

# UPAYA BANGKIT DI MASA PANDEMI COVI-19 MELALUI EDUKASI PERILAKU INOVATIF WIRAUSAHAWATI “MKPOPOCORN” DI DESA PLERET BANTUL

Sofiaty<sup>1</sup>, Mohamad Robbi<sup>2</sup>, Muamar Khoirudin<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>STIE Widya Wiwaha Yogyakarta

e-mail: [sofiatibg@gmail.com](mailto:sofiatibg@gmail.com)<sup>1</sup>

## Abstract

The Covid-19 pandemic has had a dramatic impact on the success of MSME in Indonesia, so the challenges faced by female entrepreneurs are getting higher. To face these challenges requires the development of entrepreneurship through innovative behavior. This service activity aims to educate and assist entrepreneurs to behave innovatively to rise business success. The method of implementing the service program is carried out in four steps: 1) planning, including a pre-survey to find partners and the problems they face. 2) activity program formulation. 3) program implementation. 4) monitoring evaluation and post-practice assistance. The implementation period of this service program is conducted in October-December 2021. The results of the activity show that partners seem very enthusiastic in responding to this activity program so, it proves that there is an effort to rise during the covid-19 pandemic. Program implementation was held in two sessions, the first is education by way of tutorial materials. the formation of innovative behavior accompanied by discussion and role playing, the second session is the practice of innovation of popcorn flavor variants, innovations in product packaging, innovations for expanding online and offline sales markets, consumer satisfaction. In conclusion, the results of monitoring and mentoring are 90 percent of achieving business success, this is evidenced by an increase in production capacity as a result of increasing consumer demand who are satisfied with the "MKPopcorn" product and business diversification. Meanwhile, 10 percent of the programs are considered not successful are innovations in providing merchandise inventory in business houses so, future program plans for merchandise inventory management training and mentoring should be extended. As a result of it, the business success rate can reach 100 percent.

Keywords: mentoring, product innovation, consumer satisfaction

## Abstrak

*Pandemi Covid-19 memberikan dampak perubahan dramatis terhadap keberhasilan UMKM di Indonesia, sehingga tantangan yang dihadapi wirausahawati semakin tinggi. Untuk menghadapi tantangan tersebut membutuhkan pengembangan kewirausahaan melalui perilaku inovatif. Kegiatan pengabdian ini bertujuan mengedukasi dan mendampingi wirausahawati agar berperilaku inovatif untuk bangkit mencapai keberhasilan usaha. Metode pelaksanaan program pengabdian dilakukan empat langkah: 1) perencanaan antara lain pra survey untuk menemukan mitra berikut permasalahan yang dihadapi. 2) perumusan program kegiatan. 3) implementasi program. 4) monitoring evaluasi dan pendampingan paska praktik. Periode pelaksanaan program pengabdian ini dilakukan pada bulan Oktober-Desember 2021. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra terlihat sangat antusias merespon program kegiatan ini sehingga hal tersebut membuktikan adanya upaya bangkit dimasa pandemic Covid-19. Implementasi program dilaksanakan dua sesi, pertama edukasi dengan cara tutorial materi pembentukan perilaku inovatif disertai diskusi dan bermain peran, sesi kedua yaitu praktik inovasi varian rasa popcorn, inovasi dalam packaging produk, inovasi perluasan pasar penjualan on line maupun offline, pemuasan konsumen. Kesimpulan, hasil monev dan pendampingan 90 persen mencapai keberhasilan usaha hal ini terbukti adanya peningkatan kapasitas produksi sebagai akibat meningkatnya permintaan konsumen yang merasa puas terhadap produk "MKPopcorn" dan adanya diversifikasi usaha. Sedangkan 10 persen program yang dinilai belum berhasil adalah inovasi dalam menyediakan persediaan barang dagangan di rumah usaha sehingga rencana program yang akan datang pelatihan manajemen persediaan barang dagangan dan sebaiknya waktu pendampingannya diperpanjang agar tingkat keberhasilan usaha bisa mencapai 100 persen.*

