

PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN BAGI IBU-IBU DI WAROPEN

Moses Yomungga

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Ottow Geissler Papua
e-mail :yomungga@gmail.com

Abstrak

Kegiatan Pengabdian Masyarakat berjudul : Pelatihan Kewirausahaan bagi Ibu-Ibu di Kab.Waropen, bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas maupun koptensi dari ibu-ibu di bidang wirausaha khususnya kemampuan menghitung biaya produksi dan pemasaran produk-produk yang telah dihasilkan berupa, Kripik, Sambal dari Kerang, tepung sagu dan beberapa broduk lainnya, pelatihan ini dilakukan karena para ibu-ibu yang berada di kabupaten waropen mengalami kesulitan dalam menentukan harga jual produk yang berdasarkan biaya produk yang terdiri dari biaya bahan baku dan biaya overhet, selain itu para ibu-ibu juga mengalami kesulitan dalam memasarkan produ-produk kuliner yang telah dihasilkan, baik di pasar lokal, pasar moderen dan pemasaran produk secara online (*e-commerce*)melalui media-media sosial dan platfrom. Dengan dilakukannya pelatihan tersebut selama seminggu dan kini para ibu-ibu telah memiliki kemampuan untuk menghitung baiya produksi, sehingga para ibu-ibu sudah bisa menetapkan harga jual produk berdasarkan biaya. Ibu-ibu juga sudah melakukan pemasaran produk secara online dan offline.

Kata Kunci : Kewirausahaan Meningkatkan Kemampuan, Biaya Dan Pemasaran

Abstract

The Community Service activity entitled: Entrepreneurship Training for Mothers in Waropen Regency, aims to increase the capacity and capability as well as competence of mothers in the field of entrepreneurship, especially the ability to calculate production and marketing costs for the products that have been produced in the form of Chips, Sambal from Shellfish, sago flour and several other products, this training was conducted because the women in Waropen district had difficulty determining product selling prices based on product costs which consisted of raw material costs and overhead costs, besides that the women also experiencing difficulties in marketing culinary products that have been produced, both in local markets, modern markets and online product marketing (*e-commerce*) through social media and platforms. By conducting this training for a week and now the women have the ability to calculate production costs, so that the women are able to set product selling prices based on cost. Mothers have also done product marketing online and offline.

Keywords: Entrepreneurship Increases Ability, Cost And Marketing

PENDAHULUAN

Pengusaha adalah salah satu profesi yang sering dibanggakan, karena dapat meningkatkan derajat hidup apalagi dapat mempekerjakan orang lain. Dengan adanya peningkatan kapasitas dan kapabilitas kelompok usaha ibu-ibu diharapkan menjadi para pengusaha wanita yang sukses, selama ini wanita dianggap kurang mampu untuk mengelola dan menlajankan suatu usaha. Pada kenyataannya wanita memiliki kemampuan yang sama dengan kaum pria dalam mengelola sebuah usaha. Untuk meningkatkan kemampuan ibu-ibu, perlu dilakukannya pelatihan, tentang kemampuan menghitung biaya dan kemampuan untuk memasarkan produk-produk yang dihasilkan.

Kabuapten Waropen memiliki potensi sumber daya alam yang sangat melimpah, khususnya hasil perikan berupa kerang, kepiting, udang. Sehingga telah dihasilkan produk-produk kuliner seperti sambal kerang, kripik yang berbahan dasar kerang, kepiting dan udang.

Produk-produk yang dihasilkan tersebut, sulit dipasarkan keluar daerah, karena harga jual produk yang cukup tinggi, selain itu belum tersedianya akses pasar bagi kelompok kaum ibu pada kabupaten tersebut. hal inilah yang mendorong perlu dilakukannya pelatihan khusus tentang tata cara perhitungan biaya produksi yang merupakan dasar penentuan harga jual produk, selain itu dilakukan pelatihan dan pendampingan terhadap akses pasar dan proses pemasaran produk secara offline dan secara online. Untuk pemasaran offline dilakuapan pada pasar lokal, pasar antara kabupaten/kota, maupun memasarkan produk-produk melalui pasar moderen (Supermarket). Sedagkan untuk pemasaran online dilakukan

melalui media sosial (Facebook, Instagram, WhatsApp Bisnis) maupun melalui e-commerce(tokopedia, toko bagus dll).

