

ENTREPRENEUR SALAK SUKSES: PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN BERBASIS PRODUK SALAK PADA MAHASISWA DAN ALUMNI

I Wayan Karta¹⁾, Burhannuddin²⁾, I Putu Suraoka³⁾

¹⁾Jurusan Teknologi Laboratorium Medis, Poltekkes Kemenkes Denpasar

²⁾PUI-PK Poltekkes Kemenkes Denpasar

³⁾Jurusan Gizi, Poltekkes Kemenkes Denpasar

¹⁾iwayankartaganesh@gmail.com, ²⁾boerhannuddin@gmail.com, ³⁾suraoka@gmail.com

Histori artikel

Received:
24 Oktober 2022

Accepted:
09 November 2022

Published:
21 November 2022

Abstrak

Mahasiswa perlu memiliki bekal kewirausahaan, sehingga selain memiliki kemampuan dalam bidang ilmu juga memiliki kemampuan daya saing dalam wirausaha. Selama ini produk olahan salak di Agro Abian Salak terdapat permasalahan mengenai pemasaran produk. Tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan jiwa wirausaha alumni dan mahasiswa Poltekkes Kemenkes Denpasar dengan pengembangan produk, produksi produk, dan pemasaran produk salak Sibetan. Mahasiswa dibentuk kelompok dan dilatihkan dari proses produksi hingga pemasaran. Metode dalam kegiatan ini menggunakan Metode pendekatan Participatory Action Learning System (PALS). Pada proses kegiatan dilakukan dengan cara daring dan luring. Khalayak sasaran dalam program ini adalah melibatkan 20 calon wirausaha. Berdasarkan hasil program ini tenants telah memiliki pengetahuan dan motivasi dalam kegiatan kewirausahaan ditunjukkan dengan komitmen melakukan usaha, labeling, promosi, dan penjualan. Program ini telah memberikan modal awal untuk berwirausaha kepada tenant, sehingga selanjutnya bisa menjadi wirausaha muda. Peserta telah mampu membuat produk kemasan dan labeling produk, serta memasarkannya di media sosial, warung, dan toko online. Peserta telah melalui proses pembinaan meliputi 3 fase yaitu fase kesadaran kewirausahaan, fase pengkapasitasan dan pendampingan, serta fase pelembagaan dan kerjasama. Agro Abian Salak telah dibantu proses pemasaran dan penjualan produknya sehingga mendorong pengembangan dan peningkatan usaha bagi pelaku UMKM.

Kata-kata kunci: Salak Sibetan, wirausaha, PALS, teh cang salak, kopi biji salak, kurma salak, cuka salak

*Penulis Koresponden: I Wayan Karta (iwayankartaganesh@gmail.com)

Abstract. Students need to have entrepreneurial skills, so that apart from having the ability in the field of science, they also have the ability to be competitive in entrepreneurship. So far, salak processed products at Agro Abian Salak have problems regarding product marketing. This service aims to enhance the entrepreneurial spirit of Poltekkes Kemenkes Denpasar alumni and students through product creation, product production, and product marketing of Sibatana salak items. Students are formed in groups and trained from the production process to marketing. The method in this activity uses the Participatory Action Learning System (PALS) approach. In the process of activities carried out online and offline. The target audience in this program is to involve 20 prospective entrepreneurs. According to the program's findings, tenants are already motivated and knowledgeable about entrepreneurship, as evidenced by their dedication to operating a business and their labeling, marketing, and sales efforts. This program has given tenants start-up funding for their businesses, enabling them to grow into young entrepreneurs. Participants have had the opportunity to create product labeling and packaging, as well as advertise it on social media, at booths, and in online shops. The three phases of the coaching process that the participants underwent were entrepreneurial awareness, capacity building and mentorship, and institutionalization and cooperation. To support MSME actors' business growth and advancement, Agro Abian Salak has received assistance in the process of promoting and selling its products.

Keywords: Salak Sibatana, entrepreneur, PALS, cang salak tea, salak seed coffee, salak dates, salak vinegar

PENDAHULUAN

Perguruan tinggi sebagai salah satu mediator dan fasilitator terdepan dalam membangun generasi muda bangsa mempunyai kewajiban dalam mengajarkan, mendidik, melatih dan memotivasi mahasiswanya sehingga menjadi generasi cerdas yang mandiri, kreatif, inovatif dan mampu menciptakan berbagai peluang pekerjaan (usaha). Untuk itu sebuah keharusan bagi setiap perguruan tinggi segera merubah arah kebijakan perguruan tingginya dari *high Learning university and Research University* menjadi *Entrepreneurial University* atau menyeimbangkan kedua arah kebijakan tersebut sehingga arah kebijakan keduanya tercapai baik yang bersifat *high Learning university and Research University* maupun yang bersifat *Entrepreneurial University* (Herkules, 2014). Selama ini pengenalan kewirausahaan, khususnya di Poltekkes Kemenkes Denpasar dilakukan dengan mata kuliah Kewirausahaan, sehingga pengembangan wirausaha sesungguhnya di lapangan perlu dilakukan.

Pengembangan kesadaran dan motif kewirausahaan pada kalangan mahasiswa merupakan suatu kebutuhan mendasar untuk mencapai peningkatan kualitas sumberdaya manusia. Hal ini agar nantinya selain terlahir sebagai insan terdidik juga berkarakter mandiri, ulet, bekerja keras, pantang menyerah, bertanggungjawab, berani menanggung risiko, bermotif ekonomi, menghargai waktu dan memanfaatkan setiap kesempatan, produktif, kreatif dan inovatif. Pengembangan kewirausahaan pada kalangan mahasiswa memerlukan ragam terobosan jitu yang tepat guna dan tepat sasaran. Untuk melahirkan *entrepreneur-entrepreneur* muda sukses tersebut diperlukan kesungguhan dan keseriusan dari perguruan tinggi dalam mengemban misi entrepreneurial kampus. Oleh karena itu, perguruan tinggi

harus menjadi mediator dan fasilitator terdepan dalam membangun generasi muda bangsa, mempunyai kewajiban dalam mengajarkan, mendidik, melatih, dan memotivasi mahasiswanya sehingga lahir generasi cerdas yang mandiri, kreatif, inovatif, dan mampu menciptakan berbagai peluang pekerjaan (usaha) (Komara, 2014). Program-program kewirausahaan yang telah digagas dan dijalankan oleh berbagai perguruan tinggi khususnya di Indonesia, patut kiranya dijadikan sebagai teladan dalam memulai memfokuskan perguruan tinggi dalam melahirkan entrepreneur-entrepreneur muda sukses.

