



Optimalisasi Kinerja UMKM Tempe Melalui Skill Manajerial Kewirausahaan

Optimizing the Performance of Tempe micro, small, and medium enterprises through Entrepreneurial Managerial Skills

Etty Zuliawati Zed¹, Ropida yulianti^{2*}, Imelin Sagita S Pardosi³, Naila Putri Inayah⁴,
Azhar Alhaq Maulna⁵, Amelia Septiani⁶

¹⁻⁶ Universitas Pelita Bangsa, Indonesia

* Ropidayuli50@gmail.com

Article History:

Received: Juli 15, 2024;

Revised: Juli 29, 2024;

Accepted: Agustus 12, 2024;

Online Available: Agustus 14, 2024

Keywords: Optimization,
Performance, UMKM.

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.

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para Usaha Kecil Menengah (UMKM) Tempe agar dapat menjalankan usahanya secara efisien dan berdaya saing. Kegiatan pengabdian dilakukan melalui workshop, pelatihan motivasi dan pendampingan kelompok. Mitra pengabdian adalah UMKM Tempe di Wilayah Pejuang Kecamatan Bekasi. Hasil dari pengabdian menunjukkan bahwa pengetahuan dan keterampilan wirausahawan sementara meningkat secara signifikan setelah mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan. Mereka mampu meningkatkan kinerja usaha, memperluas akses pasar melalui pemasaran digital, dan membentuk kelompok atau asosiasi UMKM Tempe untuk berbagi ilmu dan mendapatkan dukungan untuk menyelesaikan permasalahan bisnis. Kegiatan ini akan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kesejahteraan dan pertumbuhan ekonomi lokal dengan memperkuat sektor tempe sebagai pilar perekonomian di wilayah Pejuang.

Kata Kunci: Optimalisasi, Kinerja, UMKM.

1. PENDAHULUAN

Di tengah ketidakpastian perekonomian global, UMKM diharapkan dapat menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Pada tahun 2014 hingga tahun 2016, jumlah UMKM di Indonesia berjumlah lebih dari 57,9 juta unit, dan diperkirakan pada tahun 2017, jumlah UMKM akan meningkat menjadi lebih dari 59 juta unit. Pada tahun 2016, Presiden Republik Indonesia menyatakan bahwa UMKM yang memiliki ketahanan tinggi dapat menopang perekonomian negara bahkan di saat krisis global. UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia dan ASEAN. Sekitar 88,8-99,9% perusahaan di ASEAN adalah UMKM, dengan tingkat penyerapan tenaga kerja sebesar 51,7-97,2%. UMKM menyumbang 99,99% dari total jumlah badan usaha di Indonesia atau 56,54 juta unit.

Oleh karena itu, kerja sama untuk pengembangan dan ketahanan UMKM harus diprioritaskan. Berkembangnya potensi UMKM di Indonesia tidak terlepas dari dukungan perbankan dalam membiayai UMKM..Menurut Bank Indonesia, penyaluran kredit kepada UMKM semakin meningkat dari tahun ke tahun.. Namun pada tahun 2015, sekitar 60-70% dari seluruh sektor UMKM belum bisa mengakses pembiayaan melalui perbankan. Selain itu, UMKM Indonesia menghadapi banyak permasalahan mendasar dan operasional lainnya, tanpa tersedianya solusi kebijakan yang efisien bagi para pemangku kepentingan terkait

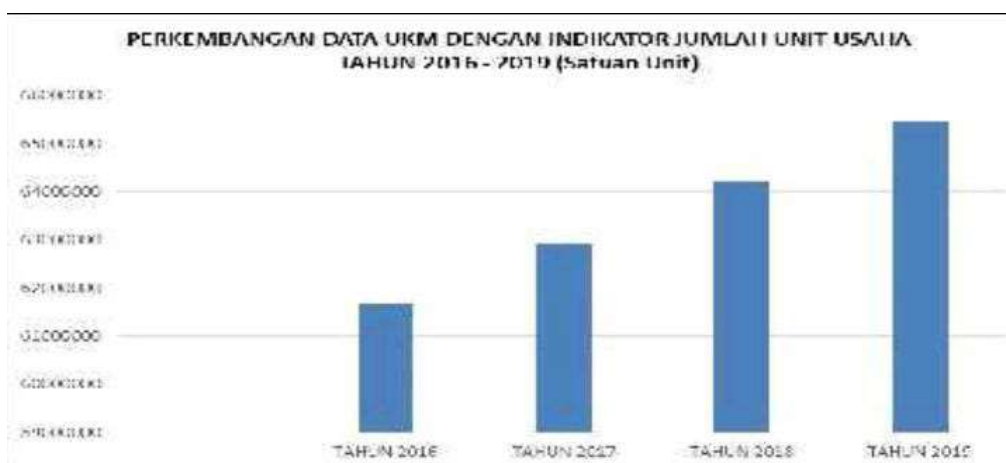
Di masa pandemi ini, penopang perekonomian Indonesia adalah usaha mikro, kecil, dan menengah yang jumlahnya kecil namun jumlahnya banyak yang memperkuat perekonomian Indonesia. Namun UKM di Indonesia kurang mendapat perhatian serius. Melihat tabel di bawah ini, Anda dapat melihat bahwa pendapatan usaha kecil dan menengah masih sangat rendah dibandingkan dengan usaha besar dan usaha mikro. Oleh karena itu, perlu mendapat perhatian serius (Febriatmoko dkk., 2022).

