

## OPTIMALISASI KINERJA UMKM TAHU MELALUI SKILL KEWIRAUSAHAAN DI CIKARANG SELATAN, KAB. BEKASI

Etty Zuliawati Zed<sup>1</sup>, Miftahul Jannah<sup>2</sup>, Rafli Fauzi<sup>3</sup>, Indah Aprilia<sup>4</sup>,  
Anggita Riastina Garini<sup>5</sup>, Amellia Dwi Putri<sup>6</sup>, Adilla Nastya Masaki<sup>7</sup>  
[ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id](mailto:ettyzuliawatized@pelitabangsa.ac.id)<sup>1</sup>, [miftahuljannah45e@gmail.com](mailto:miftahuljannah45e@gmail.com)<sup>2</sup>, [rafliskey23@gmail.com](mailto:rafliskey23@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[indaahhhapr123@gmail.com](mailto:indaahhhapr123@gmail.com)<sup>4</sup>, [anggitariastina5676@gmail.com](mailto:anggitariastina5676@gmail.com)<sup>5</sup>, [amelliadp3003@gmail.com](mailto:amelliadp3003@gmail.com)<sup>6</sup>,  
[adillanastya@gmail.com](mailto:adillanastya@gmail.com)<sup>7</sup>

Universitas Pelita Bangsa Kabupaten Bekasi

### ABSTRAK

Tujuan Pengabdian ini dibuat untuk menambah pengetahuan dan keterampilan skill para pelaku UMKM tahu dalam mengelola usaha secara efektif dan daya saing. Kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui serangkaian pelatihan motivasi serta pendampingan berkelompok. Adapun mitra pengabdian ini yaitu UMKM tahu di daerah Cikarang Selatan. Hasil pengabdian ini menunjukkan adanya perkembangan yang signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan skill para pelaku UMKM tahu setelah mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan. Mereka berhasil meningkatkan kinerja dalam usaha, memperluas jaringan akses pasar melalui pemasaran digital, dan tidak lupa membentuk kelompok atau asosiasi UMKM tahu untuk berbagi pengetahuan dan mendapatkan dukungan penuh dalam menghadapi tantangan bisnis. Kegiatan ini sangat berkontribusi positif dalam meningkatkan kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi lokal melalui penguatan sektor tahu sebagai pilar perekonomian di daerah Cikarang Selatan.

**Kata Kunci:** Keterampilan, Manajerial, Kewirausahaan, UMKM Tahu.

### ABSTRACT

*The aim of this service is to increase the knowledge and skills of MSME players in managing their business effectively and competitively. This service activity is carried out through a series of motivational training and group mentoring. The service partners are tofu MSMEs in the South Cikarang area. The results of this service show that there is significant development in the knowledge and skills of MSME actors after participating in training and mentoring activities. They succeeded in improving business performance, expanding their market access network through digital marketing, and did not forget to form a group or association of MSMEs to share knowledge and get full support in facing business challenges. This activity makes a very positive contribution to improving welfare and local economic growth through strengthening the tofu sector as a pillar of the economy in the South Cikarang area.*

**Keywords:** Skill, Managerial, Entrepreneurship, UMKM tahu.

### PENDAHULUAN

Pandemi virus Corona memberi pengaruh yang cukup signifikan terhadap kondisi perekonomian khususnya Indonesia. Sudah banyak negara di seluruh dunia sudah mengalami resesi atau perubahan bahkan sudah mengalami krisis ekonomi (global). Pertumbuhan ekonomi terus saja menurun, bahkan kuartal kedua sudah negatif dan kuartal ketiga sudah mulai dihantui kembali negatif. Dengan demikian resesi sudah mulai menghantui negara Indonesia ini. Daya beli kebutuhan konsumsi rumah tangga berangsur melemah sehingga dapat memicu pemutusan hubungan kerja karena banyak perusahaan terdampak omzetnya (Arief, 2020). Utilitas industri tahu dan tahu nasional tercatat mengalami penurunan selama pandemi virus Corona 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

milliar atau ekuivalen dengan Rp 40,6 triliun. Perlu diketahui bahwa kedelai sebagai bahan utama tahu 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 tahu. Misalkan di daerah Curug, Bogor, industri tahu bernama Rumah Tahu A. Zaki yang diharapkan mampu menjadi prototype industri kecil produsen tahu 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 tahu 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 memperkuat 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 mendapatkan pinjaman dari bank. Salah satu contoh pelaku UMKM adalah pelaku industri tahu. Penghasil tahu 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 tahu 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 gaji. Produksi tahu 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 memperkuat 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.