Tantangan yang paling berat dihadapi ketika mengembangkan kewirausahaan pada kalangan mahasiswa bersumber dari keterbatasan keberlanjutan usaha, modal produksi, keahlian kerja, kualitas produk, jaminan pasar produk dan kemitraan yang minim. Tentu saja berbagai permasalahan tersebut merupakan tantangan berat bagi mahasiswa yang ingin mengembangkan jiwa dan semangat wirausaha (Santosa, 2014). Oleh karena itu, dibutuhkan inovasi produk yang dapat dikembangkan menjadi produk yang kompetitif, khususnya bagi mahasiswa Poltekkes Kemenkes Denpasar. Kewirausahaan perlu dilakukan, sehingga setelah lulus mahasiswa bisa memiliki usaha sendiri, sekaligus tetap ikut bersaing di dunia kerja sesuai kompetensinya. Di sisi lain, berdasarkan dari hasil-hasil penelitian yang telah dilakukan pengusul, ada beberapa produk yang dapat dikembangkan oleh mahasiswa menjadi produk bernilai ekonomis. Produk tersebut yaitu pengembangan teh herbal cang salak, kopi biji salak, cuka salak, dan kurma salak.

Teh herbal perpaduan kulit salak dan kayu secang memiliki kandungan aktif fitokimia flavonoid, tannin, alkaloid, terpenoid, dan fenol. Teh ini memiliki kandungan antioksidan yang berpotensi untuk pencegahan dan penatalaksanaan penyakit degeneratif. Uji organoleptik menunjukkan produk teh Cang Salak yang paling disukai adalah pada VR1, aromanya pada VR3, dan rasanya pada VR2 (Karta *et al.*, 2019). Selain produk teh, nantinya dalam program pengembangan kewirausahaan ini adalah kopi biji salak, cuka salak, dan kurma salak. Kandungan kimia antioksidan, kafein, dan analisis proksimat Kopi Biji Salak berpotensi sebagai produk pangan lokal yang berdaya saing global khas Karangasem. Hal ini didukung oleh kandungan kapasitas antioksidannya 436,91 mg/L dan IC50% 9,37 mg/mL, kafein yang rendah 0,207 %, lemak yang rendah 2,95% serta karbohidratnya 80,98 %. Ini juga didukung oleh kandungan air 6,24%; kadar abu 3,49%; dan protein 6,34% (Karta *et al.*, 2015). Cuka salak sibatetan juga akan dikembangkan menjadi produk kewirausahaan. Hal ini karena berpotensi sebagai terapi kesehatan untuk diabetes (I Wayan Karta *et al.*, 2018). Kurma salak masih dalam proses uji proksimat, namun secara organoleptik sangat disukai masyarakat. Berdasarkan adanya hasil penelitian tersebut, dan produk penelitian ini dapat dikembangkan menjadi produk kesehatan, maka perlu dilanjutkan pengembangan pemasaran produk dengan melibatkan mahasiswa dan alumni sebagai wirausaha.

Mahasiswa dalam pendidikan tinggi harus menyeimbangkan antar hard skills dan soft skills. Kompetensi soft skills mahasiswa dapat dikembangkan dengan program kewirausahaan. Hal ini berdasarkan fenomena bahwa mahasiswa cenderung belum mengembangkan diri dalam kreativitasnya, sehingga mahasiswa belum produktif dalam perkuliahan. Ini berdampak pada saat lulus, mahasiswa menjadi pencari kerja bukan menciptakan tenaga kerja. Dalam mengembangkan kewirausahaan mahasiswa, terdapat permasalahan yang dihadapi meliputi permasalahan yang dihadapi oleh calon wirausahawan dan wirausahawan antara lain pemunculan ide, inovasi produk, sumberdaya, manajemen, pemasaran, produksi, pemodal, pengemasan, hingga perijinan. Dalam upaya meningkatkan jiwa wirausaha dan pendapatan alumni dan mahasiswa Poltekkes Kemenkes Denpasar, maka permasalahan yang akan diberikan solusinya adalah pengembangan produk, produksi produk, dan pemasaran produk. Mahasiswa dan alumni dibentuk kelompok dan dilatihkan dari proses produksi hingga pemasaran.

METODE PELAKSANAAN

Dalam kegiatan pengabdian ini dipergunakan baha-bahan dalam pengolahan produk salak yaitu daging buah salak Sibetan, gula, biji salak, kulit salak, dan kayu secang. Metode Pengabdian yang dilakukan menggunakan Metode pendekatan *Participatory Action Learning System* (PALS). Metode ini dipilih karena menekankan pelibatan peserta secara aktif dalam proses pembelajaran sehingga membentuk suatu sistem interaksi pembelajaran yang partisipatif, baik secara personal maupun komunal. Metode ini terdiri dari tiga fase, yakni (1) fase kesadaran kewirausahaan (*awareness*), (2) fase pengkapisitasan dan pendampingan kewirausahaan (*entrepreneurship capacity building*), dan (3) fase pelembagaan (*institutionalization*) (Shodikin et al., 2018). Pada proses pelaksanaan kegiatan dilakukan secara daring dan luring. Khalayak sasaran dalam program pengembangan kewirausahaan (PPK) ini adalah melibatkan 20 orang meliputi mahasiswa dan alumni dari jurusan Teknologi Laboratorium Medis dan jurusan Gizi, Poltekkes Kemenkes Denpasar. Modul tentang kewirausahaan salak sukses diberikan kepada mahasiswa dengan materi (1) Pengenalan diri dan pentingnya berwirausaha (3 JP), Ide Bisnis dan Rancangan Bisnis (4 JP), Branding (3 JP), Pembuatan branding produk salak (8 JP), Outbond Penguatan Kapasitas Kelompok (4 JP), Pengenalan produk salak (4 JP), Wirausaha muda (4 JP), Manajemen keuangan dan evaluasi usaha (4 JP), Praktek pembuatan produk (16 JP), Manajemen pemasaran (3 JP), Bisnis online (3 JP).

