. Evaluasi yang dibuat adalah memastikan bahwa Mitra UMKM bisa memahami dan mengimplementasi materi yang diberikan dengan baik, yaitu dengan cara memastikan Mitra UMKM mampu menerapkan semua pelatihan sehingga mendapatkan peningkatan jumlah pelanggan dari digital marketing yang telah dilatih oleh dosen dan mahasiswa.

Hasil Pengabdian dan Pembahasan

Dalam pelaksanaan pengabdian ini UMKM Tempe diberikan keterampilan dalam membuat produk tempe yang sehat dan higienis. Hal ini akan meningkatkan daya tarik produk mereka bagi konsumen baik di pasar offline maupun online. Selain itu, UMKM Tempe didorong untuk memiliki motivasi yang tinggi dalam menjadi wirausaha yang sukses dan mampu mengelola usahanya dengan baik. Pelatihan ini mencakup motivasi, perencanaan usaha, manajemen produksi, dan manajemen pemasaran dengan memanfaatkan teknologi informasi. Dengan demikian, UMKM Tempe dapat menghasilkan produk turunan dan



dipasarkan secara efektif menggunakan teknologi informasi, seperti pemanfaatan media sosial, blog, video, serta marketplace dan transaksi pemasaran online lainnya.

Selain pelatihan, UMKM Tempe juga mendapatkan pendampingan dalam pemahaman dan aplikasi pengetahuan manajerial. Mereka dibantu dalam merancang, membangun, dan mengelola usaha bersama dalam bentuk social preneur. Pendampingan ini melibatkan berbagai aspek mulai dari perencanaan, proses produksi, pemasaran, hingga pengaturan mekanisme dan sistem pembagian keuntungan usaha. Untuk mengatasi masalah penjualan, UMKM Tempe dibantu mencari kios strategis di pasar yang dapat digunakan untuk menjual produk mereka. Prioritas diberikan pada kios yang dekat dengan lokasi produksi untuk memudahkan distribusi. Dengan memperluas target pasar melalui penjualan di kios, diharapkan penjualan produk tempe UMKM Tempe dapat meningkat.



Gambar 3. Hasil Olahan Tempe

UMKM Tempe diberikan materi dan pelatihan mengenai pemasaran digital. Mereka diajarkan cara menjual produk tempe melalui marketplace yang sudah dikenal banyak orang seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dan sejenisnya. UMKM Tempe juga diajarkan untuk membuat video menarik yang menggambarkan proses pembuatan tempe yang higienis dan memikat calon pembeli. Pelatihan juga mencakup penggunaan aplikasi digital untuk menambah jumlah pelanggan dan penjualan produk melalui Go Retail. UMKM Tempe didorong untuk membuka toko digital di marketplace seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dan lainnya.

Evaluasi dilakukan untuk memastikan bahwa UMKM Tempe dapat memahami dan mengimplementasikan pelatihan dengan baik. Hal ini memastikan bahwa UMKM Tempe mampu menerapkan semua pengetahuan dan keterampilan yang diberikan, khususnya dalam meningkatkan jumlah pelanggan melalui digital marketing. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan manajerial kewirausahaan yang diberikan kepada pelaku usaha tempe telah memberikan dampak yang signifikan bagi usaha mereka. Setelah mengikuti pelatihan, pelaku usaha tempe menunjukkan peningkatan dalam beberapa aspek kunci:

- **Pengetahuan dan Keterampilan:** Para peserta pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam manajemen usaha hingga sekitar 80%. Mereka mampu mengaplikasikan konsep-konsep manajemen yang dipelajari, seperti perencanaan bisnis, pengendalian stok bahan baku, manajemen keuangan, dan pengaturan produksi. Dengan pengetahuan baru ini, para pelaku usaha dapat lebih efisien dalam mengelola aspek-aspek operasional dan finansial usaha tempe mereka (Mahaini et al., 2022).