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan pendorong kegiatan ekonomi nasional, terutama penyerapan tenaga kerja pada Pandemi Corona. Tidak terkecuali usaha makanan khususnya usaha tahu. Utilitas pada industri tempe dan tahu nasional tercatat mengalami penurunan selama pandemi virus Corona 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

tahu 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 corona justru mengalami peningkatan seperti yang pada tabel dibawah ini:

Sumber data: Pemerintah Provinsi Jawa Barat ([www.opendata.jabarprov.go.id](http://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 tahu 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 tahu dalam mengelola usaha secara efektif dan berdaya saing di wilayah Cikarang Selatan. Pengabdian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga bagi perbaikan dan pengembangan program pelatihan manajerial kewirausahaan yang lebih efektif dan berdampak positif bagi UMKM tahu.

## METODE PENELITIAN

Untuk membuat sukses rencana pelaksanaan pengabdian ini, maka kami menggunakan metode dengan menggunakan pelatihan secara bertahap agar dapat mendampingi dari awal proses pembuatan hingga penjualan dan pemasarannya, sehingga diharapkan produk yang dijual dapat masuk dan lolos untuk ditempatkan di supermarket dan toko lainnya, dan juga membantu melakukan pelatihan agar dapat menghasilkan produk olahan agar dapat dijual di pasar digital seperti shoppe, tokopedia, lazada, dll.

Dan terdapat jadwal dan langkah langkah yang akan dilakukan dalam pengabdian kepada masyarakat yang telah di susun dan di rencanakan mulai dari bulan maret, berawal dari survey lokasi, membuat dan memantapkan materi, hingga membuat target pencapaian agar pengabdian berjalan dengan sukses dan efisien, dan juga terdapat pelatihan yang dilaksanakan pada hari senin hingga kamis seperti tabel yang telah terlampir.

Tabel 1 Kegiatan Pelatihan

No	Hari	Tanggal	Kegiatan pelatihan
1	Senin	18-Maret-2024	Materi pelatihan tentang membuat olahan yang bersih dan sehat.
2	Selasa	19-Maret-2024	Materi pelatihan tentang melakukan pemasaran dan penjualan dari mulai offline hingga digital online.
3	Rabu	20-Maret-2024	Materi pelatihan tentang motivasi kerja agar muncul semangat wirausaha untuk meraih kesuksesan.
4	Kamis	21-Maret-2024	Materi pelatihan tentang skill yang harus di pelajari dan manajerial usaha yang musti di pelajari dan di pahami secara berkala, sehingga menimbulkan produk yang berkualitas tinggi dan terjamin mutunya.

Dan juga kegiatan pengabdian yang dilakukan dimulai dan direncanakan mulai dari beberapa rencana dan proses agar dapat ter realisasikan kemajuan dan perkembangannya, berikut beberapa rencana dan proses materi pengabdian yang akan dilakukan:

1. Melatih keterampilan dan kemahiran dalam membuat produk olahan, agar produk menjadi berkualitas dan bermutu sehingga dapat meningkatkan daya beli dari konsumen di pasar online maupun offline.
2. Melakukan pelatihan motivasi agar para pelaku usaha yang berkaitan memiliki semangat dan kemauan dalam menjalankan UMKM yang ingin di kembangkan, sehingga menjadi lebih efisien dalam pengerjaan produk olahan dan dapat mengelola usaha UMKM dengan baik dan manajerial yang bagus, dengan perencanaan pelatihan yang dibuat, tim pengabdian UMKM memanfaatkan teknologi informasi, untuk membantu dalam pemasaran produk.
3. Mendampingi peserta latihan agar dapat lebih terampil dalam bidangnya masing masing seperti dalam bidang pemahaman aplikasi dan pengetahuan manajerial, merancang dan membangun usaha, dan pemasaran yang akan dilakukan hingga sampai kepada pembagian keuntungan usaha.
4. Mencari solusi dari segala permasalahan pemasaran seperti mencari lokasi atau survei lokasi yang strategis untuk melakukan usaha UMKM, dan dapat meningkatkan penjualan dari hasil produk yang telah di olah dan di buat sehingga pemrosesan produksinya dapat lebih mudah di distribusikan untuk menjadikan target market yang lebih luas.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proyek pengabdian ini, UMKM Tahu diberikan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam memproduksi Tahu yang sehat dan bersih, yang diharapkan akan meningkatkan daya tarik produk mereka bagi konsumen baik secara online maupun offline. Selain itu, mereka didorong untuk memiliki semangat wirausaha yang tinggi dan keterampilan manajemen yang baik. Pelatihan ini mencakup motivasi, perencanaan usaha, manajemen produksi, dan pemasaran yang menggunakan teknologi informasi. UMKM Tahu juga diberi pendampingan dalam menerapkan pengetahuan manajerial mereka, termasuk dalam memanfaatkan teknologi informasi seperti media sosial, blog, video, dan marketplace untuk pemasaran online. Mereka juga dibantu dalam merancang dan mengelola usaha bersama melalui pendampingan dalam perencanaan, produksi, pemasaran, dan pembagian keuntungan. Untuk meningkatkan penjualan, UMKM Tahu dibantu mencari lokasi kios strategis di pasar, terutama yang dekat dengan lokasi produksi, untuk memudahkan distribusi dan memperluas pasar mereka.