Saat ini perusahaan besar sudah lebih berkembang dibandingkan UKM, dan pada masa pandemi ini UKM mengalami kesulitan karena omzetnya berkurang, apalagi mendapatkan pinjaman dari perbankan untuk pengembangan usaha sangat sulit. Salah satu contoh pelaku UMKM adalah pelaku industri prangko. Produsen tempe yang merupakan usaha rumahan dan makanan favorit di Indonesia mempunyai permasalahan berbeda (Qifari, 2022). Para pedagang ini masih sulit mendapatkan uang untuk pengembangan usaha sehingga pengembangan usaha pun sulit. Seperti produsen tempe di Subbagian Pejuang, Subbagian Medan Satria Kota Bekasi yang tidak pernah ada pembangunan, seperti sekarat, tidak mau hidup, tidak mau hidup, hanya 4 orang pekerja dengan upah yang pas-pasan. . dan terkadang bahkan terlambat membayar. Produksi tempe per hari mengalami penurunan di masa pandemi ini. Bahan baku penting sehari-hari seperti kedelai merupakan bahan baku pokok

yang harus tersedia setiap hari. Bahan baku tersebut diperoleh terlebih dahulu melalui utang, sehingga meskipun mendapat harga tinggi, mereka tidak bisa menghindarinya (Azzahra dan Wibawa, 2021)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan penopang perekonomian Indonesia, walaupun kecil, namun jumlahnya yang besar memperkuat perekonomian Indonesia. Namun UKM Indonesia kurang serius dalam meningkatkan omzetnya (Ayodya, 2019). Namun jika melihat grafik 1 terlihat bahwa jumlah UKM semakin meningkat dan diikuti dengan pertumbuhan angkatan kerja seperti terlihat pada Gambar 2. Mengingat pentingnya UKM dan tersedianya tenaga kerja yang cukup maka UKM memerlukan harus ditanggapi dengan serius.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan penopang perekonomian Indonesia, walaupun kecil, namun jumlahnya yang besar memperkuat perekonomian Indonesia. Namun UKM Indonesia kurang serius dalam meningkatkan omzetnya (Ayodya, 2019). Namun jika melihat grafik 1 terlihat bahwa jumlah UKM semakin meningkat dan diikuti dengan pertumbuhan angkatan kerja seperti terlihat pada Gambar 2. Mengingat pentingnya UKM dan tersedianya tenaga kerja yang cukup maka UKM memerlukan harus ditanggapi dengan serius. Gambar 1. Perkembangan UKM Berdasarkan Unit Usaha . Gambar 2 . Pengembangan UKM berbasis tenaga kerja , Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan mesin penggerak aktivitas perekonomian negara, khususnya lapangan kerja, selama pandemi Corvid-19. Tak terkecuali industri makanan, khususnya tempe. Industri tempe dan tahu di Tanah Air telah ditutup sejak April 2020 selama pandemi virus Covid-19. Koperasi Produsen Tahu Tempe Indonesia (Gakoptindo) melaporkan rata-rata efisiensi produksi mengalami penurunan sebesar 50 persen pada kuartal II-2020. Berdasarkan statistik yang dirilis Departemen Pertanian Amerika Serikat (USDA), impor kedelai Indonesia diperkirakan mencapai 2,75 juta ton. Pada Oktober 2017/2018, impor kedelai sebanyak 2,5 juta ton. Indonesia sendiri merupakan pasar ekspor pertanian AS terbesar kesembilan pada tahun 2017 dengan nilai total \$2,9 miliar atau Rp40,6 triliun. Perlu diketahui bahwa saat ini 85% kedelai dalam pembuatan tempe masih menggunakan kedelai impor Amerika sebagai bahan utamanya, sehingga Indonesia harus banyak menggunakan mata uang asing (Kusnandar et al., 2023). Namun data UKM pangan di lingkungan Pemprov Jabar tahun 2021 yang masih dalam situasi pandemi Covid-19 justru mengalami peningkatan seperti terlihat pada tabel di bawah ini :



