



PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN PADA PEDAGANG BAKSO IKAN KELILING

Aulia Nurfadillah¹, Elis Amelia², Yesi Elisyah Sapitri³, Ade Fauji⁴

^{1,2,3,4}Universitas Bina Bangsa

^{1,2,3,4}Manajemen, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Bina Bangsa

e-mail: aulianurfadillah120705@gmail.com¹, elisamelia0806@gmail.com², yesielisah11@gmail.com³, adefauji1@gmail.com⁴

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in improving the local economy. One common microenterprise is the mobile meatball vendor. However, these businesses still face various challenges, including limited capital, limited marketing, and limited business management. This community service program aims to improve the entrepreneurial skills of mobile meatball vendors through outreach, training, mentoring, and business evaluation. The methods used include observation, interviews, discussions, and simple business management and marketing training. The results of the program indicate that partners gained a better understanding of financial management, customer service, marketing strategies, and the importance of maintaining product quality. The mentoring also helped partners implement business strategies more effectively. This program has a positive impact on improving entrepreneurial skills and supporting the sustainability of mobile meatball vendors' businesses by increasing revenue.

Keywords: Kewirausahaan, UMKM, Pedagang Bakso Keliling, Strategi Pemasaran, Pendampingan Usaha.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Salah satu bentuk usaha mikro yang banyak ditemukan adalah pedagang bakso keliling. Namun, pelaku usaha masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan modal, pemasaran, dan pengelolaan usaha. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan kewirausahaan pedagang bakso keliling melalui sosialisasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi usaha. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, diskusi, serta pelatihan pengelolaan usaha dan pemasaran sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pengelolaan keuangan, pelayanan pelanggan, strategi pemasaran, serta pentingnya menjaga kualitas produk. Pendampingan yang dilakukan juga membantu mitra dalam menerapkan strategi usaha secara lebih efektif. Kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan kewirausahaan dan mendukung keberlangsungan usaha pedagang bakso keliling dalam meningkatkan pendapatan usaha.

Kata kunci: Entrepreneurship, MSMEs, Mobile Meatball Vendors, Marketing Strategy, Business Mentoring.

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan kemampuan seseorang dalam menciptakan, mengelola, dan mengembangkan usaha melalui kreativitas dan inovasi untuk memperoleh keuntungan serta mempertahankan keberlangsungan usaha. Perkembangan UMKM di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang cukup pesat dan memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian nasional melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat.

Pedagang bakso keliling merupakan salah satu bentuk usaha mikro yang banyak dijumpai di lingkungan masyarakat. Usaha ini memiliki karakteristik sederhana, fleksibel, serta mampu menjangkau konsumen secara langsung. Namun, dalam menjalankan usaha, pedagang bakso keliling menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan modal, persaingan usaha, perubahan kebutuhan konsumen dan pengelolaan usaha yang masih sederhana.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan Bapak Ujang sebagai pelaku usaha bakso ikan, diketahui bahwa usaha tersebut telah berjalan sejak tahun 2014 dan mampu bertahan hingga saat ini. Meskipun demikian, masih diperlukan pengembangan kemampuan kewirausahaan agar usaha dapat berkembang lebih optimal dan meningkatkan pendapatan usaha.

Tujuan kegiatan ini adalah:

1. Meningkatkan pemahaman kewirausahaan pedagang bakso keliling.
2. Memberikan pelatihan pengelolaan usaha dan pemasaran.
3. Mendampingi penerapan strategi usaha untuk meningkatkan pendapatan.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu:

2.1 Sosialisasi

Tahap awal dilakukan dengan memberikan pemahaman mengenai pentingnya kewirausahaan, strategi pengembangan usaha, pelayanan pelanggan, dan pengelolaan usaha mikro. Kegiatan dilakukan melalui diskusi langsung dengan mitra usaha.

2.2 Pelatihan

Pelatihan diberikan mengenai:

1. Pengelolaan modal usaha.
2. Pencatatan keuangan sederhana.
3. Strategi pemasaran usaha.
4. Pelayanan pelanggan.
5. Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi.

2.3 Pendampingan

Pendampingan dilakukan secara langsung dalam kegiatan usaha sehari-hari untuk memastikan materi pelatihan dapat diterapkan secara efektif oleh mitra usaha.