**Kata kunci:** pendampingan, inovasi produk, kepuasan konsumen

## 1. PENDAHULUAN

Masa pandemi covid 19 berdampak melemahnya ekonomi dan perubahan lingkungan secara dramatis dan penuh tantangan adalah kondisi yang sedang dihadapi seluruh dunia usaha maupun organisasi sosial di seluruh dunia. Pandemi Covid-19 di Bangladesh berdampak sosial dan ekonomi dalam ambang batas yang belum pernah terjadi sebelumnya (Uddin, 2020). Di Indonesia pengalaman dari adanya krisis ekonomi tahun 1997 membuktikan bahwa UMKM mampu menyelamatkan pertumbuhan perekonomian dimasa krisis. Dampak positif menunjukkan bahwa kondisi pandemi Covid-19 berperan dalam pengembangan kewirausahaan, sebagai contoh beberapa UMKM keberhasilan usahanya justru meningkat karena wirausahawan maupun wirausahawati tersebut berperilaku inovatif. Perilaku inovatif ditunjukkan dalam suatu cipta karya, mengenalkannya, serta mengaplikasikannya karena munculnya gagasan baru. Pelaku usaha yang inovatif berperilaku penuh dengan kreatifitas dan mengkombinasikan sesuatu yang baru sehingga ada *economic value added* pada produk maupun jasa yang mereka tawarkan (Brinkley, 2010). Peran wirausahawati terhadap UMKM dengan berbagai faktor yang menghambat maupun pendorongnya telah memberikan keseimbangan dalam *entrepreneurship* (Armiati, 2013); (Prasetyani A, n.d.) Ashima Bhatnagar et al., 2017). Sebanyak 200 wirausahawati UMKM di Somalia terbukti mampu bertahan dalam menjalankan usahanya (Ali & Ali, 2014). Adapun beberapa hasil studi tentang wirausahawati terbukti mampu bertahan menjalankan usahanya karena memiliki kinerja yang berbasis perilaku di masa pandemi telah dilakukan (Pancasasti & Khaerunnisa, 2017) ;(Sari et al., 2017) ; (Hardilawati, 2020). Wirausahawati dalam menjalankan usahanya dipengaruhi oleh faktor emosional, kemandirian, dan pendidikan (Sehani, 2010). Sebagai contoh berdasarkan hasil survey Tim pengabdian menjumpai seorang Wirausahawati UMKM yang memiliki usaha “MK Popcorn” yang

beralamat di Pleret Bantul. Usaha ini berdiri sejak 2019 awal adanya pandemi Covid-19 kemandirian bertahan mencukupi kebutuhan sehari-hari beliau memilih usaha popcorn untuk dijual di lingkungan tempat tinggalnya. Ide ini muncul karena modalnya yang tidak begitu besar dan cukup mudah dalam pembuatannya. Perjalanan awal MK Popcorn ini bermodal uang senilai Rp 300 ribu, dari modal tersebut digunakan untuk membeli jagung popcorn, margarin, dan plastik. Beliau telah mengelola modal untuk usaha tersebut dengan sebaik mungkin. Selain itu, beliau dibantu anaknya dalam mempromosikan popcorn buatannya ke tetangga sekitar rumahnya. Ternyata popcorn buatannya mendapat respon positif. Hingga akhirnya Ibu Tri memberanikan menjual popcorn di pasar dan dititipkan di 10 warung dengan harga jual Rp 2.000 per pcs. Pendapatan selama ini terbilang cukup lumayan. Namun kendala dalam proses produksi MKPopcorn ini adalah masih dengan cara dimasak menggunakan wajan sehingga apabila tidak merata api kompornya maka sebagian ada yang gosong dan masih mentah. Kondisi demikian, membutuhkan dana untuk membeli sebuah mesin yang otomatis tingkat pematangan merata dan proses lebih efektif dan efisien. Produk popcornnya hanya memproduksi rasa original dan pengemasannya pun masih menggunakan plastik yang dipress menggunakan lilin yang dipanaskan. Seiring berkembangnya usaha maka membeli mesin press. Kendala lain adalah dalam proses *packaging* menggunakan mesin press terhambat apabila listrik mati sehingga membutuhkan mesin diesel. Kebutuhan membeli mesin proses produksi dan diesel ini terhambat karena modal 300 ribu cukup untuk modal kerja sekali produksi. Usaha popcorn ini cukup mudah pembuatannya, banyak orang yang ikut mendirikan usaha popcorn sehingga terjadi persaingan bisnis. Tidak mudah untuk menjalankan usaha di masa pandemi, untuk mempertahankan usahanya agar terus berjalan, pemilik mengaku kesulitan untuk mendapatkan tambahan modal. Berdasarkan analisis situasi