Gambar 1. Perkembangan UMKM Berdasarkan Unit Usaha



Gambar 2. Perkembangan UMKM Berdasarkan Tenaga Kerja

Kategori Usaha Pangan UMKM 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 sebanyak 1.367.784 unit.

Jumlah tersebut kemudian meningkat menjadi 1.452.412 unit pada tahun 2019, menunjukkan pertumbuhan positif dalam satu tahun. Di tahun depan, itu saja Tahun 2020, jumlah UKM kembali meningkat menjadi 1.542.276 unit, menunjukkan pertumbuhan yang lebih tinggi dibandingkan sebelumnya. Dan pada tahun 2021, jumlah UKM meningkat menjadi 1.637.701 unit, menunjukkan pertumbuhan yang berkelanjutan dibandingkan tahun sebelumnya. Fenomena ini mencerminkan potensi dan perkembangan positif sektor UMKM

di Indonesia. Meningkatnya jumlah UKM menunjukkan banyaknya masyarakat yang berkecimpung dalam dunia usaha yang pada akhirnya dapat mempengaruhi pertumbuhan perekonomian. Meski fenomena ini menunjukkan perkembangan positif, namun tetap diperlukan upaya berkelanjutan untuk memperkuat sektor UMKM (Witjaksono et al., 2023). Dukungan berkelanjutan dari negara dan berbagai pihak terkait diperlukan agar UKM dapat tumbuh dan berkembang, meningkatkan kualitas produk dan layanan, serta memperkuat daya saing dalam menghadapi permasalahan perekonomian yang semakin berkembang (Zulaika et al., 2023). UKM tempe menghadapi sejumlah tantangan seperti pembelian bahan baku, proses produksi, pemasaran, penjualan dan pelaporan keuangan. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para wirausahawan temporer agar dapat menjalankan usahanya secara efisien dan berdaya saing di Kavling Serut Jaya, Sub Bagian Pejuang, Sub Bagian Medan Satria, Kota Bekasi.

2. METODE

Diharapkan dengan adanya pengabdian ini dapat memberikan informasi yang berharga untuk meningkatkan dan mengembangkan program pelatihan kewirausahaan kepemimpinan yang lebih efektif dan memberikan dampak positif bagi MIME Tempe. bisnis mulai dari proses produksi hingga distribusi. Kemudian membantu mendesain kemasan agar produk yang dihasilkan laku di supermarket. Membantu menghasilkan produk yang lebih baik untuk dijual ke pasar digital. Kemudian membantu dengan pemasaran internet. Jadwal pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat telah direncanakan sejak bulan April, dimulai dari pemilihan lokasi, materi dan prestasi yang ingin dicapai. Pelatihan berlangsung : Senin s/d Rabu, tanggal : 11.-13.4.2022 sesuai tabel 2 dibawah ini :

- 1) Pelatihan keterampilan produksi, tim memberikan pelatihan untuk membuat produk kesehatan dan kebersihan serta turunannya untuk menarik konsumen agar membeli baik dari pasar offline maupun online.
- 2) Pelatihan motivasi dan keterampilan manajemen usaha, UKM bertujuan untuk meningkatkan motivasi agar menjadi antusias. . seorang pengusaha yang dapat menangani usahanya dengan baik. Tim melakukan pelatihan motivasi, perencanaan bisnis, pengendalian produksi, manajemen pemasaran dengan menggunakan teknologi informasi. UKM diarahkan untuk menghasilkan produk turunan yang kemudian dibantu oleh teknologi informasi dalam proses pemasarannya, yang meliputi penerapan teknologi informasi dan jaringan media sosial online, pembuatan blog, video, serta pemanfaatan pemasaran yang ada di marketplace dan acara pemasaran online lainnya.

