



**Penguatan Manajemen Usaha dan Entrepreneurial Mindset Usaha
Mikro Oemah Wedhang Bantheng**

Poppy Dian Indira Kusuma^{*)}, Bambang Agus Pramuka, Sugiarto

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman

^{*)}Corresponding: poppy.kusuma@unsoed.ac.id

Submit :
30 November 2021

Diterima:
15 Agustus 2025

DOI:
[https://doi.org/
10.32424/dsc.v
7i1.5123](https://doi.org/10.32424/dsc.v7i1.5123)

Abstrak: Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas bisnis dan entrepreneurial mindset pelaku bisnis Usaha Mikro (UM) Oemah Wedhang Bantheng di Desa Sumbang, Kabupaten Banyumas. Wedhang uwuh adalah minuman kesehatan yang berbahan dasar rempah-rempah. Permasalahan-permasalahan Oemah Wedhang Bantheng yang menjadi prioritas untuk dipecahkan melalui kegiatan ini adalah masalah rendahnya kapasitas produksi, rendahnya kemampuan managerial dan pengetahuan pemasaran digital, dan belum tersedianya pembukuan yang memadai. Metode yang digunakan untuk memecahkan masalah terdiri dari: penyuluhan dan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan pelaku usaha dalam bidang manajemen dan pemasaran digital, bantuan pengadaan bahan baku, dan pendampingan pembuatan pembukuan sederhana. Hasil dari kegiatan ini adalah meningkatnya kapasitas produksi, tersedianya pembukuan sederhana, meningkatnya kemampuan managerial pelaku usaha dan meningkatnya pengetahuan pelaku usaha tentang pemasaran digital

Kata Kunci: *entrepreneurial mindset, kapasitas produksi, kapasitas bisnis, pembukuan sederhana, usaha mikro*

Abstract: *This Community Service Program (PkM) aims to improve the business capacity and entrepreneurial mindset of Micro-entrepreneurs (UM) Oemah Wedhang Bantheng in Sumbang Village, Banyumas Regency. Wedhang uwuh is a health drink made from spices. The problems Oemah Wedhang Bantheng prioritized to be resolved through this activity are low production capacity, low managerial skills and digital marketing knowledge, and the lack of adequate bookkeeping. The methods used to solve these problems include: counseling and training to improve the knowledge and skills of entrepreneurs in the field of digital management and marketing, assistance with raw material procurement, and assistance in creating simple bookkeeping. The results of this activity are increased production capacity, the availability of simple bookkeeping, improved managerial skills of entrepreneurs, and increased knowledge of entrepreneurs about digital marketing.*

Keywords: *entrepreneurial mindset, production capacity, business capacity, simple bookkeeping, micro-enterprises*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Oemah Wedhang Bantheng adalah sebuah usaha mikro yang memproduksi minuman herbal untuk kesehatan berupa wedhang uwuh. Usaha ini berlokasi di Desa Sumbang, Kabupaten Banyumas. Wedhang uwuh merupakan minuman herbal yang cukup populer di Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta. Wedhang uwuh yang diproduksi oleh Oemah Wedhang Bantheng dibuat dari 9 jenis rempah, yaitu: kayu secang, kayu manis, kapulaga, jahe merah, lada hitam, sereh, lengkuas, cabe jawa, dan cengkeh. Minuman ini mengandung komponen aktif yang dapat mengurangi efek negatif racun dan radikal bebas akibat proses metabolisme tubuh dari berbagai macam pangan yang masuk ke dalam tubuh. Dengan menggunakan bahan-bahan alami, konsumsi wedhang uwuh dalam jangka panjang juga tidak menimbulkan efek samping.

Oemah Wedhang Bantheng didirikan dengan tujuan jangka panjang di antaranya adalah untuk:

- (1) Membuka lapangan kerja untuk masyarakat sekitar.
- (2) Meningkatkan pendapatan pelaku usaha mikro Oemah Wedhang Bantheng dan masyarakat sekitar.
- (3) Meningkatkan nilai tambah produk agar dapat meningkatkan harga jual.
- (4) Membangun network dengan perguruan tinggi untuk mengembangkan usaha mikro Oemah Wedhang Banteng.
- (5) Memperluas pangsa pasar dan menjadikan wedhang uwuh dari Oemah Wedhang Bantheng sebagai ikon produk Desa Sumbang.

