

Pendampingan Pengelolaan Usaha Es Thong Berbasis Entrepreneurship

Ida Nuraini¹, Setyo Wahyu Sulistyono²

^{1,2} Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Jl. Raya Tlogomas 246 Malang
E-mail: nurainiida@yahoo.com

ABSTRAK

Semakin berkurangnya pendapatan penjual es thong sebagai akibat dari semakin banyaknya es krim dari perusahaan besar seperti Wall's, Campina, Indo Es Krim, Aice dan sebagainya yang produknya banyak dijumpai di toko-toko sampai kampung-kampung bahkan sebagian ada yang dijual secara keliling menjadikan keprihatinan kita semua. Es thong yang merupakan es asli orang Indonesia sejak dahulu dari generasi ke generasi harus dibantu dipertahankan keberadaannya. Tujuan kegiatan pendampingan manajemen usaha es thong adalah untuk meningkatkan penjualan sekaligus pendapatan penjual dan menjadikan penjual es menjadi pengusaha es. Pendampingan dilakukan terhadap 3 mitra penjual es yaitu pak Juri, pak Seno dan pak Sunardi di desa Sumbersekar Kecamatan Dau melalui: 1) pelatihan entrepreneur dan 2) pendampingan inovasi produksi, 3) pendampingan inovasi pemasaran dan 4) pendampingan pencatatan keuangan usaha. Hasil kegiatan pendampingan berupa inovasi produksi yaitu penambahan aneka rasa es dari 3 rasa menjadi 7 rasa serta kreativitas packaging dan branding produk yang meliputi perbaikan kemasan produk dari contong ditambah kemasan baru yaitu cup dengan berbagai ukuran dan roti. Gerobak dan costum penjual dari semula tanpa branding menjadi es dengan brand "Mitra FEB" dan penjual semula tanpa berjualan dengan pakaian apa adanya menjadi memakai costum yang ada brand es yang dijualnya. Inovasi pemasaran yaitu pemasaran tidak hanya dilakukan secara keliling tapi ada sebagian yang dititipkan di toko, café dan kerjasama dengan catering. Dampak kegiatan berupa peningkatan pendapatan dari rata-rata Rp 50.000 – Rp. 70.000,- menjadi Rp. 70.000 - Rp. 100.000,- per hari dan pengurangan jam kerja dari rata-rata 7-8 jam menjadi 5-6 jam per hari. Pencatatan usaha jika sebelumnya tidak ada saat ini penjual sudah bisa melakukan pencatatan usahanya meskipun sederhana. Diharapkan kreativitas penjual yang telah didampingi ini akan dapat memotivasi penjual es thong lainnya sehingga dapat memberikan perbaikan penghasilannya.

Kata kunci : Es puter, es Thong, pengelolaan usaha, pendampingan usaha.

ABSTRACT

The reduced revenue of "Es Thong" sellers as a result of the growing number of ice creams from large companies such as Wall's, Campina, Indo Es Krim, Aice and so on whose products are many found in stores until even some village Some are sold in a roving make our concerns all. "Es Thong" which is the original ice of Indonesian people since the generations have been assisted to be preserved. The purpose of the activities of "Es Thong" business management is to increase sales and revenue of sellers and make ice vendors become ice entrepreneurs. The mentoring was conducted against 3 partners of ICE vendors namely Pak Juri, Pak Seno and Pak Sunardi in the village Sumbersekar District Dau through: 1) entrepreneurship training and 2) mentoring production innovation, 3) Mentoring marketing innovation and 4) mentoring Business financial records. Results of the mentoring activities in the form of production innovations are the addition of various flavors of ice from 3 flavors to 7 flavors and creativity packaging and product branding that includes the improvement of product packaging from cone plus new packaging that is cup with various Size and

bread. Cart and costum seller from the back without branding into ice with a brand "Mitra FEB" and sellers without selling with clothes what is to be wearing a costum that has an ice brand that is sold. Marketing innovations are not only done in the market but there are some that are stored in stores, cafés and caterers in cooperation with catering. The impact of the activities in the form of increased revenue from the average of Rp 50,000 – Rp. 70,000,-to Rp. 70,000-Rp. 100,000,-per day and a reduction of working hours from an average of 7-8 hours to 5-6 hours per day. Business Registration If there is no current seller can already record the business although simple. It is hoped that the creativity of this accompanying seller will be able to motivate other sellers of ice thong so that it can provide improvement of its income.