- 3) Membantu peserta pelatihan meliputi: pemahaman dan penerapan keterampilan manajemen, perencanaan/pembangunan usaha patungan dan manajemen dalam bentuk kewirausahaan sosial melalui kegiatan PKK (perencanaan, proses produksi, pemasaran, mekanisme pengaturan dan sistem pembagian keuntungan usaha).
- 4) Solusi masalah penjualan, solusi permasalahan dimana UKM tidak memiliki booth atau tempat penjualan di pasar, dimana tim pengabdian membantu mencari booth strategis yang dapat dimanfaatkan oleh UKM untuk menjual produknya di pasar, lebih memilih yang terdekat. untuk memperlancar distribusi proses produksi, hal ini dilakukan untuk memperluas target pasar.
- 5) Solusi untuk masalah pemasaran digital. Tujuan materi yang kami berikan adalah agar UKM dapat menjual produk tempnya ke banyak pasar ternama. Hal ini dilakukan melalui pelatihan manajemen untuk meningkatkan pengetahuan mitra UMKM mengenai pemasaran digital, dimulai dengan pelatihan cara meningkatkan jumlah pelanggan yang menggunakan aplikasi digital. Melatih mitra UMKM untuk menjual produk melalui Go Retail. Dan yang terakhir, para mitra UMKM dilatih untuk membuka toko digital di marketplace seperti Tokopedia, Shopee, Lazada, dll. Mitra UMKM turut serta sepatutnya mengikuti seluruh pelatihan yang diberikan oleh dosen dan mahasiswa. Tujuan penilaian adalah untuk memastikan Mitra UMKM memahami dan menerapkan materi yang diberikan, yakni. untuk memastikan para Mitra UMKM mampu melaksanakan seluruh pelatihan untuk mendapatkan lebih banyak pelanggan dari pemasaran digital yang dilatih oleh para pembicara dan Mahasiswa.

3. HASIL PENGABDIAN DAN PEMBAHASAN

Hal ini meningkatkan daya tarik produk perusahaan kepada konsumen baik di pasar offline maupun online. Selain itu, UMKM di Tempe diimbau agar memiliki motivasi tinggi untuk menjadi pengusaha sukses dan mengelola usahanya dengan baik. Pelatihan ini meliputi motivasi, perencanaan bisnis, manajemen produksi, manajemen pemasaran, dll dengan menggunakan IT Hal ini akan memudahkan UMKM di Tempe untuk menciptakan 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 di Tempe juga mendapat dukungan dalam memahami dan menerapkan ilmu manajemen. Anda akan didukung untuk merancang, membangun dan mengelola usaha patungan dalam bentuk kewirausahaan sosial. Dukungan tersebut mulai dari

perencanaan, proses produksi, pemasaran hingga pembangunan mekanisme dan sistem distribusi keuntungan perusahaan. Untuk mengatasi tantangan penjualan, UMKM di Tempe membantu menemukan kios strategis di pasar tempat mereka bisa menjual produknya. Sebuah kios di dekat lokasi produksi direkomendasikan untuk memfasilitasi distribusi. Memperluas target pasar dengan menjual 4.444 kios diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk UMKM Tempe.



Gambar 3 Hasil Olahan Tempe

Mereka diajari cara menjual produk tempe melalui marketplace yang sudah banyak dikenal seperti Tokopedia, Shopee, dan Lazada. UMKM tempe juga akan belajar membuat video menarik yang menjelaskan proses pembuatan tempe secara higienis dan menarik calon pembeli. Pelatihan ini juga mencakup pemanfaatan aplikasi digital untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan penjualan produk melalui Go Retail.

Tempe UMKM didorong membuka toko digital di Tokopedia, Shopee, Lazada, dan marketplace lainnya. Evaluasi dilakukan untuk memastikan UMKM di Tempe mampu memahami dan melaksanakan pelatihan secara utuh. Hal ini akan membuat UMKM di Tempe dapat menerapkan segala ilmu dan keterampilan yang diberikan khususnya di untuk meningkatkan jumlah pelanggannya melalui pemasaran digital. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa pelatihan manajemen kewirausahaan yang diberikan kepada pelaku ekonomi Tempe memberikan dampak yang signifikan terhadap usahanya. Pemilik usaha tempe menunjukkan peningkatan pada beberapa aspek utama setelah mengikuti pelatihan.