Di saat pandemi Covid-19, permintaan akan wedhang uwuh semakin meningkat karena minuman berbahan dasar rempah-rempah diyakini dapat menangkal virus dan radikal bebas, menaikkan imunitas tubuh, dan tidak memiliki efek samping. Selain bermanfaat bagi kesehatan tubuh, minuman herbal juga memiliki harga yang cukup murah sehingga terjangkau bagi semua kalangan masyarakat. Terjadinya pandemi Covid-19 merupakan peluang sekaligus tantangan bagi usaha mikro Oemah Wedhang Bantheng. Kenaikan permintaan wedhang uwuh ini tentu saja dapat meningkatkan pendapatan, namun, di sisi lain, Oemah Wedhang Uwuh memiliki

keterbatasan terkait dengan pemenuhan bahan baku, sehingga tidak mampu memenuhi permintaan pasar. Dengan kata lain, Oemah Wedhang Uwuh tidak memiliki modal yang cukup untuk membeli bahan baku untuk memproduksi sesuai dengan permintaan pasar. Oemah Wedhang Bantheng diproduksi hanya untuk memenuhi pesanan saja dan belum ada perencanaan untuk pengembangan usaha yang sistematis ke depannya.

Selain keterbatasan modal untuk produksi, Oemah Wedhang Bantheng juga memiliki beberapa permasalahan lainnya, yaitu: fasilitas produksi yang belum memadai, teknik pengemasan produk yang masih perlu ditingkatkan, inovasi produk yang rendah, pemasaran yang masih bersifat tradisional, pengetahuan pelaku usaha yang masih rendah terkait dengan manajemen usaha, dan belum tersedianya catatan keuangan yang memadai. Kendala-kendala ini adalah kendala-kendala yang memang banyak dialami oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Hal ini sejalan dengan Nooteboom (1993), yang mengatakan bahwa UMKM acapkali terkendala dalam beradaptasi dengan skala usaha, pengalaman dan proses pembelajaran.

Terkait dengan aspek manajemen usaha, Oemah Wedhang Bantheng masih menggunakan manajemen tradisional. Pengelolaan usaha semuanya tersentral pada pemilik usaha. Oemah Wedhang Bantheng lebih banyak dijalankan dengan menggunakan intuisi pemilik. Hal ini sesuai dengan karakteristik UMKM yang cenderung owner centric.

Selain itu, permasalahan lain yang dihadapi Oemah Wedhang Bantheng adalah belum tersedianya pembukuan sebagai sarana untuk mencatat kegiatan usaha dan untuk menghasilkan laporan keuangan yang memadai. Tidak adanya catatan keuangan mengakibatkan tidak adanya pemisahan antara harta usaha dan harta pemilik. Permasalahan manajemen keuangan lainnya adalah pelaku usaha belum memiliki pengetahuan yang cukup tentang manajemen keuangan dan akuntansi.

Model pemasaran produk masih bersifat tradisional dan pasif. Pemilik lebih banyak menunggu konsumen datang ke Oemah Wedhang Bantheng dan menitipkan produknya ke warung-warung/toko-toko terdekat. Di masa pandemik COVID-19, model pemasaran tradisional semacam ini tentu saja tidak efektif karena interaksi antara individu sangat dibatasi dengan adanya

Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Oleh karena itu diperlukan metode pemasaran berbasis teknologi, yang memungkinkan pelaku usaha memasarkan produknya dengan interaksi antar individu yang minimal. Pemasaran berbasis teknologi ini sangat penting untuk menjaga keberlangsungan usaha Oemah Wedhang Bantheng.