Keywords : "Es Puter", "Es Thong", business management, business assistance

1. PENDAHULUAN

Usaha kecil merupakan usaha yang memiliki peran besar dalam perekonomian nasional. Usaha kecil di Indonesia berdasar catatan Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2017 memiliki kontribusi 60,34% dalam menyumbang Produk Domestik Bruto Indonesia (BPS:2018). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan bagian dari bentuk pengamanan dalam perekonomian nasional dalam menghadapi krisis mengingat pada tahun 2009 dalam momentum perancangan industri kreatif sebagai penggerak di sector rill, di tengah ancaman global. Melalui Inpres No. 6 tahun 2009 mengenai pengembangan industri kreatif kepada 28 instansi pemerintah pusat dan daerah untuk mendukung kebijakan pengembangan industri kreatif tahun 2009 – 2015 yakni pengembangan pola kegiatan ekonomi di masyarakat berdasarkan pada kreatifitas, keterampilan, bakat individu yang bernilai ekonomi dan berdampak secara meluas melalui kreaatifitas antar individu serta personal. (Wicaksono. 2012)

Usaha kecil yang memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia maka perlu mendapat perhatian khusus

dari pemerintah karena usaha kecil memiliki karakteristik yang sulit berkembang dan sumberdaya manusianya sebagian besar berpendidikan rendah, permodalan yang kurang, jaringan pemasaran yang masih tradisional atau masih sederhana dan rendahnya kreativitas serta inovasi. Karakteristik pemilik usaha kecil sangat mempengaruhi terhadap perkembangan usaha. Hasil penelitian pada usaha kecil membuktikan bahwa karakteristik pemilik usaha berpengaruh 22,40% terhadap kinerja usaha, (sulistyowati. 2016).

Usaha Kecil Es Thong merupakan jenis usaha sejak puluhan tahun lalu yang dilakukan oleh masyarakat yang kurang mampu yang umumnya tinggal di perkampungan dan pedesaan, demikian pula dengan konsumennya yang sebagian besar adalah masyarakat golongan ekonomi bawah yang kurang mampu yang tinggal di perkampungan, anak-anak kecil di perkampungan dan anak-anak sekolah dari golongan yang kurang mampu. Perjuangan penjual es ini dapat dikatakan sangat gigih karena di tengah menjamurnya es krim dari perusahaan besar mereka masih tetap bertahan untuk selalu menjual es thong walaupun sejak dulu hingga kini tidak ada kreatifitas ataupun inovasi sama sekali. Es thong

memiliki rasa khas yang tidak berubah dari dulu hingga kini karena bahan dasar yang digunakan tidak ada perubahan yaitu kelapa, sementara es krim pendatang baru yang berbahan dasar susu saat ini telah mengambil perhatian konsumen, sehingga semenjak kehadiran es krim yang diproduksi oleh perusahaan besar dan ternama seperti Walls, Campina, Aice, Indo Es Cream dan lainnya, maka keberadaan usaha es Thong ini menjadi semakin memprihatinkan. Pendapatan yang dulunya cukup untuk memenuhi kebutuhan keluarga saat ini menjadi berkurang sehingga banyak yang meninggalkan usaha es thong ini dan beralih ke pekerjaan lain seperti kuli bangunan maupun tukang, dan bahkan jika dulu usaha ini turun temurun maka saat ini generasi penerus tidak ada yang mau melanjutkan usaha es thong ini. Masyarakat lebih memilih membeli es krim yang telah disediakan di toko-toko baik di toko modern besar maupun kecil dan bahkan keberadaan es krim dari perusahaan besar ini juga dijual sampai pelosok-pelosok di toko-toko kecil tradisional dan bahkan dijual keliling dengan memakai tenaga penjual keliling yang merupakan saingan berat usaha es Thong ini.

Berdasar wawancara terhadap penjual es Thong Pak Sukri, Pak Sunardi dan Pak Seno dengan alamat di Desa Sumbersekar mengatakan bahwa usaha es Thong ini telah dijalankan selama 25-30 tahun yang lalu dan saat ini usaha mengalami penurunan serta kesulitan karena untuk menghabiskan 1 tabung es jika dulu hanya perlu waktu sekitar 5 jam keliling setiap hari namun saat ini memerlukan waktu hingga 7-8 jam dalam

setiap hari dengan jangkauan jarak lebih jauh. Perjalanan waktu menunjukkan bentuk dari perkembangan usaha mengalami penurunan. Masalah yang dihadapi adalah semakin berkurangnya pembeli, dan es krim yang diproduksi oleh perusahaan besar dan ikut berjualan berkeliling dengan pangsa pasar dan konsumen yang sama. Usaha es thong dilakukan secara sederhana dengan di kelola oleh anggota keluarga melalui prinsip gotong royong tanpa ada pembagian tugas yang jelas dan pembagian upah yang tidak tetap.