Pengetahuan dan Keterampilan: Peserta pelatihan mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan manajemen usahanya sekitar 80%. Anda akan dapat menerapkan konsep-konsep manajemen yang telah Anda pelajari, seperti Perencanaan Bisnis, Manajemen Persediaan Bahan Baku, Manajemen Keuangan, dan Manajemen Produksi. Pengetahuan baru ini akan memungkinkan pemangku kepentingan bisnis untuk mengelola aspek operasional dan keuangan bisnis tempe mereka secara lebih efektif (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 kewirausahaan bagi manajer berperan penting dalam meningkatkan kinerja dan keberhasilan perusahaan Tempe. Pelaku ekonomi dapat mengatasi tantangan dengan lebih baik, melakukan inovasi produk dan pemasaran serta meningkatkan daya saing perusahaan di pasar lokal dan nasional. Hasilnya, sektor tempe di wilayah ini mengalami perkembangan positif yang berdampak positif terhadap perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat. Rencana tindak lanjut kegiatan UMKM di Tempe, Kecamatan Pejuan, Provinsi Bekasi ini sangat penting untuk menjamin keberhasilan dan keberlanjutan usaha. Awalnya monitoring dan evaluasi dilakukan untuk mengukur efektivitas pelatihan dan memahami sejauh mana pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh diterapkan dalam praktik bisnis sehari-hari. Evaluasi ini memberikan wawasan keberhasilan program dan membantu mengidentifikasi kebutuhan tambahan untuk pelatihan lebih lanjut. Selanjutnya berdasarkan hasil evaluasi akan dilakukan pelatihan lanjutan untuk memberikan tambahan pengetahuan dan keterampilan yang relevan sesuai kebutuhan peserta. Rencana

tindak lanjut ini juga mendorong terbentuknya kelompok atau asosiasi UMKM Tempe yang berfungsi sebagai wadah berbagi ilmu, pengalaman, dan dukungan untuk mengatasi tantangan bisnis (Utami, 2019). Tindak lanjut selanjutnya adalah membantu para pelaku usaha tempe memperluas akses pasarnya. Di era digital, bantuan dalam pemasaran online, optimalisasi media sosial, dan penggunaan platform e-commerce meningkatkan visibilitas produk. Lebih lanjut, kerjasama dengan dealer lokal, pasar tradisional, dan gerai modern meningkatkan pangsa pasar dan membuka peluang kerjasama yang saling menguntungkan (Hafel et al., 2021; Nuryanto & Farida, 2015).

Pengembangan kewirausahaan juga akan menjadi bagian penting dari rencana tindak lanjut ini. Peserta pelatihan akan terus mengerjakan perencanaan pengelolaan manajemen keuangan, analisis pasar dan pengembangan strategi bisnis. Melalui pembinaan yang berkesinambungan diharapkan mereka terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan dalam lingkungan bisnis yang dinamis (Ningtyas & Wafiroh, 2022). Kemitraan diperluas dengan 4.444 universitas, lembaga penelitian, dan lembaga penguatan ekonomi lainnya. Kemitraan ini memberikan akses terhadap sumber pengetahuan, penelitian dan pelatihan terbaru, serta kesempatan untuk menerima mentoring lebih lanjut dari mahasiswa, peneliti, dan praktisi. Dengan menerapkan rencana suksesi yang komprehensif dan berkesinambungan, kegiatan pelatihan dan pendampingan kepemimpinan wirausaha ini diharapkan dapat membawa manfaat jangka panjang bagi para pelaku usaha Tempe di Kecamatan Pejuan Provinsi Bekasi Masu. Dengan mendukung dan memberdayakan UMKM sektor tempe diharapkan dapat meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian Indonesia dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari hasil pengabdian ini adalah pengetahuan dan keterampilan peserta akan meningkat secara signifikan terutama di bidang manajemen bisnis seperti perencanaan, keuangan, pemasaran dan pengembangan produk. Hal ini akan memungkinkan pelaku usaha untuk mengelola operasional tempe mereka dengan lebih efisien dan profesional. Dampak positif dari pelatihan ini juga tercermin pada perkembangan usaha Tempe. Pelaku ekonomi dapat meningkatkan kualitas produknya dan daya saingnya di pasar. Melalui pendekatan pemasaran digital dan kolaborasi dengan retailer lokal, telah mampu meningkatkan pangsa pasar dan meningkatkan akses kepada pelanggan, termasuk melalui Pasar Online. Lebih lanjut, kegiatan ini membuka peluang pengembangan kewirausahaan berkelanjutan. Pelaku ekonomi menerima dukungan dan bimbingan

berkelanjutan, yang memungkinkan mereka untuk terus beradaptasi terhadap perubahan pasar dan meningkatkan inovasi dalam produk dan strategi bisnis mereka.