Dari aspek produksi, Oemah Wedhang Bantheng juga memiliki kendala terkait dengan kurang memadainya mesin produksi yang dimiliki. Untuk memproduksi wedhang uwuh, pelaku usaha masih mengandalkan mesin manual sehingga pembuatannya memakan waktu yang lama (kurang efisien) dan kualitas produk yang dihasilkan tidak standar. Penggunaan mesin manual ini membuat pelaku usaha tidak dapat memenuhi permintaan pasar karena tidak bisa menyediakan persediaan barang dagangan yang cukup.

Secara kelembagaan Omah Wedhang Bantheng belum memiliki visi, misi dan struktur organisasi formal. Pembagian kerja bersifat instruksi langsung sehingga tidak ada deskripsi tugas untuk setiap karyawan.

Masalah-masalah yang dihadapi Oemah Wedhang Bantheng tersebut membutuhkan intervensi berupa pelatihan, penyuluhan, dan pendampingan untuk mengedukasi dan memberikan pengalaman kepada pelaku usaha tentang manajemen bisnis yang professional untuk mempertahankan keberlangsungan usaha. Namun demikian, tentu saja tidak semua permasalahan tersebut dapat diselesaikan dalam satu program pengabdian kepada masyarakat (PKM) sehingga perlu ditentukan masalah-masalah yang perlu diprioritaskan untuk diselesaikan. Dengan mempertimbangkan urgensinya, masalah-masalah yang menjadi prioritas untuk diselesaikan melalui program pengabdian masyarakat ini adalah: masalah-masalah terkait dengan kapasitas produksi, kapabilitas manajemen usaha, dan manajemen pemasaran.

Dari berbagai permasalahan yang menjadi prioritas untuk diselesaikan, masalah yang paling urgen dan krusial untuk ditangani adalah masalah rendahnya kapabilitas manajemen usaha, terutama berkaitan dengan pengembangan pola pikir kewirausahaan (*entrepreneurial mindset*). Hal ini sejalan dengan Krueger (2003) yang mengemukakan bahwa pemahaman

tentang kewirausahaan, terutama tentang bagaimana memulai, mengelola, dan mengembangkan bisnis, adalah penting.

Entrepreneurial mindset merupakan pola pikir bertumbuh (*growth mindset*), bukan pola pikir tetap (*fixed mindset*), yang berperan dalam menentukan keberhasilan dan kegagalan usahawan (Belousova et al., 2020; Aima et al., 2020). *Entrepreneurial mindset* merupakan salah satu faktor penting yang harus dimiliki pengusaha, yang banyak dikaji dalam studi kewirausahaan (Allen, 2020; Ajor dan Alikor, 2020; Kouakou et al., 2019; Schaefer dan Minello, 2019). Untuk menumbuhkan *entrepreneurial mindset* dibutuhkan dukungan berupa: pendidikan kewirausahaan (Lindberg et al., 2017; Solesvik et al., 2013).

METODE

Program pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan khalayak sasaran pelaku usaha mikro Oemah Wedhang Bantheng, yang berlokasi di Kampung KB Harmonis Jalan Kyai Panumbang No. 27A RT.6/1 Desa Sumbang, Banyumas, Jawa Tengah. Usaha ini berdiri sejak tahun 2016 oleh Ibu Nyi Dasilah, yang terinspirasi dari hasil pertemuan dengan para pengusaha rempah di Desa Sumbang. Sebagian besar kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di lokasi di mana usaha mikro Oemah Wedhang Bantheng beroperasi.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan beberapa pihak, yaitu: tim PKM, pelaku usaha mikro Oemah Wedhang Bantheng, dan ahli. Selama pelaksanaan, tim PKM secara intensif berdiskusi dan menyusun rencana kegiatan bersama dengan pelaku usaha. Selain itu, tim PKM juga menjaring masukan dari para ahli yang berasal dari kalangan akademisi agar pelaksanaan PKM dapat berjalan efektif dan dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

(1) Partisipasi Mitra dan Prosedur Pelaksanaan Kegiatan

(a) Peningkatan Manajemen Usaha

Menurut pengamatan tim PKM, peningkatan manajemen usaha merupakan bagian paling krusial yang memerlukan perhatian khusus dan memerlukan penanganan yang segera. Peningkatkan

kapasitas manajemen usaha dilakukan dengan memberikan penyuluhan. Adapun materi penyuluhan yang diberikan meliputi: (1) peningkatan *enterprenural mindset* dan tips-tips sederhana dan praktis tentang manajemen usaha; dan (2) manajemen keuangan dan pembukuan sederhana untuk UMKM. Sementara itu, tim PKM juga melakukan pendampingan untuk pembuatan pembukuan usaha/sistem informasi akuntansi sederhana.