1. Fase kesadaran kewirausahaan (*awareness*)

Dalam fase ini memiliki tujuan untuk mengembangkan sikap dan perilaku 'entrepreneur', yang mampu berkreasi, menciptakan inovasi, dan proaktif dalam menghadapi

perkembangan lingkungan. Pada fase ini juga dilakukan rekrutmen pada mahasiswa jurusan Teknologi Laboratorium Medik dan Jurusan Gizi yang memiliki ketertarikan dalam mengembangkan jiwa wirausaha pada produk yang telah dihasilkan dalam penelitian pengusul. Bentuk teknis pelatihan yang diterapkan adalah workshop via daring dan luring.

2. Fase pengkapasitasan dan pendampingan kewirausahaan (*entrepreneurship capacity building*)

Pada fase ini dilakukan kegiatan workshop baik secara daring via zoom dan luring sesuai dengan modul wirausaha. Topik tersebut meliputi (1) outbond peningkatan komitmen diri, (2) pengenalan pembuatan produk teh cang salak, kopi biji salak, kurma salak, cuka salak; (2) analisis usaha, (3) konsultasi dan praktek pembuatan produk, (4) kunjungan produksi, (4) strategi pemasaran dan pembuatan media promosi dan desain.

3. Fase pelembagaan (*institutionalization*)

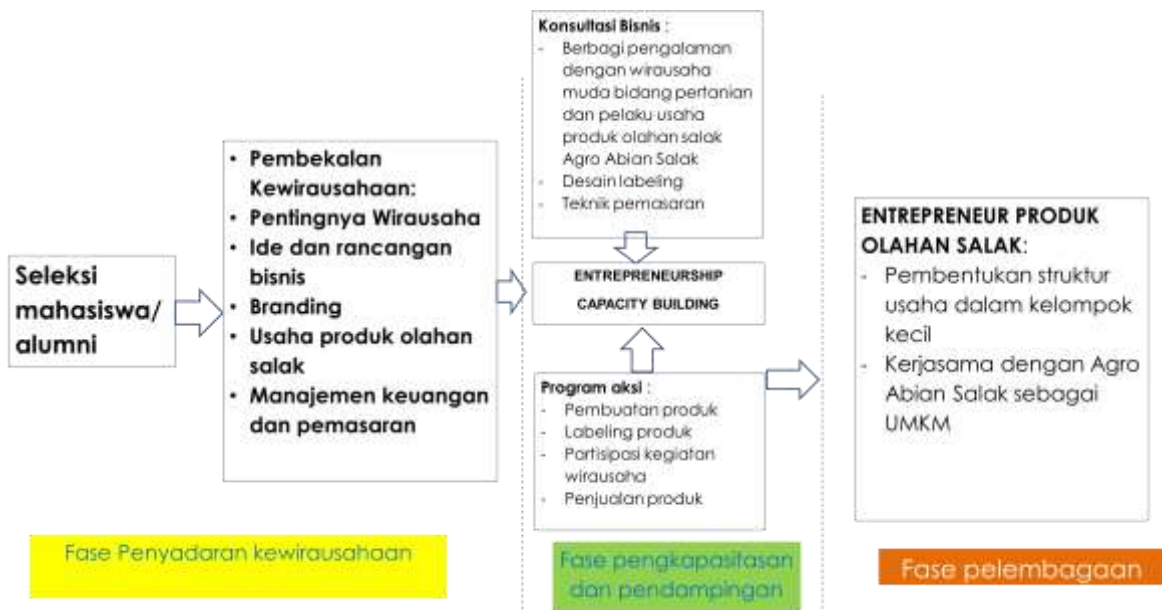
Fase pelembagaan dilakukan dengan melakukan penelusuran ijin PIRT produk yang dimiliki dan melakukan kerja sama dengan Agro abian salak dalam pemenuhan produksi produk.

Metode analisis yang dilakukan yaitu dengan metode analisis deskriptif, yaitu menganalisa hasil data kuantitatif dan dideskripsikan sesuai dengan tujuan kegiatan. Kriteria keberhasilan program yaitu mahasiswa dan alumni dapat membuat produk khas Salak Sibetan, membuat kemasan, serta melakukan pemasaran melalui *online* atau *offline*.

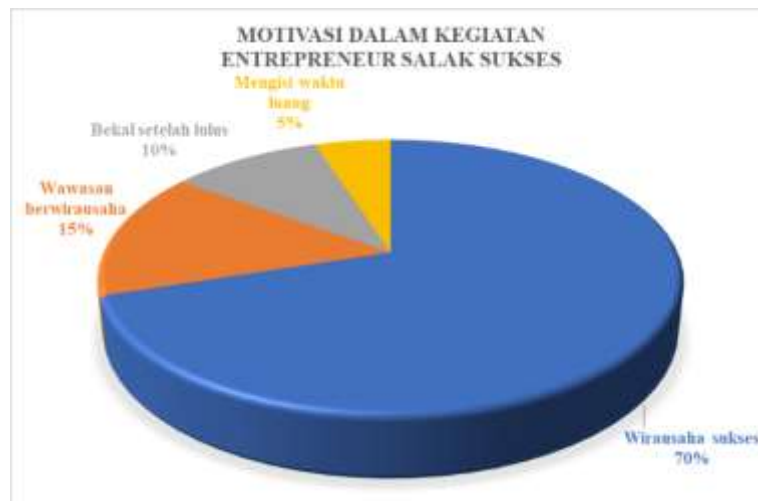
HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