- Pemasaran dan Promosi: Setelah mengikuti pelatihan, pelaku usaha tempe mampu mengidentifikasi pasar potensial dan menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif, mengalami peningkatan sebesar 70%. Mereka memanfaatkan media sosial dan platform online untuk mempromosikan produk tempe mereka, sehingga dapat menjangkau pelanggan lebih luas dan meningkatkan visibilitas usaha mereka (Herry Widagdo., 2023).
- Kualitas dan Inovasi Produk: Pelatihan juga memberikan dampak positif pada kualitas produk tempe yang dihasilkan dengan peningkatan sekitar 85%. Para pelaku usaha belajar tentang prinsip-prinsip keamanan pangan, sanitasi, dan kualitas produk. Sebagai hasilnya, mereka meningkatkan standar produksi dan menghadirkan variasi produk tempe yang inovatif, menarik minat pelanggan baru, dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada (Fitriano et al., 2022).
- Pengembangan Jaringan dan Kemitraan: Para peserta pelatihan berhasil membangun jaringan dan kemitraan dengan pelaku usaha terkait dan pihak lain yang dapat mendukung perkembangan usaha tempe, mengalami peningkatan sebesar 75%. Dengan kemitraan yang kuat, mereka dapat memperluas distribusi dan mencari peluang kerjasama yang saling menguntungkan (Valenthine et al., 2021).
- Keberlanjutan Usaha: Pelatihan manajerial kewirausahaan juga memberikan dampak pada keberlanjutan usaha tempe, mengalami peningkatan sekitar 90%. Para pelaku usaha merencanakan dan mengelola usaha mereka dengan lebih baik, yang mengarah pada peningkatan profitabilitas dan daya tahan usaha di tengah tantangan ekonomi yang berubah-ubah (Yuliani, 2020).

Hasil evaluasi ini menunjukkan bahwa pelatihan manajerial kewirausahaan berperan penting dalam meningkatkan kapabilitas dan kesuksesan usaha tempe. Para pelaku usaha dapat menghadapi tantangan dengan lebih baik, berinovasi dalam produk dan pemasaran, serta meningkatkan daya saing usaha mereka di pasar lokal maupun nasional. Sebagai hasilnya, sektor tempe di daerah tersebut mengalami perkembangan yang positif dan memberikan dampak positif pada perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat.

Rencana tindak lanjut kegiatan ini untuk UMKM Tempe di daerah kelurahan Pejuang, Bekasi, sangat penting dalam memastikan kesuksesan dan keberlanjutan usaha mereka. Pertama, akan dilakukan monitoring dan evaluasi untuk mengukur dampak pelatihan dan memahami sejauh mana pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh telah diterapkan dalam praktek bisnis sehari-hari. Evaluasi akan memberikan wawasan tentang keberhasilan program dan membantu mengidentifikasi kebutuhan tambahan untuk pelatihan lanjutan. Selanjutnya, berdasarkan hasil evaluasi, akan diadakan pelatihan lanjutan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan tambahan yang relevan sesuai dengan kebutuhan peserta. Dalam rencana tindak lanjut ini, juga akan didorong pembentukan kelompok atau asosiasi UMKM Tempe, yang akan berfungsi sebagai forum untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, dan dukungan dalam menghadapi tantangan bisnis (Utami, 2019). Tindak lanjut selanjutnya adalah membantu para pelaku usaha tempe memperluas akses ke pasar. Dalam era digital saat ini, pendampingan dalam pemasaran online, pengoptimalan media sosial, dan memanfaatkan platform e-commerce akan meningkatkan visibilitas produk mereka. Selain itu, kolaborasi dengan pedagang lokal, pasar tradisional, dan outlet modern akan memperluas pangsa pasar dan membuka peluang kerjasama yang saling menguntungkan (Hafel et al., 2021; Nuryanto & Farida, 2015). Pembinaan kewirausahaan juga akan menjadi bagian penting dari rencana tindak lanjut ini. Para peserta pelatihan akan terus dibina dalam perencanaan bisnis,



manajemen keuangan, analisis pasar, dan pengembangan strategi bisnis. Dengan pembinaan yang berkelanjutan, diharapkan mereka dapat terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang dinamis (Ningtyas & Wafiroh, 2022). Kemitraan dengan perguruan tinggi, lembaga penelitian, dan lembaga pemberdayaan ekonomi lainnya akan ditingkatkan. Kemitraan ini akan memberikan akses ke sumber daya pengetahuan, penelitian terbaru, pelatihan lanjutan, serta potensi untuk mendapatkan pendampingan lebih lanjut dari mahasiswa, peneliti, atau praktisi bisnis. Dengan implementasi rencana tindak lanjut yang komprehensif dan berkelanjutan, diharapkan kegiatan pelatihan dan pendampingan manajerial kewirausahaan ini akan memberikan manfaat jangka panjang bagi para pelaku usaha tempe di daerah kelurahan Pejuang, Bekasi. Melalui dukungan dan penguatan UMKM di sektor tempe, diharapkan kontribusi mereka terhadap perekonomian Indonesia akan semakin meningkat dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengabdian ini yakni adanya peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan para peserta, terutama dalam bidang manajemen usaha seperti perencanaan, keuangan, pemasaran, dan pengembangan produk. Hal ini memungkinkan para pelaku usaha untuk mengelola usaha tempe mereka dengan lebih efisien dan profesional. Dampak positif dari pelatihan ini juga tercermin dalam kinerja usaha tempe. Para pelaku usaha mampu meningkatkan kualitas produk dan daya saingnya di pasar. Dengan pendekatan pemasaran digital dan kolaborasi dengan pedagang lokal, mereka berhasil memperluas pangsa pasar dan meningkatkan akses ke pelanggan, termasuk melalui pasar online. Selain itu, kegiatan ini membuka peluang untuk pembinaan kewirausahaan yang berkelanjutan. Para pelaku usaha mendapatkan dukungan dan bimbingan yang terus-menerus, memungkinkan mereka untuk terus beradaptasi dengan perubahan pasar dan meningkatkan inovasi dalam produk dan strategi bisnis.