Di dalam penyuluhan manajemen usaha, tim PKM memberikan pengetahuan tentang *enterprenural mindset* dan tips-tips sederhana tentang bagaimana mengelola usaha dan memberikan strategi bersaing bagi usaha kecil dengan cara meningkatkan kapasitas sumber daya yang dimiliki. Pengetahuan ini penting karena manajemen usaha merupakan bagian krusial berdasarkan pengamatan tim PKM, sehingga perlu perhatian khusus. Kegiatan untuk meningkatkan manajemen usaha terdiri dari pemberian penyuluhan tentang manajemen usaha dan manajemen keuangan yang di dalamnya meliputi penyuluhan tentang manajemen usaha dan pembukuan/sistem informasi akuntansi sederhana.

Di dalam penyuluhan manajemen usaha, tim PKM memberikan pengetahuan dan tips-tips sederhana tentang bagaimana mengelola usaha dan memberikan strategi bersaing bagi usaha kecil dengan cara meningkatkan kapasitas sumber daya yang dimiliki. Ini penting karena strategi bersaing usaha umumnya kurang mempertimbangkan kendala sumber daya yang dihadapi oleh UKM (Weinrauch dkk., 1991).

Penyuluhan tentang sistem informasi akuntansi sederhana bertujuan untuk memberikan dasar-dasar pengetahuan tentang membuat pembukuan untuk usaha. Dari penyuluhan ini, kemudian usaha mikro Wedhang Uwuh Banteng langsung menerapkan pengetahuannya dan mendapatkan pendampingan untuk mulai membuat pembukuan untuk usaha mikro Wedhang Uwuh Banteng.

(b) Peningkatan Kapasitas Produksi

Peningkatan kapasitas produksi dilakukan dengan mengadakan bahan baku rempah-rempah yang dibutuhkan untuk memproduksi wedhang uwuh. Peningkatan kapasitas produksi yang rendah, yang tidak dapat memenuhi permintaan pasar yang cukup banyak, terlebih di masa pandemic Covid-19. Salah satu kegiatan dalam PKM ini adalah menyediakan bahan baku untuk melengkapi bahan baku yang telah ada sehingga kapasitas produksi diharapkan dapat meningkat. Dalam kegiatan PKM ini, tim PKM mengalokasikan dana sebesar Rp10.000.000 untuk pengadaan bahan baku. Pengadaan bahan baku ini dimulai dengan mencari supplier yang terpercaya, yang dapat menyediakan rempah-rempah dengan kualitas terbaik.

(c) Peningkatan *Manajemen Pemasaran*

Kegiatan peningkatan manajemen pemasaran terdiri dari pemberian penyuluhan tentang pemasaran digital dan pembuatan rencana penggunaan media sosial untuk menunjang usaha. Dalam kegiatan ini, tim PKM berperan sebagai pelaksana penyuluhan dan usaha mikro Oemah Wedhang Bantheng bertindak sebagai peserta penyuluhan. Penyuluhan tentang pemasaran digital bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang cara memasarkan produk dengan menggunakan secara online dengan menggunakan media sosial. Pelaku usaha mikro Oemah Wedhang Bantheng juga mendapatkan pendampingan dalam menggunakan media sosial untuk memasarkan dan menjual produk-produknya.