Menurut (Rachmania. 2012) Bentuk keterkaitan keluarga dalam usaha mendominasi di sebagian usaha di Negara berkembang, oleh karena itu informasi tentang jenis usaha dan bagaimana anggota keluarga mendukung bisnis dapat menjadi pertimbangan bagi pengusaha di masa depan untuk membangun kerajaan bisnis mereka sendiri dan menjadi motivasi tersendiri terhadap pertumbuhan usaha sebagai momentum mempengaruhi keberhasilan bisnis keluarga UMKM. Untuk membantu mitra mengatasi permasalahan turunnya pendapatan usaha maka solusi yang diberikan adalah berupa kegiatan pelatihan dan pendampingan pengelolaan usaha yang meliputi:

1. Pelatihan entrepreneur.
2. Pendampingan inovasi teknik produksi.
3. Pendampingan inovasi Teknik packaging dan branding.
4. Pendampingan inovasi pemasaran.
5. Pelatihan pencatatan keuangan usaha.

2. METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam penyelesaian permasalahan mitra dilakukan secara bertahap yaitu sebagai berikut:

Tabel 1. Metode Pelaksanaan

Tahapan Kegiatan	Partisipasi Mitra	Output
Persiapan	Berkoordinasi dengan mitra lain untuk mengatur jadwal pelatihan	Penyusunan jadwal pendampingan dengan mitra
Pelatihan entrepreneur	Menyediakan waktu dan tempat serta mengikuti acara dengan baik	Perubahan pola berfikir, tindakan dan sikap yang semula penjual menjadi sikap seorang pengusaha
Pelatihan inovasi dan teknik produksi dengan berbagai variasi rasa.	Menyiapkan bahan-bahan untuk menambah varian produk dan proses produksi	Bertambahnya pengetahuan produksi berawal 3 varian rasa produk menjadi 8 varian rasa.
Pelatihan teknik <i>packaging</i> dan teknik <i>branding</i>	Menyiapkan kemasan dengan berbagai ukuran dan melakukan pemesanan disain untuk gambar/brand baik untuk produk maupun rombongan serta costum/pakaian.	Branding produk dengan kemasan yang beraneka ukuran dan menarik, serta aman jika dibawa
Pendampingan pemasaran	Melakukan pemasaran ke pasar modern seperti, toko-toko, café dan cathering.	Adanya jaringan pemasaran baru dengan system konsinyasi maupun system order.
Pelatihan pencatatan keuangan usaha	Menyiapkan buku dan melakukan pencatatan keuangan (pemasukan dan pengeluaran)	Adanya pencatatan keuangan usaha.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Bahan dan Biaya Produksi

Bahan-bahan yang diperlukan dalam produksi mudah diperoleh di toko-toko. Modal yang diperlukan untuk keperluan proses produksi es sekitar Rp.300.000,- - Rp.350.000,- untuk per tabung es. Jenis-jenis bahan yang diperlukan tersebut diantaranya adalah seperti pada tabel berikut:

Tabel 2. Bahan dan Biaya Produksi Es Thong

Berdasarkan tabel tersebut dijelaskan rincian dalam produksi es thong

Jenis Bahan	Pengeluaran
Kelapa 7 butir	70.000
Gula pasir 3 kg	34.500
Susu kental manis 1 kaleng	12.000
Tepung Maizena 2 bungkus kecil	6.000
Tepung Kanji 1 bungkus	2.000
Garam 10 bungkus	25.000
Es batu 10 bungkus	30.000
Perisa dan coklat	20.000
Krupuk contong	25.000
Roti	20.000
Cup kecil dan sedang	20.000
Bensin	20.000
Total	284.500

dengan kualitas standar. Hasil produksi apabila dijual secara keliling akan menghasilkan pendapatan kotor sebesar Rp. 350.000,-, sehingga penjual akan menerima pendapatan Rp 65.000,- per hari. Pendapatan tersebut belum dikurangi dengan biaya tenaga kerja. Jadi dapat disimpulkan bahwa penghasilan Rp. 65.000,- merupakan biaya tenaga kerja. Apabila ada konsumen yang melakukan pemesanan dengan kualitas yang lebih bagus maka ada penambahan bahan seperti kuning telur, susu dan bahan perasa yang

lebih asli seperti buah durian, tape ketan hitam, nangka dan strawberry yang tentunya akan meningkatkan biaya produksi mencapai Rp 400.000,- meningkatkan harga jual menjadi Rp.500.000,- per tabung.