dalam survey lapangan tersebut maka permasalahan yang ditemukan dapat diidentifikasi: *pertama*, adanya kendala waktu memproses produk popcorn dengan alat wajan membutuhkan waktu lama (tidak efisien); *kedua*, adanya persaingan usaha sejenis di sekitar desa Pleret; *ketiga*, keterbatasan modal. Solusi yang ditawarkan dalam program pengabdian ini adalah melakukan edukasi dan pendampingan pembentukan perilaku inovatif bagi wirausahawati MKPopcorn dan keluarga yang membantu usahanya dengan inovasi strategi keberhasilan usaha yaitu melalui : 1) inovasi produk; 2) inovasi perluasan pasar penjualan; 3) inovasi meningkatkan kepuasan konsumen; 4) inovasi menambah modal.

## 2. METODE PENGABDIAN

Metode pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini melalui empat tahap, *pertama* yaitu perencanaan, tahap ini dilakukan kegiatan survey lapangan pada tanggal 30 Oktober 2021 pukul 09.00 s/d selesai di desa Pleret, Kabupaten Bantul. Mitra yang dijadikan sasaran adalah wirausahawati UMKM MK Popcorn. Tim pengabdian ini terdiri dua dosen dengan melibatkan lima mahasiswa melakukan survey untuk wawancara terbuka tentang profil usaha kekuatan, kelemahan, peluang maupun ancaman usaha tersebut. Dalam observasi ini catatan lapangan yaitu berupa hasil wawancara dan dokumentasi berupa sampel foto proses produksi, hasil produksi, pengemasan MK Popcorn. Tahap *kedua* ini Tim melakukan perumusan masalah dan solusi melalui strategi empat program agar wirausahawati UMKM memiliki perilaku inovatif untuk bangkit mencapai keberhasilan usahanya di masa pandemi covid-19. Tahap *ketiga*, adalah implementasi program kegiatan. Program kegiatan berlangsung selama 4 sesi (4 hari) yaitu pada tanggal 4,6,8,11 November 2021 mulai pukul 10.00 hingga selesai, tim memberikan tutorial, diskusi, praktik

bermain peran perilaku inovatif. Tahap *keempat*, pada tahap ini dilakukan monitoring, evaluasi dan pendampingan yang dijadwalkan satu bulan paska mitra mempraktikkan kegiatan, yaitu pada tanggal 4,6,10,13 Desember 2021 pukul 10 hingga selesai.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah awal yaitu perencanaan, Tim melakukan survey melalui wawancara terhadap Mitra dan disambut positif oleh Mitra selaku pemilik UMKM MKPopcorn Ibu Muji Rahayu. Wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan data profil usaha, kekuatan, kelemahan, peluang maupun ancaman usaha. Hasil dokumentasi survey ditunjukkan pada gambar 1 dan gambar 2:

Gambar 1. Wawancara. Gambar 2. Penjelasan Mitra



Setelah dilakukan survey maka langkah kedua adalah Tim mengidentifikasi masalah dan merumuskan program kegiatan sebagai solusi menyelesaikan masalahnya. Sesuai dengan tujuan program kegiatan PKM ini untuk memberikan solusi melakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan pembentukan perilaku inovatif bagi wirausahawati MKPopcorn dan keluarga yang membantu usahanya dengan inovasi strategi keberhasilan usaha yaitu melalui : 1) inovasi produk; 2) inovasi perluasan pasar penjualan; 3) inovasi meningkatkan kepuasan konsumen; 4) inovasi menambah modal.

Selanjutnya, langkah ketiga adalah mengimplementasikan empat program kegiatan.

Pertama, Inovasi produk MKPopcorn, dilakukan melalui empat inovasi yaitu inovasi pembuatan profil stikers produk; inovasi pada proses produksi; inovasi *packaging* yang menarik calon konsumen;

inovasi varian rasa. Proses pembuatan semula disangrai menggunakan wajan di inovasi menggunakan mesin yang praktis dan cepat matang sehingga efisien. Inovasi pada Rasa popcorn semula original maka dibuat inovasinya dengan aneka varian rasa pedas, manis, barbeque, ayam pedas, coklat, strawberry atau mix aneka varian rasa. Selain itu, untuk mempertahankan cita rasa, MKPopcorn selalu menggunakan jagung dengan kualitas no.1. Adapun pada *product packaging* semula dibungkus kantong plastik dan diklip maka inovasinya menjadi dikemas dalam cup kemudian ditutup dengan tutup bercorak warna menggunakan mesin press agar menarik dan tahan lama serta tetap renyah (tidak mudah melempem). Kegiatan inovasi produk MKPopcorn ini didokumentasikan dalam photo yang ditunjukkan pada gambar 3,4,dan 5.



Gambar 3. Inovasi Stikers . Gambar 4. Inovasi packaging .

Gambar 5. Inovasi Varian Rasa

Inovasi perluasan pasar penjualan MKPopcorn, dilakukan untuk mempertahankan pelanggan bahkan berusaha meningkatkan dagangan. Penjualan popcorn yang semula dipajang etalase warung di rumah dilakukan perluasan pasar penjualannya dengan *on line* baik melalui media sosial atau *on line shop*; menitipkan barang dagangan di toko toko lain maupun kantin kantin sekolah. Pasar sasaran MK Popcorn adalah anak muda. Karena mereka senang dengan dunia kuliner, apalagi camilan seperti popcorn ini. Ditambah popcorn mudah dibawa kemana saja dan harganya terjangkau. Strategi yang dilakukan dalam penjualan MK popcorn dengan dititipkan ke warung-warung sekitar tempat tinggal Ibu Tri. Saat tulisan ini dipublikasikan, Ibu Tri sudah memiliki 10 *channel* (warung). Dalam satu bulan, masing-masing *channel*, biasanya

menghabiskan rata- rata 300 pcs popcorn, jadi total per bulan 3.000 pcs. Sedangkan di hari libur, mengalami peningkatan 3.100-3.200 pcs. MK Popcorn untuk meningkatkan penjualannya rutin membuat iklan melalui sosial media, seperti *Instagram, FB, dan via WhatsApp*. Selain itu, untuk mempertahankan cita rasa, MK Popcorn selalu menggunakan jagung dengan kualitas no.1.

Selanjutnya, inovasi guna meningkatkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen yang semula kurang diperhatikan maka hal ini perlu dilakukan dengan mendengar pendapat kritik serta saran kelemahan produk yang dijualnya kepada konsumen yang pernah membeli maupun konsumen yang menjadi pelanggan. Dilihat dari awal merintis, usaha popcorn milik Ibu Tri ini laku di pasaran. Banyak konsumen yang *repeat order* dan menanyakan ketersediaan MK Popcorn. Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi, testimoni dari para konsumen mereka merasa puas, rasanya enak, dan harganya sangat terjangkau. Di samping itu dilakukan melalui pembelian dengan program promo misal beli 3 produk varian rasa bonus 1 produk original.