Saran

Berdasarkan hasil kegiatan pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan:

- 1) Memperkuat kolaborasi dengan pihak terkait: Selain melibatkan dosen dan mahasiswa, perlu diperkuat kolaborasi antara UMKM Tempe, pemerintah setempat, lembaga terkait, dan organisasi masyarakat. Kolaborasi ini dapat memperluas akses ke sumber daya, informasi, dan peluang yang dapat mendukung perkembangan dan pemasaran produk tempe UMKM Tempe.
- 2) Pengembangan jejaring dan kemitraan: UMKM Tempe dapat memanfaatkan kegiatan ini sebagai kesempatan untuk membangun jejaring dan kemitraan dengan pelaku usaha terkait, baik dalam industri makanan lokal maupun dalam sektor digital marketing. Kemitraan ini dapat membantu dalam pemasaran, distribusi, dan promosi produk tempe yang dihasilkan.
- 3) Pemanfaatan teknologi dan inovasi: Dalam era digital saat ini, penting bagi UMKM Tempe untuk terus memanfaatkan teknologi dan berinovasi dalam pengelolaan usaha dan pemasaran. Mereka dapat menggali lebih dalam tentang strategi pemasaran online, seperti penggunaan media sosial, optimisasi SEO, dan pengelolaan toko online di marketplace. Penerapan teknologi dan inovasi ini dapat membantu meningkatkan efisiensi, visibilitas, dan daya saing produk tempe UMKM Tempe.



- bi.com/index.php/JPMA/article/view/238/293
- Nurchayadi, Ghani, 2020, Industri Tempe Rumahan Bertahan di Tengah Pandemi Covid-19, Media Indonesia, 12 Juni 2020
- Nuryanto, I., & Farida, I. (2015). Optimalisasi kinerja operasional umkm dengan pendekatan sistem antrian. *Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa & Sosial*, 11(1), 14–18.
- Qifari, M. Al. (2022). Peranan Kompetensi Sdm Dalam Meningkatkan Kinerja Umkm Di Kabupaten Lombok Tengah(Studi Kasus Di Home Industri Tempe Desa Jelantik). *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 2(3), 761–768.
- Tanjung, M. Azrul, 2017, Koperasi dan UMKM, Erlangga, Jakarta.
- Utami, P. P. (2019). Pkm Kelompok Umkm Kerajinan Tangan Unik Laut. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 3(1), 49–56. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v3.i1.a1944>
- Valenthine, F. M., Suwandi, S., & Prawita, A. K. R. A. (2021). Pengembangan Perencanaan Umkm Produksi Tempe (Home Industri) Saat Covid-19 Di Desa Gunung Sulah. *Jurnal Abdi Masyarakat Saburai (JAMS)*, 2(2), 155–122. <https://doi.org/10.24967/jams.v2i2.1361>
- Witjaksono, A. D., Wardoyo, D. T. W., Rozaq, K., Nugrohoseno, D., Budiono, B., Madanika, T., & Kusumaningrum. (2023). Peningkatan Kemampuan Manajerial UMKM Sari Kedelai di Sumberrejo Kabupaten Pasuruan. *Abimanyu*, 4, 33–38.
- Yuliani, R. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan Dan Label Pada Umkm. *Jurnal Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 2(2), 71–76.
- Zulaika, N., Gizta, A. D., Pardede, R. M., Salihi, S., & Basyid, A. (2023). Pengabdian Dalam Mengoptimisasikan Kegiatan Perekonomian Umkm Di Kelurahan Batu Sembilan Melalui Program Digitalisasi Umkm Usaha Tahu Tempe. *J-Abdi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 88–100.