Pengetahuan tentang pemasaran ini sangat dibutuhkan karena beberapa alasan: (1) permasalahan bisnis sebagian berkaitan dengan pemasaran (Dzisi dan Ofosu, 2014; Van Scheers, 2011), (2) untuk mempertahankan bisnis perlu adanya pendekatan yang berorientasi pasar; (3) pemasaran adalah konsep yang dinamis (Lam dan Harker, 2015) sehingga pelaku usaha perlu terus mempelajari perkembangan ilmu dan praktik pemasaran; (4) UMKM acapkali mengabaikan pentingnya pemasaran (Katona, 2014).

HASIL

Secara umum, kegiatan Pk Mini dilakukan melalui tiga jenis kegiatan: (1) penyuluhan dan pelatihan; (2) peningkatan kapasitas produksi; dan (3) pendampingan penggunaan media sosial dan penyusunan pembukuan. Penyuluhan dimaksudkan untuk memberikan pengetahuan tentang bagaimana mengelola usaha, mengelola keuangan, dan mengelola pemasaran atas produk.

Melalui program ini peserta telah diberikan penyuluhan dengan materi sebagai berikut:

- (1) Membangun entrepreneurial mindset,
- (2) Cara mudah membuat laporan keuangan UMKM sederhana,
- (3) Sistem Informasi Akuntansi Sederhana untuk UMKM.
- (4) Pemasaran Digital Berbasis Media Sosial.

Dampak dari kegiatan PkM ini sudah dapat dilihat dari beberapa perubahan yang terjadi di Oemah Wedhang Bantheng. Beberapa perubahan yang terjadi disajikan pada Tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Keberhasilan Pelaksanaan PKM

Jenis Kegiatan	Kondisi Sebelum	Kondisi Sesudah
Pembelian bahan baku rempah untuk meningkatkan kapasitas produksi	Kapasitas produksi: 1.000 pcs per bulan	Kapasitas produksi meningkat menjadi 1.500 pcs per bulan
Pelatihan tentang praktik baik dalam berwirausaha	Belum ada pemahaman yang sistematis terkait pentingnya wawasan dan orientasi yang baik dalam berwirausaha	Meningkatnya wawasan dan orientasi yang baik dalam berwirausaha
Pemasaran online berbasis sosial media	UMKM belum memahami manfaat pemasaran online	UMKM memahami cara memasarkan produk secara online berbasis media social Tersedia media social untuk media pemasaran
Pembukuan sederhana	Belum mampu membuat laporan keuangan	Mampu membuat laporan keuangan Tersedianya laporan keuangan

Setelah dilakukan kegiatan PkM, konsumen Oemah Wedhang Bantheng semakin luas karena produk dipasarkan melalui media social. Media social ini dapat menjangkau konsumen dengan sangat luas. Permintaan terhadap wedhang uwuh juga semakin meningkat. Media sosial yang digunakan adalah Instagram. Gambar 1 memperlihatkan tampilan Instagram Oemah Wedhang Bantheng.



Gambar 1. Tampilan Media Sosial

Dari aspek manajemen usaha, Oemah Wedhang Uwuh sudah mulai memiliki pembukuan sederhana. Selanjutnya, pengetahuan-pengetahuan yang didapatkan dari program PkM ini diharapkan dapat diterapkan dan dalam jangka panjang, pengelolaan usaha akan menjadi semakin professional.

KESIMPULAN

Secara umum dapat disimpulkan bahwa program PkM yang telah dilakukan berjalan lancar dan mencapai target-target capaian yang telah ditetapkan. Dari kegiatan PkM ini ditemukan potensi-potensi yang perlu ditindaklanjuti pada kegiatan PkM berikutnya. Produk wedhang uwuh yang dihasilkan Oemah Wedhang Bantheng memiliki kualitas yang sangat baik. Produk ini memiliki potensi yang besar untuk bisa masuk ke pasar yang lebih luas, seperti: hotel, apotik, dan restoran besar. Hanya saja, keterbatasan kapasitas produksi masih menjadi penghambat utama untuk memulai memasuki pasar yang lebih luas. Selain itu, produk wedhang uwuh Oemah Wedhang Bantheng ini juga memiliki potensi untuk dimodifikasi dan

mendapatkan sentuhan inovasi pada aspek varian, bentuk penyajian, dan pengemasan produknya.