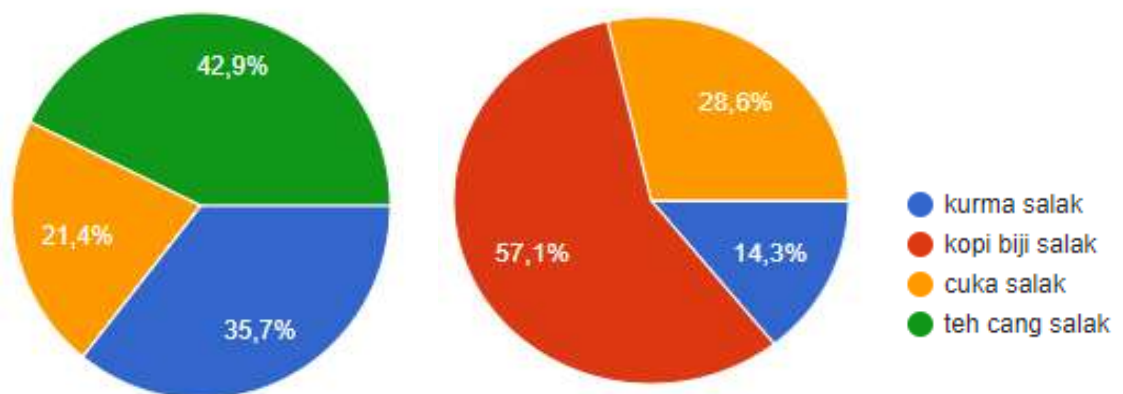
Kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan Metode pendekatan *Participatory Action Learning System* (PALS) seperti Gambar 1. Setiap tenant diberikan pertanyaan untuk mengetahui motivasi berwirausaha, tingkat kemudahan pembuatan produk, bentuk kemasan produk, serta pemasaran yang sering laku, dan digambarkan hasilnya secara berturut-turut seperti pada Gambar 2, Gambar 3, Gambar 4, dan Gambar 5. Hasil pembuatan rencana bisnis dituangkan dalam Tabel business model canvas entrepreneur (Tabel 1). Pembuatan rencana bisnis dilakukan per kelompok mahasiswa dan alumni. Tenant melakukan kegiatan penggalan dan Analisa dari produk yang akan dipasarkan, kemudian menyusun hal-hal yang berkaitan dengan faktor pendukung kegiatan berwirausaha tersebut. Pembuatan rencana bisnis ini memberikan pemahaman tentang suatu usaha perlu dilakukan analisis situasi, keunggulan dan kelemahan produk, kerjasama atau jaringan yang bisa dipasarkan produk yang dihasilkan, serta kemampuan secara mandiri apa yang telah dimiliki untuk menunjang kegiatan wirausaha.



Gambar 1. Metode *Participatory Action Learning System (PALS)* *Entrepreneur Salak*



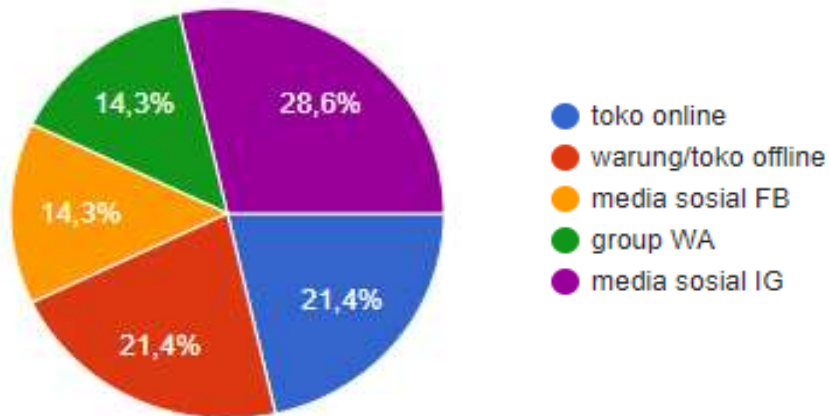
Gambar 2. Grafik motivasi mahasiswa/alumni dalam kegiatan *Entrepreneur Salak Sukses*



Gambar 3. Grafik (a) Tingkat kemudahan dan (b) tingkat kesulitan dalam pembuatan produk olahan salak



Gambar 4. Produk salak yang telah dilabelkan



Gambar 4. Grafik tempat pemasaran yang paling laku penjualan produk olahan salak

Tabel 1. *Business Model Canvas Entrepreneur* Produk Olahan

BUSINESS MODEL CANVAS Entrepreneur Produk Olahan Salak Sibetan				
KEY PARTNERS <ul style="list-style-type: none"> Warung Coffee and tea Shop BUMDES KWT Agro Abian Salak 	KEY ACTIVITIES <ul style="list-style-type: none"> Pemilahan salak Sibetan Kualitas produksi Marketing dan branding Promosi Menjalani kerjasama 	VALUE PROPOSITION <ul style="list-style-type: none"> Tanpa bahan pengawet, tanpa pemanis buatan Murni dari buah salak Sibetan Mengandung antioksidan Telah diuji di laboratorium dan bermanfaat untuk kesehatan Rasa yang khas dari produk olahan Salak Sibetan Harga terjangkau 	CUSTOMER RELATIONSHIP <ul style="list-style-type: none"> Transactional: beli putus saat itu juga. Long-term: hubungan jangka panjang antara Anda dengan pelanggan Mengikuti pameran-pameran kuliner Diskon produk 	CUSTOMER SEGMENTS <ol style="list-style-type: none"> Penggemar buah salak Penikmat kopi Penikmat teh Keluarga Sahabat Penderita diabetes Penderita hiperlipid Komunitas kuliner lokal
KEY RESOURCES <ul style="list-style-type: none"> Perkebunan salak KWT Agro Abian Salak Alat pengolah produk salak Tenaga produksi Smartphone 		CHANNELS <ul style="list-style-type: none"> Direct : Warung, jualan online. Indirect : toko oleh-oleh, reseller Media social: IG, WA, Fb. Media: Brosur, booklet 		
COST STRUCTURE Biaya marketing, biaya distribusi produk, biaya cetak kemasan, biaya promosi.			REVENUE STREAMS <ul style="list-style-type: none"> Pendapatan transaksi Komisi dari kegiatan pameran 	