3.2. Teknik produksi

Pendampingan Teknik produksi kepada mitra dilakukan dengan memberi pengetahuan dalam proses produksi yaitu:

- a. Pentingnya pemilihan bahan dan tempat membeli bahan-bahan. Bahan produksi sangat penting diperhatikan kualitas dan harganya, karena kualitas bahan akan berpengaruh pada rasa yang akan meningkatkan permintaan. Pada kasus ini pemilihan kelapa diupayakan memilih kelapa yang baru dan tidak terlalu tua agar santan tidak berbau tidak sedap dan warna tetap terjaga kualitasnya. Begitu juga dalam penggunaan gula, diupayakan penggunaan warna gula yang putih bersih. Selanjutnya untuk bahan perasa diupayakan dengan menggunakan buah asli seperti Nangka, Durian dan Strawberry atau memakai bahan alami lainnya.
- b. Pentingnya menjaga kebersihan selama kegiatan produksi menjadi hal yang utama sebagai membangun persepsi konsumen terhadap produk es Thong tersebut. Selain itu jika kebersihan tempat dan alat tidak memenuhi syarat maka akan berdampak pada cepatnya berubah rasa dari es tersebut dan akan cepat basi.

Produksi es thong masih dilakukan secara manual yaitu tanpa menggunakan mesin.

Karena keterbatasan modal untuk membeli mesin maka produksi dijalankan oleh pemilik sendiri tanpa menggunakan mesin. Untuk produksi 1 tabung es diperlukan waktu mulai persiapan sampai selesai sekitar 2-3 jam. Rasa es yang dihasilkan pada umumnya sama yaitu original, coklat dan strawberry dalam 1 tabung.

Kegiatan pendampingan dilakukan kepada mitra dengan menambah varian rasa ketan hitam, nangka, durian, blueberry dan anggur. Ekstrak daun cincau hijau juga ditambahkan sebagai bahan tambahan. Dengan penambahan 25% ekstrak daun cincau hijau pohon akan mengakibatkan waktu leleh es menjadi lebih lama yaitu 11 menit 13 detik (Tanjaya, 2017)

3.3. Proses Produksi es thong.

Bahan-bahan seperti yang telah disebutkan diatas kemudian di proses seperti berikut:

1. Kelapa diparut (diambil santannya kurang lebih 10 liter)
2. Beri air panas Tepung kanji dan tepung maizena
3. Santan, adonan tepung, gula pasir, perisa, pewarna dan susu dicampur kemudian dimasukkan tabung es dan ditutup rapat.

4. Masukkan tabung es pada tabung besar untuk proses pemutaran tabung.
5. Masukkan es batu di sekeliling tabung es dan taburi garam lalu diputar putar tabungnya sampai adonan di dalam tabung berubah jadi padat.



Gambar 1. Proses Produksi es secara manual

3.4. Teknik Packaging dan Branding

Pengemasan es biasa dilakukan dengan memakai krupuk contong dan selebihnya menggunakan cup kecil. Pada kegiatan pendampingan ini penjual diberi pemahaman bahwa kemasan harus menarik dengan cara menambah variasi ukuran serta bentuknya. Untuk ukuran cup harus disediakan berbagai macam ukuran mulai kecil, sedang dan besar serta ditambah kemasan yang menggunakan roti. Dikutip dari smartbisnis.co.id, Brand atau merk merupakan identitas produk itu sendiri. Dengan brand dapat meningkatkan daya saing dan sangat mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli. Oleh sebab itu walaupun usaha kecil perlu memperhatikan brand produknya