Gambar 1 Hasil Olahan Tahu

UMKM Tahu mendapat materi dan pelatihan tentang pemasaran digital, termasuk strategi penjualan di platform populer seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada. Mereka juga belajar membuat video menarik yang memperlihatkan proses pembuatan tahu yang bersih untuk menarik minat calon pembeli. Pelatihan mencakup penggunaan aplikasi digital untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan penjualan melalui Go Retail. UMKM Tahu didorong

untuk membuka toko online di berbagai marketplace utama. Evaluasi dilakukan untuk memastikan pemahaman dan implementasi pelatihan yang baik, khususnya dalam meningkatkan jumlah pelanggan melalui pemasaran digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan manajerial kewirausahaan memberikan dampak positif yang signifikan pada usaha mereka. Setelah mengikuti pelatihan, pelaku usaha tahu menunjukkan peningkatan dalam beberapa aspek kunci:

1. Pengetahuan dan keterampilan: Para peserta pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan manajemen usaha mereka sebesar sekitar 80%. Mereka dapat menerapkan konsep-konsep manajemen yang dipelajari, seperti perencanaan bisnis, pengendalian persediaan bahan baku, manajemen keuangan, dan pengaturan produksi. Dengan pengetahuan baru ini, para pelaku usaha dapat lebih efisien dalam mengelola berbagai aspek operasional dan keuangan dari usaha tahu mereka.
2. Pemasaran dan promosi: Setelah pelatihan, pengusaha tahu dapat mengenali pasar yang berpotensi dan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dengan peningkatan sekitar 70%. Mereka menggunakan media sosial dan platform online untuk mempromosikan produk tahu mereka, memperluas jangkauan pelanggan dan meningkatkan eksposur bisnis mereka.
3. Kualitas dan inovasi produk: Pelatihan juga berdampak positif pada mutu produk tahu yang dihasilkan dengan peningkatan sekitar 85%. Pengusaha tahu mempelajari prinsip-prinsip keamanan pangan, sanitasi, dan mutu produk, yang menyebabkan peningkatan standar produksi dan penawaran variasi produk tahu yang inovatif. Ini menarik minat pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada.
4. Pengembangan jaringan dan kemitraan: Peserta pelatihan berhasil menjalin hubungan dan kemitraan dengan pelaku usaha terkait serta pihak lain yang mendukung perkembangan usaha tahu, meningkat sekitar 75%. Melalui kemitraan yang solid, mereka dapat meningkatkan cakupan distribusi produk dan mengeksplorasi peluang kerjasama yang saling menguntungkan.
5. Keberlanjutan usaha: Pelatihan manajerial kewirausahaan juga berkontribusi pada keberlanjutan usaha tahu, dengan peningkatan sekitar 90%. Para pengusaha merencanakan dan mengelola usaha mereka dengan lebih efektif, menghasilkan peningkatan dalam profitabilitas dan ketahanan usaha di tengah dinamika ekonomi yang berubah-ubah.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan manajerial kewirausahaan memiliki peran yang signifikan dalam meningkatkan kemampuan dan keberhasilan usaha tahu. Para pengusaha dapat mengatasi tantangan dengan lebih efektif, berinovasi dalam produk dan pemasaran, serta meningkatkan daya saing mereka di pasar lokal dan nasional. Dampaknya, sektor tahu di wilayah tersebut mengalami perkembangan positif dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal serta kesejahteraan masyarakat.