Pembahasan

Proses seleksi calon tenant dilakukan dengan tahapan berikut yaitu (1) sosialisasi dengan media pamflet, (2) pendaftaran dengan google form, (3) seleksi peserta, (4) pernyataan komitmen peserta terpilih. Perekrutan tenant dilakukan dengan menyebarkan *form* pendaftaran melalui *google form* dan motivasi dalam mengikuti kegiatan kewirausahaan ini. Pendaftar dalam kegiatan ini sebanyak 86 dari Jurusan Teknologi Laboratorium Medis dan Jurusan Gizi Poltekkes Kemenkes Denpasar, kemudian dipilih 20 orang berdasarkan lokasi, tingkat semester/alumni, dan motivasi dalam berkegiatan.

1. Fase penyadaran kewirausahaan (*awareness*)

Kegiatan Entrepreneur Salak Sukses merupakan kegiatan penyadaran mahasiswa dan alumni dalam mengembangkan produk potensi lokal Bali khususnya kabupaten Karangasem yaitu buah salak Sibetan. Buah salak Sibetan dapat diolah menjadi produk olahan bernilai ekonomis dan berkhasiat untuk kesehatan. Kegiatan dalam fase penyadaran kewirausahaan dilakukan secara daring dan luring. Pada fase ini dilakukan pembekalan awal berupa motivasi entrepreneurship dan peran perguruan tinggi dalam pengembangan bisnis mahasiswa meliputi berbagai aspek, antara lain: motivasi usaha, memulai usaha, teknik pembuatan media promosi, branding dan labeling, permodalan, manajemen, hingga pemasaran produk. Dalam pembekalan ini diberikan pencerahan oleh dosen pengusul, wirausaha muda I Komang Sukarsana pengusaha kopi dan komoditas pertanian, serta pelaku wirausaha salak I Nyoman Mastra "Kongking". Materi modul dalam kegiatan ini adalah mengenai ide bisnis dan rancangan bisnis, branding, pembuatan branding produk salak, pengenalan produk salak, wirausaha muda, manajemen keuangan dan evaluasi usaha, manajemen pemasaran, dan bisnis online. Pada kegiatan ini dilakukan pengenalan masing-masing peserta dan motivasinya dalam kegiatan entrepreneur (Gambar 2).

Penyadaran akan pentingnya kewirausahaan dilakukan dengan menghadirkan praktisi wirausaha muda yang bergerak di bidang pertanian dan perkebunan yaitu I Komang Sukarsana yang mengembangkan wirausaha kopi Kintamani dan bawang (Pengusaha yang disupport penuh Bank Indonesia). I Komang Sukarsana memberikan motivasi mengenai tantangan dan kesuksesan menjadi wirausaha muda, kemudian cara memulai usaha dari nol, manajemen keuangan, dan tips membuat produk kuliner yang diminati masyarakat dengan sebutan "ASE" yaitu Aman, Sehat, Enak. Selain itu dihadirkan juga I Nyoman Mastra sebagai owner Agro Abian Salak memberikan gambaran tentang peluang wirausaha dari buah salak dan produk olahannya.

Tenant diberikan pengenalan tentang produk-produk yang dikembangkan dari buah salak secara daring dan luring. Buah salak Sibetan dapat diolah menjadi produk

ekonomis seperti serbuk biji salak cita rasa kopi, kurrma salak, teh cang salak, dan cuka salak. Serbuk biji salak dibuat dari biji salak yang telah disangrai dengan ciri khas rasa kopi memiliki kandungan antioksidan yang bermanfaat untuk kesehatan. Kurrma salak merupakan produk olahan dari buah salak sisa sortir dengan tampilan seperti kurma dan memiliki rasa yang enak. Teh cang salak merupakan perpaduan dari kulit salak Sibatana dengan kayu secang Desa Tenganan. Perpaduan keduanya memberikan khasiat untuk terapi diabetes dan perbaikan profil lipid. Cuka salak sibatana memiliki potensi sebagai antidiabetes dan meningkatkan daya tahan tubuh. Pengenalan kandungan dan khasiat ini berguna dalam hal pemahaman dan pemasaran produk.

Setelah pengenalan produk dilakukan workshop tentang ide bisnis dan membuat bisnis model kanvas dari produk-produk buah salak. Bisnis Model Canvas, bisnis model kanvas, Business Model Canvas atau BMC adalah sebuah strategi dalam manajemen yang berupa visual chart yang terdiri dari 9 elemen (Massepe, 2017). Kesembilan unsur tersebut yaitu Segmentasi Pelanggan (*Customer segmen*), Preposisi Nilai (*Value proposition*), Saluran (*Channel*), Hubungan Pelanggan (*Customer relationships*), Arus Pendapatan (*Revenue streams*), Sumber Daya Utama (*Key resources*), Aktivitas Utama (*Key activities*), Kemitraan Utama (*Key partners*), dan Struktur Biaya (*Cost structure*) (Osterwalder & Pigneur, 2010). Tabel gambaran BMC dari produk olahan salak Sibatana seperti Tabel 1.