agar bisa dikenali konsumen dengan mudah. Sementara itu untuk branding sangat diperlukan agar menarik pembeli dan mudah dihafalkan pembeli. Branding saat ini adalah es thong “Mitra FEB” yang sebelumnya tidak dimiliki oleh penjual. Branding ditampilkan pada gerobak, costum penjual dan cup yang diharapkan es menjadi dapat dihafalkan dan menarik konsumen baru. Dengan adanya branding maka penjual es akan dapat memasarkan produknya ke tempat-tempat yang lebih potensial seperti toko-toko, kantin dan catering sehingga akan meningkatkan omzet penjualan. Untuk itu seharusnya usaha es ini mendapatkan ijin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) agar produk dapat diperluas jaringan pemasarannya. Bentuk pendekatan kegiatan pendampingan yang pernah dilakukan oleh suwahyono terhadap usaha es puter di kota Semarang mengungkapkan bahwa usaha es puter dari segi produksi usaha es thong belum memiliki ijin PIRT walaupun produknya sudah bisa dikonsumsi oleh semua kalangan (suwahyono:2016). Jadi berdasarkan pendekatan tersebut dapat disimpulkan bahwa hampir semua usaha es thong ini yang berada di berbagai wilayah belum memiliki ijin PIRT.



Gambar 2. Rombong Es sebelum pendampingan

Rombong es sebelum adanya pendampingan nampak sudah keropos dan secara penampilan sudah tidak layak. Kondisi seperti ini memberi kesan bahwa es tidak higienis, tidak layak konsumsi dan memberi kesan kotor dan tidak sehat. Hal ini bisa menyebabkan pembeli baik anak-anak maupun orang dewasa merasa tidak tertarik untuk membelinya. Tidak adanya kepedulian penjual terhadap penampilan rombongan karena penjual tidak memiliki jiwa entrepreneurship dan tidak menganggap penting penampilan baik rombongan maupun penampilan penjual.

Gambar 3. Rombong es setelah pendampingan



Gambar 4. Rombong Es Setelah Kegiatan Pendampingan

Kegiatan pendampingan memberikan branding Es Thong Mitra FEB. Dengan penampilan gerobak yang menarik, bersih serta aksesoris seperti payung, cotum penjual yang bersih akan menjadi daya tarik konsumen untuk membeli es. Perubahan penampilan pada gerobak dan packaging yang lebih besar awalnya berdampak pada kecepatan penjualan es dari rata-rata 7 jam untuk menghabiskan 1 tabung es ukuran 10 liter sekarang menjadi 5 jam dengan pendapatan rata-rata Rp 65.000,-. Dengan kondisi demikian ini penjual es menambah kapasitas produksi dengan mengganti tabung yang lebih besar yaitu ukuran 15 liter sehingga memerlukan jam penjualan menjadi 7 jam akan tetapi pendapatan meningkat rata-rata menjadi Rp 100.000,-. Kemasan es sebelum pendampingan (Es kemasan contong)

Kemasan es yang bertahan sejak berpuluh-puluh tahun lamanya adalah bentuk contong. Hingga kini kemasan contong tetap dipertahankan walaupun ada beberapa kelemahan seperti es bocor/tumpah, harus langsung dikonsumsi karena akan cepat meleleh.



Gambar 5. Kemasan Es Sebelum Pendampingan



Gambar 6. Kemasan es setelah kegiatan pendampingan (cup dengan mix roti)

Dengan kemasan cup akan lebih mudah dibawa dan jika tidak langsung dimakan maka dapat ditutup sehingga dapat disimpan ke dalam freezer.

3.5. Inovasi Pemasaran

Usaha kecil es Thong dalam memasarkan es biasanya hanya dengan cara keliling dari kampung ke kampung, namun setelah kegiatan pendampingan, pemasaran sebagian dititipkan di toko dan café dan dengan membuat brosur yang disebar ke catering-catering terdekat. Brosur yang ditaruh di tempat-tempat catering ditujukan agar jika ada acara seperti pesta bisa dipesan dari es Thong “Mitra FEB”.

3.6. Pencatatan Usaha

Pencatatan usaha selama ini tidak pernah dilakukan oleh penjual es. Mereka umumnya hanya mendapatkan penghasilan yang pas untuk membeli bahan membuat es hari berikutnya dan membeli kebutuhan makan untuk keluarga tiap hari. Jika ada sedikit sisa uang akan disimpannya sendiri di rumah. Mereka tidak memiliki tabungan seperti di koperasi ataupun di bank karena penghasilannya sangat kecil, bahkan jika musim penghujan penghasilan menurun sementara kebutuhan hidup tetap harus dipenuhi sehingga kadang-kadang harus mengambil uang simpanannya yang diperoleh saat musim kemarau. Pencatatan usaha yang dilakukan penjual setelah adanya kegiatan pendampingan adalah sangat sederhana karena penjual rata-rata usia lanjut (diatas 55 tahun) yang merupakan generasi lama dan tidak paham dengan catatan-catatan keuangan. Di bawah ini adalah contoh bentuk pencatatan usaha yang diajarkan ke Mitra dan mudah dikerjakan.