Rencana tindak lanjut untuk UMKM Tahu di daerah Cikarang Selatan, sangat penting dalam memastikan keberhasilan dan kelangsungan usaha mereka. Pertama, akan dilakukan monitoring dan evaluasi untuk mengukur dampak pelatihan serta sejauh mana pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh telah diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari. Evaluasi ini akan memberikan pemahaman tentang keberhasilan program dan membantu mengidentifikasi kebutuhan tambahan untuk pelatihan lanjutan. Selanjutnya, berdasarkan hasil evaluasi, akan diselenggarakan pelatihan lanjutan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan tambahan yang sesuai dengan kebutuhan peserta. Pembentukan kelompok atau asosiasi UMKM Tahu juga akan didorong, yang akan berfungsi sebagai forum untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, dan dukungan dalam menghadapi tantangan bisnis.

Tindak lanjut lainnya adalah membantu para pelaku usaha tahu memperluas akses ke pasar melalui pendampingan dalam pemasaran online, pengoptimalan media sosial, dan memanfaatkan platform e-commerce. Kolaborasi dengan pedagang lokal, pasar tradisional, dan outlet modern juga akan ditingkatkan untuk memperluas mangsa pasar. Pembinaan kewirausahaan akan menjadi bagian penting dari rencana tindak lanjut ini, dengan terus membimbing peserta pelatihan dalam perencanaan bisnis, manajemen keuangan, analisis pasar, dan pengembangan strategi bisnis. Kemitraan dengan perguruan tinggi, lembaga penelitian, dan lembaga pemberdayaan ekonomi akan ditingkatkan untuk memberikan akses ke sumber daya pengetahuan, pelatihan lanjutan, dan pendampingan lebih lanjut. Dengan implementasi rencana tindak lanjut yang komprehensif dan berkelanjutan, diharapkan kegiatan pelatihan dan pembinaan manajerial kewirausahaan ini akan memberikan manfaat jangka panjang bagi UMKM Tahu di daerah kelurahan Cikarang Selatan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di Indonesia.

## **KESIMPULAN**

Hasil pengabdian ini menyimpulkan bahwa peserta mengalami peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan, terutama dalam manajemen usaha seperti perencanaan, keuangan, pemasaran, dan pengembangan produk. Ini membantu mereka mengelola usaha tahu secara lebih efisien dan profesional, serta meningkatkan kualitas produk dan daya saing di pasar. Melalui pemasaran digital dan kerja sama dengan pedagang lokal, mereka berhasil memperluas pangsa pasar dan meningkatkan akses ke pelanggan, termasuk melalui pasar online. Kegiatan ini juga membuka peluang untuk pembinaan kewirausahaan yang berkelanjutan dengan dukungan dan bimbingan yang terus menerus, memungkinkan adaptasi terhadap perubahan pasar dan peningkatan inovasi dalam produk dan strategi bisnis.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Astuti, E., & Isharijadi, I. (2019). Pengenalan Open Journal System (OJS) untuk Publikasi Ilmiah Mahasiswa. *Jurnal Pengabdian pada Masyarakat*, 4(4), 409–414. <https://doi.org/10.30653/002.201944.189>.
- Effendi, E., Alfina, S., Mutahar, L. F., Lubis, C. A., & Amelia, R. N. (2022). Struktur Menulis Artikel Ilmiah. *Edukasi Nonformal*, 3(2), 2715–2634.
- Jawa Pos. 22 April 2008. Wanita Kelas Bawah Lebih Mandiri, hlm. 3.
- Kuntoro, T. (2006). Pengembangan Kurikulum Pelatihan Magang di STM Nasional Semarang: Suatu Studi Berdasarkan Dunia Usaha. Tesis tidak diterbitkan. Semarang: PPS UNNES.
- Pitunov, B. 13 Desember 2007. Sekolah Unggulan Ataukah Sekolah Pengunggulan? *Majalah Pos*, hlm. 4 & 11.
- Rismawati. (2017). *Perkembangan Sejarah Sastra Indonesia*. Bina Karya Akademika.
- Waseso, M.G. (2001). Isi dan Format Jurnal Ilmiah. Makalah disajikan dalam Seminar Lokakarya Penulisan artikel dan Pengelolaan jurnal Ilmiah, Universitas Lambungmangkurat, 9-11 Agustus.