2.4 Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui observasi dan wawancara untuk mengetahui perubahan kemampuan mitra dalam mengelola usaha serta dampaknya terhadap perkembangan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi berjalan dengan baik dan mendapat respons positif dari mitra usaha. Mitra memperoleh pemahaman mengenai pentingnya kewirausahaan, inovasi usaha, serta strategi mempertahankan pelanggan dalam menghadapi persaingan usaha.

3.2 Hasil Pelatihan

Pelatihan berhasil meningkatkan pengetahuan mitra mengenai pengelolaan keuangan usaha dan strategi pemasaran sederhana. Mitra mulai memahami pentingnya pencatatan pemasukan dan pengeluaran usaha secara teratur sehingga kondisi keuangan usaha dapat dipantau dengan lebih baik.

3.3 Hasil Pendampingan

Hasil pendampingan menunjukkan bahwa mitra mampu menerapkan beberapa strategi yang telah diberikan, seperti:

1. Menjaga kualitas produk secara konsisten.
2. Memberikan pelayanan yang lebih ramah kepada pelanggan.
3. Mengelola keuntungan usaha untuk modal dan kebutuhan operasional.
4. Mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan tetap.

3.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara, usaha bakso ikan milik Bapak Ujang mampu menjual sekitar 450 porsi per hari terutama pada jam istirahat karyawan perusahaan di sekitar lokasi usaha. Faktor yang mendukung keberhasilan usaha meliputi kualitas produk, lokasi yang strategis, pelayanan yang baik, serta hubungan yang harmonis dengan pelanggan.

Selain itu, penggunaan bahan baku berkualitas dan proses produksi yang higienis menjadi nilai tambah yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen. Meskipun masih menghadapi kendala berupa penurunan penjualan pada waktu tertentu, usaha tetap mampu bertahan karena adanya strategi mempertahankan pelanggan dan dukungan keluarga dalam operasional usaha.

Secara keseluruhan, kegiatan pengembangan kewirausahaan memberikan dampak positif terhadap peningkatan kemampuan pengelolaan usaha dan motivasi pelaku usaha dalam mengembangkan bisnisnya.

Dokumentasi Wawancara Penelitian UMKM Bakso Ikan



(a) Gerobak Bakso Ikan



(b) Bakso Ikan



(c) Meracik Bakso Ikan



(d) Daftar Menu



(e) Foto Bersama Istri Bapak Ujang

KESIMPULAN

Kegiatan pengembangan kewirausahaan berhasil meningkatkan pemahaman pedagang bakso keliling mengenai pengelolaan usaha. Pelatihan dan pendampingan membantu mitra menerapkan strategi pemasaran, pelayanan pelanggan, dan pengelolaan keuangan secara lebih baik. Faktor utama yang mendukung peningkatan pendapatan usaha adalah kualitas produk, pelayanan yang baik, lokasi strategis, serta hubungan yang baik dengan pelanggan. Pengembangan kewirausahaan perlu dilakukan secara berkelanjutan agar usaha mikro mampu berkembang dan meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Ujang selaku mitra usaha bakso ikan yang telah bersedia menjadi narasumber dalam kegiatan ini serta kepada Universitas Bina Bangsa yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan.

DAFTAR PUSTAKA

Alfarizil, H., Subhan, S. E., & Hermansyah. (2024). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran, Kualitas Pelayanan dan Pengelolaan Hubungan Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen pada UMKM Cafe Mai Mena.

Hidayat, N., & Putri, R. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa.

Lestari, D. Y., Muna, T. N., & Renfiana, L. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen pada UMKM.

Manggu, B., & Beni, S. (2021). Analisis Penerapan Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) dan Promosi Pemasaran Sebagai Solusi Meningkatkan Perkembangan UMKM.

Rusnawati, Abdullah, H., & Marlati. (2021). Pengaruh Karakteristik Kewirausahaan dan Modal Usaha terhadap Pengembangan Usaha di UMKM Kota Makassar.

Septiani, I., Cahya, A. D., Kurnia, D., & Khairunnisa, C. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM.

Suryana. (2021). Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses.

Tambunan, T. T. (2021). UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan.

Wulan, H. S., Agustina, F., & Harini, C. (2021). Model Pemasaran Kewirausahaan Melalui Digital Marketing Sebagai Pemoderasi Untuk Meningkatkan Kinerja Penjualan UMKM Kota Semarang.