Tabel 1. Contoh pencatatan usaha sederhana

Tanggal	Keterangan	Uang Masuk	Uang Keluar	Sisa Uang
1-8-2019	Modal			400.000
1-8-2019	Membeli bahan es		300.000	100.000
1-8-2019	Hasil penjualan	380.000		480.000
1-8-2019	Belanja kebutuhan dapur		40.000	440.000
2-8-2019	Belanja bahan es		300.000	140.000
2-8-2019	Hasil penjualan	385.000		525.000
2-8-2019	Belanja kebutuhan dapur		30.000	495.000
3-8-2019	Belanja bahan es		380.000	115.000
3-8-2019	Hasil penjualan	475.000		590.000

3-8-2019	Belanja kebutuhan dapur	40.000	550.000
3-8-2019	Belanja bahan es	380.000	170.000
4-8-2019	Hasil penjualan	480.000	650.000
4-8-2019	Belanja kebutuhan dapur	40.000	510.000

4. DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Setelah dilakukan kegiatan pelatihan dan pendampingan pada Mitra maka perubahan yang langsung dirasakan oleh penjual es adalah adanya peningkatan produksi yang biasanya hanya diproduksi dengan menggunakan tabung kecil 10 liter menjadi tabung besar ukuran 15 liter dengan jam keliling berjualan lebih pendek 2 jam. Dengan demikian pendapatanpun juga mengalami peningkatan dari rata-rata Rp 65.000,- menjadi Rp. 100.000 per hari, hal ini berarti akan dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga. Dengan demikian akan dapat membuka lapangan kerja baru yang menjanjikan. Setelah adanya kegiatan pendampingan terhadap Mitra yang semula 2 orang anak dari salah satu penjual es meninggalkan profesi sebagai penjual es menjadi termotivasi untuk mulai berjualan kembali. Perubahan cara berfikir mitra dapat dilihat dari pemahamannya terhadap pentingnya mengikuti selera konsumen saat ini dan pentingnya cara pengemasan produk yang efisien serta pentingnya brand agar konsumen mudah mengingat-ingat produknya. Masyarakat umum juga akan dapat menikmati es thong dengan tanpa ragu karena setelah pelatihan entrepreneurship ini penjual es telah paham akan pentingnya kebersihan,

pemilihan bahan produksi yang baik dan penampilan yang menarik.

Menurut (Situmorang:2011) bentuk dari penggunaan teknologi tepat guna diterapkan sesuai dengan bentuk dari kebutuhan masyarakat dalam peningkatan daya saing, penciptaan nilai tambah, produktivitas, dan efisiensi biaya produksi serta penekanan pada pemasaran yang masiv dan terstruktur dianggap sangat penting dalam peningkatan usaha diperlukan lima strategi yaitu: (1) Memberikan pemahaman tentang pentingnya Teknologi Tepat Guna (2) mengklasifikasi penggunaan teknologi Tepat Guna (3) Meningkatkan daya saing Teknologi Informasi (4) Pengembangan regulasi dan kebijakan Teknologi Tepat Guna (5) bantuan keuangan untuk pengembangan dan pemanfaatan Teknologi Tepat Guna.

Usaha kecil di Indonesia yang memiliki peran besar dalam perekonomian harus diperhatikan pemerintah. Strategi pengembangan usaha kecil perlu dibuat dengan tujuan untuk meningkatkan pendapatan. Menurut (Irawan. 2018) bentuk strategi pemerintah dapat didasarkan pada lima strategi, antara lain: 1) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia, dalam strategi ini memperkuat sektor wirausaha dengan melakukan penataan dan pengembangan di bidang pendidikan, pelatihan, pendampingan dalam mendorong dukungan untuk peningkatan kualitas pribadi akan memulai kewirausahaan. 2) Peningkatan akses ke pembiayaan dan perluasan skema pembiayaan, melalui pengembangan lembaga pembiayaan atau bank atau koperasi, Usaha Kecil, serta optimalisasi sumber pembiayaan non-bank, 3) Meningkatkan dan menambah nilai produk dan cakupan pemasaran,

memperluas penerapan yang sesuai teknologi untuk mendiversifikasi produk berdasarkan rantai nilai dan (5) kemudahan, kepastian dan perlindungan bisnis, harmonisasi izin sektoral dan regional, pengurangan jenis, biaya dan waktu pengaturan perizinan, peningkatan efektivitas dan efisiensi peraturan penegakan persaingan usaha yang sehat

5. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan dan pendampingan terhadap 3 orang mitra penjual es thong dapat merubah pemikiran mitra menjadi berpikir sebagai seorang entrepreneur yang mana mereka harus mengelola usahanya dengan sungguh-sungguh dan tidak asal jalan saja.

Mitra sudah mulai memahami pentingnya variasi produk agar konsumen tidak bosan sehingga setiap hari varian rasa es yang diproduksi selalu ada perubahan. Disamping itu Mitra juga memahami pentingnya variasi kemasan sehingga harga jual juga bervariasi tergantung dari keinginan dan daya beli konsumen. Mitra juga memahami pentingnya brand sehingga konsumen lebih tertarik dan gampang mengingat-ingatnya.

Pentingnya pencatatan juga dirasakan Mitra agar pengeluaran uang dapat dikontrol dan ketahui digunakan untuk keperluan apa saja.

Dari kegiatan pendampingan maka hasil yang paling utama adalah dalam jangka panjang akan merubah status penjual es thong menjadi pengusaha es thong karena dimungkinkan dalam jangka panjang es thong bisa masuk ke toko-toko dan penjualan keliling dapat dilakukan dengan merekrut tenaga sehingga pemilik usaha fokus pada masalah produksi dan

pengembangan usaha. Tidak hanya itu saja bentuk pendekatan kebijakan pemerintah menjadi sangat penting untuk proses peningkatan Usaha Kecil.

6. UCAPAN TERIMAKASIH

Dengan berakhirnya kegiatan pendampingan terhadap usaha es thong di desa Sumbersekar Kecamatan Dau Kabupaten Malang maka diucapkan terimakasih kepada: *pertama* Universitas Muhammadiyah Malang sebagai institusi yang telah membiayai kegiatan pendampingan terhadap Mitra, *kedua*, terimakasih kepada keluarga mitra yang telah menyediakan tempat dan segala perlengkapan sehingga kegiatan berjalan dengan lancar, *ketiga*, terimakasih kepada para mahasiswa yang telah membantu mulai dari transportasi, dokumentasi dan administrasi.

7. DAFTAR PUSTAKA

- [1] Irawan, B., & Chandranegara, I. S. (2018, January). GOVERNMENT POLICY ANALYSIS ON MEDIUM SMALL BUSINESS IN DEVELOPING ENTREPRENEURSHIP. In Proceedings of The International Conference on Social Sciences (ICSS) (Vol. 1, No. 1).
- [2] Rachmania, I. N., Rakhmaniar, M., & Setyaningsih, S. (2012). Influencing factors of entrepreneurial development in Indonesia. *Procedia Economics and Finance*.
- [3]. Situmorang, S. H., & Safri, M. (2011). Urgensi Pengembangan Teknologi Tepat Guna untuk UMKM di Kota Medan.

[4]. Smartbisnis.co.id. 5 Oktober 2015. 6 alasan pentingnya brand (download 17 september 2019).

[5]. Sulistyowati, Lestari. 2016. Faktor-faktor penentu keberhasilan usaha kecil dan menengah (UKM) di Kota Yogyakarta, Jurnal Maksipreneur Vol VI No. 1, Desember 2016 :24-36.

[6]. Suwahyono.2016. Penerapan mesin pemutar untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas es puter. Jurnal Rekayasa Vol 14 No. 1 Juli 2016.

[7]. Tanjaya, Stephanie halimawan. 2017. Kualitas Es Puter dengan penambahan ekstrak daun cincau hijau pohon. <http://e-journal.uajy.ac.id/12924/1/JURNAL.pdf>

[8]. Wicaksono, G., & Nuvriasari, A. (2012). Meningkatkan kinerja umkm industri kreatif melalui pengembangan kewirausahaan dan orientasi pasar: Kajian pada peran serta wirausaha wanita di kecamatan moyudan, kabupaten sleman, propinsi diy. Jurnal SosioHumaniora,