Pelatihan ini serupa dengan pelatihan yang sudah dilakukan terlebih dahulu kepada kelompok ibu-ibu binaasn BI kantor perwakilan Provinsi Papua di Kabuapen Biak Numfor selain itu, Melalui penelitian yang dilakukan oleh Akola dan Heinonen pada tahun pada tahun 2006 (dikutip dalam Valerio, A. et.al, 2014) ditunjukkan bahwa ada aspek dari kewirausahaan yang bisa diajarkan yaitu bisnis dan keterampilan manajemen dan ada aspek kewirausahaan yang tidak dapat diajarkan yaitu kreativitas dan pemikiran inovatif kecuali melalui pengalaman praktek. Dari penelitian yang dilakukan oleh Akola dan Heinonen (2006) (dalam Valerio, A. et.al., 2014) menghasilkan bahwa ketika sistem pendidikan dan pelatihan menggabungkan kreativitas dan kemampuan manajerial kewirausahaan ke dalam metodologi pengajaran, pola pikir dan keterampilan terikat lebih erat dengan "seni" kewirausahaan Berdasarkan penjelasan di atas, ditemukan bahwa terdapat peranan dari pendidikan dan pelatihan kewirausahaan dalam menumbuhkan semangat kewirausahaan. Dalam prakteknya, program pendidikan dan pelatihan kewirausahaan/ Entrepreneurship Education and Training (EET) program, diklasifikasikan menjadi dua kategori program yaitu education program (program pendidikan) dan training program (program pelatihan). Keduanya dibedakan dari tujuan dan hasil dari masing-masing program. Academic Entrepreneurship Education (EE) Program cenderung fokus untuk membangun pengetahuan dan keterampilan tentang kewirausahaan, termasuk tujuan kewirausahaan. Sedangkan Entrepreneurship Training (ET) Program cenderung fokus untuk membangun pengetahuan dan keterampilan secara eksplisit dalam persiapan untuk memulai suatu usaha (Volkman *et al* 2009; GEM 2010a *dalam* Valerio, A. *et.al*, 2014). Keduanya program ini juga dibedakan dari target program tersebut, dimana program pendidikan kewirausahaan ditargetkan pada siswa pendidikan menengah atas dan mahasiswa. Sedangkan program pelatihan kewirausahaan ditargetkan pada pengusaha pengusaha berpotensi dan pengusaha yang sedang berlatih (Valerio, A. et.al, 2014).

Tujuan Pelatihan Kewirausahaan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan manajemen usaha bagi para ibu-ibu di kabupaten Waropen, khususnya kemapuan menghitung biaya produksi yang menjadi dasar penetapan harga jual produk. Selain itu dengan adanya pelatihan ini ibu-ibu memiliki kemampuan untuk mengakses pasar yang akan mendorong omset penjualan produk mereka. , yang dapat meningkatkan omset penjualan dan meningkatkan tingkat pendapatan dari kelompok usaha ibu-ibu tersebut.