Inovasi permodalan dilakukan melalui dua inovasi antara lain: *pertama*, inovasi menambah modal dengan cara akses pinjaman bank. Akses pinjaman bank tersebut wirausahawati harus memiliki laporan keuangan. Untuk itu, tim pengabdian masyarakat telah melatih, memandu, dan mendampingi penyusunan anggaran penjualan guna *memforecast* penjualan masa mendatang. Dengan diketahuinya tingkat penjualan di masa mendatang maka bisa diprediksi pendapatan penjualan dan labanya sehingga bisa diketahui tingkat kemampuan untuk membayar angsuran pinjaman. Pelatihan dan pendampingan penyusunan *forecast* penjualan ini dilaksanakan pada bulan November 2021. *Kedua*, inovasi pemisahan modal. Modal yang semula sebatas modal usaha, setelah dikenalkan inovasi meningkat menjadi adanya pemisahan antara modal tetap dan

modal kerja. Modal tetap ini terdiri dari wajan yang selama ini digunakan untuk kebutuhan rumah tangga maka dilakukan inovasi ke mesin khusus untuk usaha pembuatan popcorn yang praktis dan cepat matang sehingga lebih efisien. Inovasi modal kerja yang semula sebatas untuk sekali produksi menghabiskan modal kerja senilai 300 ribu rupiah maka ditingkatkan menjadi 600 ribu rupiah untuk 2 kali proses produksi.

Langkah terakhir program pengabdian adalah kegiatan monitoring dan evaluasi dilakukan satu bulan setelah pelatihan. Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi yang dilakukan pada tanggal 20 Januari 2022 usaha MKPopcorn ini berhasil meningkatkan pendapatan keluarga. Keberhasilan ini juga ditandai kemampuan mitra melakukan diversifikasi usaha selain MKPopcorn. antara lain pembuatan dan penjualan es Jus aneka buah yang dikemas kecil dengan harga yang terjangkau seharga Rp 2000. Selain itu menjual aneka camilan kacang bawang, kacang oven dan balung kuwuk (manggleng). Perluasan usaha ini membuktikan bahwa pelatihan perilaku keinovatifan ini tingkat keberhasilannya 90 persen. Sedangkan 10 persen program yang dinilai belum berhasil adalah inovasi dalam menyediakan persediaan barang dagangan di rumah usaha, hal tersebut ditunjukkan jumlah stock MKPopcorn yang belum bisa memenuhi permintaan konsumen sebanyak 10 pcs namun hanya tersedia 3 pcs. Adapun kegiatan monitoring, evaluasi dan pendampingan didokumentasikan pada gambar 6 ,7 dan 8 berikut ini:



Gambar 6.Monev. Gambar7.Pendampingan.

## Rencana Program Mendatang

Berdasarkan hasil monitoring, evaluasi, dan pendampingan ditemukannya kekurangan stock persediaan MKPopcorn maka rencana program ke depan adalah pelatihan dan pendampingan pengelolaan persediaan produk maupun barang dagangan (*Inventory Management*).