Dalam proses penyadaran kewirausahaan juga dilakukan pelatihan tentang pembuatan label kemasan, sehingga menarik pelanggan atau pembeli. Merk atau label merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan, atau kombinasi dari semua ini yang dimaksudkan untuk mengenali produk (barang atau jasa) dari seseorang atau penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing. Jadi merek mengidentifikasi pembuat atau penjual dari suatu produk. Merek juga merupakan janji penjual untuk menyampaikan kesimpulan sifat, manfaat, dan jasa spesifik secara konsisten kepada pembeli. Citra Merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Tanady & Fuad, 2020).

Aspek-aspek yang harus diperhatikan dari suatu strategi branding yang baik adalah 1) dapat menyampaikan pesan dengan jelas, 2) dapat mengkonfirmasi kredibilitas pemilik brand, 3) dapat menghubungkan dengan target pemasaran yang lebih personal, 4) dapat memotivasi pembeli, dan 5) dapat menciptakan kesetiaan pelanggan. Oleh karena itu, proses membangun brand yang kuat dapat mengubah bisnis dari pemain kecil menjadi brand besar yang sukses (Setiawati et al., 2019). Setiap tim membuat kemasan yang berbeda dari setiap produk. Berdasarkan dari proses kegiatan pembuatan label dipilih tiga jenis label yang baik.

2. Fase pengkapasitasan dan pendampingan kewirausahaan (*entrepreneurship capacity building*)

Fase ini merupakan merupakan fase yang lebih mengarah pada upaya memperkuat perintisan usaha para peserta (tenant) (Shodikin et al., 2018). Pada kegiatan ini dilakukan penguatan kapasitas dengan outbond, kunjungan di Agro Abian Salak, pembuatan produk, labeling kemasan dan pemasaran. Pada fase ini dilakukan kegiatan workshop mengenai beberapa topik. Topik tersebut meliputi (1) *outbond* peningkatan komitmen diri, (2) kunjungan dan pengenalan Agro Abian Salak, (3) pembuatan produk teh cang salak, kopi biji salak, kurma salak, cuka salak, (4) *labeling* dan pembuatan media promosi untuk pemasaran.

Outbond dilakukan untuk mengenalkan lebih dekat para peserta dan peningkatan komitmen tenant. Penelusuran dan pengelompokan tim dilakukan pada kegiatan ini. Kegiatan outbond yang dilakukan yaitu pengenalan, fokus, komunikasi, kerjasama, komitmen dan pemecahan masalah, refleksi dan evaluasi. Permainan berhitung dan opposite dilakukan untuk memfokuskan peserta. Permainan pesan berantai dilakukan untuk menggambarkan bagaimana pesan tersampaikan dengan baik melalui komunikasi yang baik. Permainan memindahkan hulahop dipergunakan untuk membangun kerjasama setiap tim kelompok. Kemudian untuk membangun komitmen dan pemecahan suatu masalah dilakukan permainan *Human Knot*. Setelah semua permainan dilaksanakan, kemudian dilakukan refleksi dan evaluasi dan pemaknaan setiap kegiatan.

Kunjungan pengenalan KWT Agro Abian Salak dilakukan dan didampingi oleh I Nyoman Mastra. Pengenalan diawali dengan tujuan adanya Agro Abian Salak yaitu untuk melestarikan 12 varietas tanaman salak khas Sibatana dan memperoleh dampak ekonomi dari proses budidaya salak dengan penjualan buah salak dan produk olahannya. Kegiatan ini memberikan gambaran kepada tenant mengenai pentingnya sumber bahan baku dalam keberlangsungan suatu produksi produk olahan pangan salak, sehingga budidaya menjadi salah satu pilihan. Adanya budidaya ini juga memberikan dampak sebagai pembelajaran tentang salak Sibatana sehingga menjadi kawasan agrowisata. Tenant diberikan pemahaman tentang kekhasan salak, teknik budidaya, jenis varietas salak, pemanenan, serta pengolahan produk bernilai ekonomis.

Pada kegiatan entrepreneur salak ini, peserta dilatihkan membuat produk olahan salak. Pelatihan ini bertujuan agar peserta mengetahui setiap proses dalam pembuatan produk olahan cuka salak, kurma salak, kopi biji salak, dan teh cang salak. Setiap kelompok mengikuti semua proses pembuatan produk. Berdasarkan hasil kuisisioner mengenai kemudahan dan kesulitan dalam pembuatan produk olahan salak yang dialami oleh tenant disajikan pada Gambar 3.

Gambar 3 menunjukkan bahwa pembuatan teh cang salak paling mudah dilakukan dibandingkan dengan produk olahan lainnya. Hal ini karena prosesnya lebih sederhana yaitu sortir bahan, pengeringan, penghalusan dan pengemasan. Pembuatan kopi biji salak dirasakan lebih sulit dalam proses pembuatan olahan salak, karena membutuhkan proses yang lebih lama dan menggunakan alat yang masih sederhana. Setelah proses pembuatan produk olahan salak, peserta melakukan kegiatan pengemasan dan labeling produk (Gambar 4).

Produk yang telah dilabelkan kemudian dipasarkan oleh masing-masing tim. Pemasaran dilakukan pada berbagai cara seperti media sosial, toko/warung, toko online, dan group WA. Persentase pemasaran produk yang paling cepat laku dijual disajikan pada Gambar 4. Penjualan melalui media sosial IG menempati tempat penjualan yang paling cepat laku pemasaran produknya, kemudian di warung dan toko online. Media jejaring sosial saat ini bukan lagi sekadar laman pertemanan, tetapi sudah menjadi gelombang baru ekonomi. Wirausaha yang cerdas tidak hanya memanfaatkan media sosial sebagai media pemasaran, tetapi sudah menjadi pendukung aktifitas bisnis (Suryani, 2014). Media sosial merupakan alat komunikasi pemasaran yang dapat dikategorikan berdasarkan alasan atau motivasi pemasar menggunakan media sosial (*antecedants*) dan target dari program pemasaran (*consequences*) yang dapat diraih dengan menggunakan media sosial (Moriansyah, 2015).