METODE

Metode yang digunakan untuk meningkatkan kemampuan kelompok usaha ibu-ibu dengan menggunakan metode pelatihan dengan tahapan-tahapan pelatihan sebagai berikut :
Persiapan yaitu : 1) Mempersiapkan Materi Pelatihan berupa modul-modul pelatihan khususnya modul tentang perhitungan biaya dan modul tentang metode penetapan harga, 2) Materi tentang akses pasar melalui media online maupun offline Pelaksanaan Pelaaatihan dilakukan dengan metode cerma, diskusi dan latihan perhitungan biaya, latihan perhitungan penetapan harga jual produk, latihan pembuatan media promosi produk, alatihan memasarkan produk melalui media sosial dan e-commerce. Selain pelatihan metode yang digunakan juga adalah metode Advokasi berupa pendampingan terhadap ibu-ibu setelah selesai pelatihan terutama pendampingan terhadap cara penetapan harga jual, cara membuat media promosi produk dan cara memasarkan produk melalui media-media yang sudah diakses oleh ibu-ibu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian masyarakat khususnya pelatihan kewirausahaan tentang manajemen usaha. Pelatihan tersebut diikuti oleh 5 kelompok usaha yaitu, kelompok usaha pembuatan sambal dari kerang sebanyak 25 orang, kelompok pembuatan kripik berbahan dasar udang dan kerang sebanyak 10 orang dan kelompok pengolahan tepung sagu sebanyak 15 orang sehingga secara total adasebanyak 50 rang ibu-ibu yang telah dilatih, kegiatan pelatihan berlangsung selama tiga hari, pada hari pertama perkenalan peserta dan materi yang akan disampaikan, maupun manfaat yang akan didapatkan oleh peserta. Selai itu penjelasan tentang pentingnya biaya yang terdiri Biaya Bahan Langsung, Biaya Tenaga kerja Lansung dan Biaya tidak langsung dan beberapa contoh biaya bahan langsung semua biaya yang berkaitan dengan bahan baku, maupun bahan lain yang digunakan untuk menghasilkan produk tersebut, berikut salah unsur-unsur penting dari produksi yang terdiri dari :

1. Menentukan jenis produk yang akan diproduksi sesuai kebutuhan pelanggan
2. Menentukan volume produksi
3. Memilih bahan baku yang tepat
4. Menentukan waktu produksi yang tetap



Gambar 1. Peserta pelatihan

Menghitung biaya dan harga jual

Biaya terdiri dari biaya bahan langsung, biaya tenaga kerja langsung dan Biaya tidak langsung untuk mendapatkan total biaya dari setiap produk yang di hasilkan, jika sudah dikatakan total biaya tersebut maka akan tambahkan dengan persentase keuntungan untuk menentukan besarnya nilai jual produk tersebut. Hal ini dapat dilihat pada contoh cara menghitung biaya produk pada tabel dan gambar dibawah ini :

Cara menghitung biaya Produk

Perhitungan Biaya Produksi

• Cara menghitung biaya per bungkus (unit) Abon Ikan satu kali produksi 10 bungkus

1. Biaya Bahan Baku Langsung	
- Ikan Segar 1 ekor @ Rp. 50.000	= Rp.50.000,-
- Santan Kental 1 ltr @ Rp. 10.000	= Rp. 10.000,-
- Bumbu :	
Bawang putih 0,5 ons	= Rp. 2.000,-
Bawang merah 1 ons	= Rp. 6.000,-
Jahe 5 cm	= Rp. 2.000,-
Laos 5 cm	= Rp. 500,-
Daun jeruk, daun salam serai	= Rp. 2.000,-
Lada dan ketumbar	= Rp. 5.000,- (+)
Jumlah	Rp. 77.500/hari
Biaya bahan langsung/bungkus = Rp.77.500 = Rp.7.500,-	
10 bungkus	
2. Biaya Tenaga Kerja Langsung	
- Upah 1 orang @ Rp. 50.000/produksi	= Rp.50.000/hr
Biaya Tenaga Kerja Langsung/gelas = Rp.50.000 = Rp.5.000/bungkus	
10 bungkus	