## 5. PENUTUP

### Kesimpulan

Kegiatan program pengabdian pada masyarakat ini dilakukan dengan tujuan untuk mengedukasi dan mendampingi wirausahawati dan anggota keluarga yang membantu usahanya memiliki perilaku inovatif dalam menjalankan usahanya sehingga berhasil bangkit di masa pandemic covid-19 ini. Mitra telah mengimplementasikan berbagai strategi pencapaian keberhasilan usaha antara lain *pertama*, melakukan inovasi produk melalui inovasi popcorn dengan varian rasa ayam bakar, barbeque, coklat, strawbery, jagung bakar dan mix aneka rasa; *kedua*, inovasi pengemasan produk menggunakan cup dengan tutup aneka warna yang menarik dan tahan lama; *ketiga*, inovasi perluasan pasar dan pemuasan konsumen melalui outlet maupun *online*; *keempat*, inovasi penambahan modal melalui akses bank, penyusunan laporan keuangan, dan *forecast* penjualan. Keberhasilan ini juga terbukti wirausahawati melakukan diversifikasi usaha selain MKPopcorn antara lain pembuatan dan penjualan es Jus aneka buah dan menjual aneka camilan. Keberhasilan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini 90 persen mitra merespon positif. Sedangkan 10 persen program yang dinilai belum berhasil adalah belum adanya inovasi dalam menyediakan persediaan barang dagangan di rumah usaha.

### Saran

Berdasarkan monitoring, evaluasi, dan pendampingan program kegiatan, mitra terlihat sangat antusias merespon program kegiatan ini sehingga program yang akan datang diharapkan diperpanjang waktu pendampingannya. agar tingkat keberhasilannya bisa mencapai 100 persen. Adanya kekurangan stock persediaan MKPopcorn maka rencana program ke depan adalah pelatihan dan pendampingan pengelolaan persediaan produk maupun barang dagangan (*Inventory Management*).

## REFERENSI

- Ali, A. Y. S., & Ali, A. H. 2014. Entrepreneurial orientation and performance of women owned and managed micro and small enterprises in Somalia. *ZENITH International Journal of Multidisciplinary Research*, 4(1), 25–36.
- Armia. 2013. Women Entrepreneurs Serta Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya (Kasus pada Pengrajin Sulaman Wanita di Jorong Lundang Kanagarian Panampuang Kab. Agam). *Economica*, 1(2), 162–174. <https://doi.org/10.22202/economica.2013.v1.i2.116>
- Ashima Bhatnagar, Bhardwaj, B. R., & Mittal, V. 2017. Women Entrepreneurship : A Tool for Work Life Balance. *International Conference on Technology and Business Management*, 44–50.
- Brinkley, I. 2010. Innovation , creativity and entrepreneurship in 2020. *First Published*.
- Hardilawati, W. Laura. 2020. Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi Dan Ekonomika*, 10(1), 89–98. <https://doi.org/10.37859/jae.v10i1.1934>
- Pancasasti, R., & Khaerunnisa, E. 2017. Mengelola Perilaku Kewirausahaan Mompreneur Berbasis Teknologi, Informasi dan Komunikasi Di Kota Tangerang Selatan. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(1). <https://doi.org/10.35448/jte.v12i1.4440>
- Prasetyani A, 2017. (n.d.). *Pemberdayaan Perempuan Melalui Aktivitas Wirausaha*. 24–33.
- Sari, S., Priatna, W. B., & Burhanuddin, B. 2017. Pengaruh Aktivitas Wanita Wirausaha Terhadap Pertumbuhan Usaha Olahan Kentang di Kabupaten Kerinci, Jambi. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.29244/jai.2015.3.1.39-54>
- Sehani, S. 2010. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Perempuan Memilih Berwirausaha (Studi Kasus Pada Penjahit Pakaian di Kecamatan Tampan - Pekanbaru). *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender*, 9(2), 160. <https://doi.org/10.24014/marwah.v9i2.479>
- Uddin, M. 2020. *Corona virus : A Social Science Explanation ; Measuring the Social and Economic Impact of Lockdown in Bangladesh. VII(Vii)*, 27–32.

## Ucapan Terima Kasih

Tim Pengabdian masyarakat mengucapkan terima kasih kepada LP2M STIE Widya Wiwaha Yogyakarta yang mendukung kegiatan ini, kelompok mahasiswa yang memiliki kepedulian terhadap sektor UMKM dan mitra MKPOPCORN ibu Tri Rahayu beserta keluarga yang merespon positif kegiatan pengabdian masyarakat ini.