Berdasarkan hasil penjualan produk yang telah dilakukan, produk kurma salak paling cepat laku dijual. Kurma salak lebih mudah terjual karena dari harga lebih terjangkau, rasanya enak dan sangat disukai oleh anak-anak.

3. Fase pelebagaan (*institutionalization*)

Fase pelebagaan dilakukan dengan melakukan penelusuran ijin PIRT produk yang dimiliki dan melakukan kerja sama dengan Agro abian salak dalam pemenuhan produksi produk. PIRT telah diperoleh pada produk kurma salak, kopi biji salak, dan cuka salak. Peserta dalam timnya telah membentuk struktur kecil seperti ketua, bendahara, promosi, dan produksi produk.

Pendekatan metode *Participatory Action Learning System* (PALS) memang telah banyak diterapkan oleh beberapa perguruan tinggi untuk meningkatkan jiwa wirausaha mahasiswa. Kurnia dkk telah berhasil mengembangkan potensi kewirausahaan mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Bung Karno melalui penerapan ini penerapan metode ini. Hal ini dibuktikan dengan adanya enam kelompok wirausaha baru yang kreatif dan inovatif. Mahasiswa juga memiliki minat dan motivasi yang tinggi dalam berwirausaha (Kurnia et al., 2020). Sulistiyowati dkk juga mengembangkan metode PALS ini dalam Program Ipteks bagi Kewirausahaan (IbK) di Universitas Muhammadiyah

Sidoarjo. Kegiatan yang dilakukan berfokus pada peningkatan kapasitas tenant dalam memahami, menguasai dan menjalankan usahanya. Hasilnya menunjukkan mahasiswa telah mampu menjadi seorang entrepreneurship yang tangguh, kreatif, dan inovatif dengan pengelolaan manajemen usaha yang baik, selain itu memahami arti penting dari kualitas produk baik dari segi fisik, fungsi dan legalitas (Sulistiyowati et al., 2016). Shodikin dkk telah melakukan Program pengembangan kewirausahaan (PPK) pada mahasiswa dan alumni Universitas Islam Darul Ulum Lamongan dengan pendekatan PALS dan menunjukkan hasil bahwa program ini memberikan perbaikan dalam pengelolaan tenant, menghasilkan produk berbasis iptek dan terbentuknya kerjasama dengan pihak-pihak terkait. Selain itu disarankan bahwa pendekatan ini dapat diduplikasi untuk pengembangan kewirausahaan di perguruan tinggi (Shodikin et al., 2018). Budiyanto dan Rofieq juga mengembangkan pendekatan PALS dalam menumbuhkembangkan wirausaha mahasiswa dan alumni melalui program iptek bagi kewirausahaan di Universitas Merdeka Malang. Hasilnya menunjukkan diakhir program terbentuk wirausaha baru dari delapan mahasiswa dan alumni dengan berbagai bidang usaha, seperti: kerajinan kayu, tas tali, jilbab, perca kain, usaha kuliner kantin kampus dan donat sayur serta satu usaha jasa per-sewaan sepeda motor (Budiyanto & Rofieq, 2017).

Agustini dkk melakukan pengabdian pengembangan Program Pengembangan Kewirausahaan dengan pendekatan PALS, sehingga mahasiswa memiliki motivasi dan memiliki wawasan *knowledge based economy* (Agustini S. et al., 2018). Widayati dkk melakukan penelitian mengenai penerapan PALS dalam menciptakan wirausaha baru dan mandiri pada mahasiswa sehingga mendapatkan pengalaman praktis yang tidak diperoleh di bangku kuliah sehingga permasalahan-permasalahan lapangan telah mereka ketahui dari interaksi dengan para pelaku usaha dan para nara sumber pada sesi pembekalan wirausaha (Widayati et al., 2019). Sitanggung dkk melakukan kegiatan motivasi budaya wirausaha dengan pendekatan metode PALS dan dihasilkan tujuh mahasiswa Universitas Negeri Medan berkomitmen menekuni pekerjaan pembuatan furnitur dan telah menghasilkan produk furnitur, secara kolaborasi dan mandiri (Sitanggung et al., 2020). Suparmi dkk melakukan pengabdian pengembangan wirausaha di Universitas Riau dengan metode PALS, dan program ini mendapat respon positif dan keinginan para peserta untuk berwirausaha dan membuka peluang kerja sama dengan UKM lainnya dengan produk rendang ikan, bakso ikan, makarobi ikan, abon ikan, dan nugget (Suparmi et al., 2022).

Sujana dan Meika melakukan pengabdian di program kuliah kerja nyata dengan pendekatan PALS dalam peningkatan kapasitas komunikasi dan Kerjasama di masyarakat binaan KKN. Dari program ini telah terjadi peningkatan kapasitas mahasiswa

dalam memahami, menguasai dalam mejalin komunikasi dan membangun kerjasama dengan masyarakat (Sujana & Meika, 2016). Pendekatan PALS dalam meningkatkan jiwa wirausaha telah berhasil meningkatkan kompetensi karyawan ditandai dengan: upgrade kapasitas, peningkatan kemampuan komunikasi dan lahirnya 30 karyawan sekaligus berperan sebagai entrepreneur enabler yang berhasil menciptakan bisnis diluar jam kerja. Bisnis yang dijalankan entrepreneur enabler mampu menghasilkan pendapatan tambahan diluar gaji (Sitepu, 2019).

Berdasarkan evaluasi kegiatan entrepreneur yang telah dilakukan diperoleh mengenai manfaat kegiatan bagi tenant dan kendala yang dihadapi saat proses penjualan produk. Manfaat yang diperoleh oleh tenant yaitu dapat memperoleh pengetahuan tentang wirausaha, labeling, dan teknik pemasaran serta mendapatkan keuntungan dari penjualan, sehingga dapat menjadi modal awal dalam berwirausaha. Kendala yang dihadapi yaitu masyarakat sedikit mengetahui produk olahan salak sehingga perlu terus dilakukan promosi dan penjelasan produk, dan daya beli masyarakat masih rendah karena pengaruh pandemi COVID 19.