Gambar 2. Pelatihan cara menghitung Biaya Produksi

Pemasaran Produk

Pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang siapa pembeli (pelanggan) yang akan membeli produk yang dipasarkan serta mengetahui produk-produk apa yang dibutuhkan oleh pelanggan, kegiatan pelatihan tentang pemasaran adalah menganalisis tentang produk-produk yang dibutuhkan konsumen dan berapa banyak yang dibutuhkan, adapun produk yang akan dipasarkan adalah produk sambal dari Kerang, Kegiatan dalam pemasaran adalah 1) menyediakan produk yang dibutuhkan oleh pelanggan. 2) menetapkan harga jual produk yang dijangkau oleh konsumen/pelanggan. 3) memberikan informasi yang menarik bagi pelanggan agar dapat membeli produk yang dipasarkan 4) menawarkan produk kepada pelanggan. Adapun produk yang akan dipasarkan dapat dilihat pada gambar diatas. Perusahaan mendapatkan pemasukan melalui kegiatan promosi dan pemasaran produk, jika kegiatan pemasaran tidak terlaksana, maka perusahaan tidak memperoleh pemasukan atau pendapatan yang dapat membiayai keberlanjutan usaha atau perusahaan tersebut.

Hasil PKM menunjukkan, berdasarkan metode perhitungan UMKM harga pokok produksi yang dikeluarkan per unit adalah sebesar Rp 16.075,00. Sedangkan dengan metode *full costing*, harga pokok produksi yang sesungguhnya adalah Rp 16.337,00. Pengusaha menetapkan harga jual per unit adalah sebesar Rp 18.000,00. Sedangkan harga jual dengan konsep biaya total dengan metode *full costing* adalah sebesar Rp 18.713,00. Maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan perhitungan harga pokok produksi dan harga jual dari kedua metode tersebut. Oleh karena itu, sebaiknya perhitungan harga pokok produksi dan harga jual lebih baik menggunakan metode *full costing*, karena dengan menggunakan metode *full costing* hasil perhitungannya akan lebih akurat.



Gambar 3. Produk Kripik

SIMPULAN

Perhitungan biaya produksi merupakan hal yang sangat penting dalam suatu usaha, perhitungan biaya juga untuk mengetahui berapa besar biaya yang dibutuhkan usaha tersebut. Selain itu perhitungan biaya juga dapat menjadi dasar untuk menentukan harga jual produk yang akan dipasarkan dan menetapkan besaran laba yang diinginkan. Pemasaran juga memegang peranan penting dalam sebuah usaha khususnya usaha kecil dan menengah, jika sebegitu apapun produk yang dipasarkan jika tidak dipromosikan dan dipasarkan, maka perusahaan tidak akan mendapatkan pemasukan atau pendapatan dari hasil usaha tersebut.

SARAN

Diharapkan kedepan usaha sambal kerang dan kripik yang dihasilkan terus ditingkatkan terutama kualitas dan kuantitas produk sambal dari kerang, selain itu yang perlu diperhatikan adalah kontinuitas produk tersebut, agar pasokan produk ke pasaran terus terjaga jumlahnya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada kepala LPPM Universitas Ottow Geissler yang telah mendukung kegiatan pelatihan ini, terimakasih juga disampaikan kepada kelompok usaha ibu-ibu yang dengan setia mengikuti kegiatan pelatihan ini dan juga dinas terkait yang ikut mendukung kegiatan pekatihan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. dan Tantri, F. 2012. Manajemen Pemasaran. PT. Rajagrafindo Persada, Depok.
- Ayu, D.H.T. 2015. Pengertian, Unsur dan Tujuan Biaya Produksi. [Internet]. [Diakses pada tanggal 5 September 2019]. Tersedia pada: https://www.google.com/amp/s/www.kompasiana.com/amp/dhanatsr/pengertian-unsur-dan-tujuan-biaya-produksi_56406be1727a61d606048be2.
- Budiman, J.J., Ilat, V., dan Mawikere, L.M. 2019. Analisis Penentuan Biaya Produksi Dengan Menggunakan Metode Full Costing Untuk Menentukan Harga Jual Pada PT. Blue Ocean Grace International. Jurnal Riset Akuntansi Going Concern 14(1), 122-129.
- Chaniago, H. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Loyalitas Konsumen Nano Store. International Journal Administration, Business and Organization, 1(2), 2020.
- Syarief, F. (2020). Pengembangan Dan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM). Yayasan Barcode. Makassar