5. 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.
- 4) Meningkatkan kualitas dan diversifikasi produk: Selain fokus pada kualitas pembuatan tempe yang sehat dan higienis, UMKM Tempe juga dapat melakukan diversifikasi produk dengan menciptakan varian tempe yang inovatif dan menarik bagi konsumen. Dengan mengembangkan produk yang unik dan memiliki keunggulan kompetitif, UMKM Tempe dapat menarik lebih banyak pelanggan dan memperluas pangsa pasar.
- 5) Memperkuat keberlanjutan program: Agar kegiatan pelatihan dan pendampingan ini dapat berkelanjutan, perlu dibangun mekanisme dan strategi untuk memastikan kelangsungan dan perkembangan UMKM Tempe setelah berakhirnya program. Ini bisa melalui pembentukan kelompok atau asosiasi UMKM Tempe yang aktif dalam berbagi pengetahuan, pengalaman, dan mendapatkan dukungan dari pihak terkait. Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan UMKM Tempe di daerah kelurahan Pejuang, Bekasi dapat terus berkembang, meningkatkan daya saing, dan memberikan dampak

positif pada perekonomian lokal serta kesejahteraan pelaku UMKM di sektor tempe.

DAFTAR REFERENSI

- Arief, A. M. (2020, Juli 14). Bertahan di tengah corona, industri tempe dan tahu berpotensi tumbuh. *Bisnis.Com*.
- Ayodya, W. (2019). *UMKM 4.0: Strategi UMKM memasuki era digital 4.0*. PT Elekmedia Komputindo, Kompas Gramedia.
- Azzahra, B., & Wibawa, I. G. A. R. P. (2021). Strategi optimalisasi standar kinerja UMKM sebagai katalis perekonomian Indonesia dalam menghadapi middle income trap 2045. *Inspire Journal: Economics and ...*, 1(1), 75–86. <https://ejournal.uksw.edu/inspire/article/download/4856/1771>
- Dahono, Y. (2020, Juni 12). Pandemi Covid-19, industri rumahan tempe tetap eksis. *Berita Satu*.
- Febriatmoko, B., Hardiyanti, W., & Aquinia, A. (2022). Model keunggulan bersaing untuk UMKM tempe. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 19(01), 129–133. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i01.4829>
- Fitriano, Y., Noviantoro, R., Lutfiani, I., Margareta, M., & Maryani, D. (2022). Pelatihan penyusunan laporan keuangan pada usaha UMKM pabrik tempe A-Zaki Bengkulu. *Jurnal Dehasen Mengabdi*, 1(1), 1–6.
- Hafel, M., Umasugi, M., & Pratama, R. (2021). Scale up aspek manajerial UMKM Kota Ternate di masa pandemi. *Jurnal Abdidias*, 2(6), 1289–1294. <https://doi.org/10.31004/abdidias.v2i6.458>
- Kusnandar, K., Harisudin, M., Riptanti, E. W., Khomah, I., Setyowati, N., & Qonita, R. A. (2023). Peningkatan kualitas produk UKM “Peyek Bunder” melalui introduksi teknologi tepat guna spinner. *Jurnal Pengabdian Undikma*, 4(1), 44. <https://doi.org/10.33394/jpu.v4i1.6902>
- Mahaini, M. F., Faadihilah, M. R., & Sapari, A. P. (2022). Optimalisasi strategi kinerja UMKM pasca pandemi dengan pemanfaatan media informasi pencatatan keuangan. *Jurnal Akuntansi*, 14(1), 127–137. <https://doi.org/10.28932/jam.v14i1.4545>
- Ningtyas, M. N., & Wafiroh, N. L. (2022). Edukasi literasi keuangan pada UMKM di sentra industri tempe Sanan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat ...*, 1(3), 64–71. <https://journal.adpebi.com/index.php/jpma/article/view/238>
- Nurcahyadi, G. (2020, Juni 12). Industri tempe rumahan bertahan di tengah pandemi Covid-19. *Media Indonesia*.
- Nuryanto, I., & Farida, I. (2015). Optimalisasi kinerja operasional UMKM dengan pendekatan sistem antrian. *Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa & Sosial*, 11(1), 14–18.
- Qifari, M. A. (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. A. (2017). *Koperasi dan UMKM*. Erlangga.

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>

Widagdo, H., & Dan, R. B. L. (2023). Optimalisasi kinerja UMKM melalui pemanfaatan media sosial. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 12(2), 270–280.

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 mengoptimalkan kegiatan perekonomian UMKM di Kelurahan Batu Sembilan melalui program digitalisasi UMKM usaha tahu tempe. *J-Abdi Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 88–100.