KESIMPULAN

Program ini telah memberikan modal awal untuk berwirausaha kepada tenant, sehingga selanjutnya bisa menjadi wirausaha muda. Dalam upaya meningkatkan jiwa entrepreneur mahasiswa dan alumni dilakukan pembinaan dengan pendekatan metode *Participatory Action Learning System* (PALS) yaitu fase penyadaran kewirausahaan, fase pengkapasitasan dan pendampingan, serta fase pelembagaan dan kerjasama. Program ini memberikan pengetahuan dan keterampilan mengenai kewirausahaan yang ditunjukkan dengan komitmen melakukan usaha, labeling, promosi, dan penjualan. Pemasaran produk olahan salak paling mudah dikenali dan memberikan peningkatan penjualan pada media sosial, selain pada warung dan toko online. Adanya program ini dapat mendorong pengembangan dan peningkatan usaha bagi pelaku UMKM Agro Abian Salak.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini S., V., Rustyaningsih, S., Ariyani, V., & SW, L. A. (2018). Model Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK) Universitas Katolik Widya Mandala Madiun. *Warta Abdimas*, 02, 72–86.
- Budiyanto, H., & Rofieq, M. (2017). Menumbuhkembangkan Wirausaha Mahasiswa Dan Alumni Melalui Program Iptek Bagi Kewirausahaan Di Universitas Merdeka Malang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 1(1). <https://doi.org/10.26905/abdimas.v1i1.1169>
- Herkules. (2014). Strategi Perguruan Tinggi Mewujudkan Wirausaha Kampus. *JURNAL Pengabdian Kepada Masyarakat*, 20(September).

- Karta, I W., Susila, L. A. N. K. E., Mastra, I. N., & Dikta, P. G. A. (2015). Kandungan Gizi Pada Kopi Biji Salak (*Salacca Zalacca*) Produksi Kelompok Tani Abian Salak Desa Sibetan Yang Berpotensi Sebagai Produk Pangan Lokal Berantioksidan Dan Berdaya Saing. *Jurnal Virgin*, 1(2), 123–133.
- Karta, I Wayan, Iswari, P. A. K., & Luh Ayu Nanamy Khrisnashanti Eva Susila. (2019). The Cang Salak: The dari Limbah Kulit Salak dan Kayu Secang yang Berpotensi untuk Pencegahan dan Pengobatan Penyakit Degeneratif.. *Meditory*, 7(1), 27–36.
- Karta, I Wayan, Sundari, C. D. W. H., Susila, L. A. N. K. E., & Mastra, N. (2018). Analysis Of Active Content In “Salacca Vinegar” In Sibetan Village With Potential As Antidiabetic And Anticancer. *Indian Journal of Public Health Research & Development*, 9(5), 424–428.
- Komara, E. (2014). Strategi Perguruan Tinggi dalam Mewujudkan Entrepreneurial Campus. *ATIKAN: Jurnal Kajian Pendidikan*, 4(2), 255–262.
- Kurnia, M. T., Marlin, S., Oktasari, E., & Babys, S. (2020). Pengembangan Potensi Kewirausahaan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas Bung Karno. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi IPTEKS Untuk Masyarakat*, 9(4), 254–256.
- Massepe, A. N. B. (2017). *Modul Pelatihan Business Model Canvas* (Issue September 2017). Universitas Hasannuddin.
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 19(3), 187–196.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model canvas*. John Willey & Sons, inc.
- Santosa, I. (2014). Masalah dan Tantangan Pengembangan Kewirausahaan pada Kalangan Mahasiswa di Indonesia. *Jurnal Inovasi Dan Kewirausahaan*, 3(3), 203–207.
- Setiawati, S. D., Retnasari, M., & Fitriawati, D. (2019). Strategi membangun branding bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. *JURNAL ABDIMAS BSI*, 2(1), 125–136.
- Shodikin, A., Sumarno, W. K., Sutardi, & Muhajir, A. (2018). Program Pengembangan Kewirausahaan Mahasiswa dan Alumni di Universitas Islam Darul Ulum Lamongan. *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(2), 258–263.
- Sitanggang, N., Luthan, P. L., & Sibarani, C. G. G. T. (2020). Pengembangan Budaya Kewirausahaan Mahasiswa Melalui Unit Usaha Furnitur Di Universitas Negeri Medan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(2), 96. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v26i2.15416>
- Sitepu, S. B. (2019). Analisis Program Entrepreneur Enabler Dengan Metode Participatory Action Learning System. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(2), 11–20. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v1i2.2881>
- Sujana, A., & Meika, I. (2016). Peningkatan Kemampuan Komunikasi dan Kerjasama Melalui KKN Posdaya di Universitas Mathla’ul Anwar Banten. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(1), 6–10. <https://doi.org/10.30653/002.201611.2>
- Sulistiyowati, W., Agustini, I., & Fitriyah, H. (2016). Peningkatan Kapasitas Entrepreneurship Melalui Pelatihan dan Magang Bagi Tenant di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(1), 1–5. <https://doi.org/10.30653/002.201611.1>
- Suparmi, S., Sumarto, S., Dewita, D., Desmelati, D., & Sidauruk, S. W. (2022). Pelatihan Kuliner Berbasis Ikan Pada Mahasiswa Sebagai Cikal Bakal Wirausaha Baru. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(4), 965–972. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i4.9388>
- Suryani, I. (2014). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015. (Studi Social

- Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Komunikasi*, 8(2), 123–138.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(2), 113–123.
- Widayati, E., Yunaz, H., Rambe, T., Siregar, B. W., Fauzi, A., & Romli, R. (2019). Pengembangan Kewirausahaan Dengan Menciptakan Wirausaha Baru Dan Mandiri. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 6(2), 98–105. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v6i2.26181>