Dampak jangka pendek dari program PkM telah dirasakan oleh pelaku usaha. Dalam jangka Panjang, perubahan-perubahan positif diharapkan dapat terjadi secara terus-menerus melalui pengelolaan usaha yang lebih professional. Namun demikian, masih ada beberapa permasalahan yang masih perlu diatasi pada kegiatan PkM berikutnya, diantaranya adalah rendahnya kualitas alat produksi dan rendahnya inovasi produk. Untuk itu, perlu adanya kegiatan lanjutan untuk mengatasi permasalahan-permasalahan Oemah Wedhang Bantheng secara tuntas.

UCAPAN TERIMA KASIH

BLU Unsoed, LPPM Universitas Jenderal Soedirman, dan usaha mikro Oemah Wedhang Bantheng

DAFTAR PUSTAKA

- Afriyie, Samuel, Jianguo Du & Abdul-Aziz Ibn Musah. 2019. Innovation and marketing performance of SME in an emerging economy: the moderating effect of transformational leadership. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9:40.
- Aima, M.H., Wijaya, S.A., Carawangsa, L., Ying, M., 2020. Effect of global mindset and entrepreneurial motivation to entrepreneurial self-efficacy and implication to entrepreneurial intention. *Dinasti Int. J. Digital Business Manag.* 1 (2), 302–314.
- Ajor, L., Alikor, L.O., 2020. Innovative mindset and organizational sustainability of small and medium enterprises in rivers state, Nigeria. *British J. Manag. Market. Stud.* 3 (1), 20–36.
- Allen, S.J., 2020. On the cutting edge or the chopping block? Fostering a digital mindset and tech literacy in business management education. *J. Manag. Educ.*
- Belousova, O., Hattenberg, D.Y., B, G., 2020. Corporate entrepreneurship: from structures to mindset. *Studies on Entrepreneurship, Structural Change and Industrial Dynamics. Springer*, p. 2020.
- Dzisi, S., & Ofosu, D. 2014. Marketing strategies and the performance of SMEs in Ghana. *Marketing*, 6, 102–111.
- Katona, F. 2014. Examination of marketing activities of small businesses in Hungary. *Online Journal Modelling the New Europe*.
- Kouakou, K.K.E., Li, C., Akolgo, I.G., Tchamekwen, A.M., 2019. Evolution view of entrepreneurial mindset theory. *Int. J. Bus. Soc. Sci.* 10 (6).
- Krueger, N.F., 2003. The cognitive psychology of entrepreneurship. In: Acs, Z.J., Audretsch, D.B. (Eds.), *Handbook of Entrepreneurship Research*:

- an Interdisciplinary Survey and Introduction*. Springer, New York. L.W. Wardana et al. *Heliyon* 6 (2020).
- Lam, W., & Harker, M. J. 2015. Marketing and entrepreneurship: An integrated view from the entrepreneur's perspective. *International Small Business Journal*, 33, 321–348.
- Lindberg, E., Bohman, H., Hult_en, P., 2017. Methods to enhance students' entrepreneurial mindset: a Swedish example. *Eur. J. Training Dev.* 41 (5), 450–466.
- Nooteboom, Bart, (1993), Firms size effects on transaction costs, *Small Business Economics*, 5:4, 283-295.
- Schaefer, R., Minello, _I.F., 2019. Entrepreneurial education: entrepreneurial mindset and behavior in undergraduate students and professors. *Revista de Neg_ocios* 24 (2), 61.
- Solesvik, M.Z., Westhead, P., Matlay, H., Parsyak, V.N., 2013. Entrepreneurial assets and mindsets: benefit from university entrepreneurship education investment. *Educ &Train* 55, 748–762.
- Van scheers, M. L. 2011. SMEs' marketing skills challenges in South Africa.
- Weinrauch, Donald J., O. Karl Mann, Patricia A. Robinson, & Julia Pharr, (1991), Dealing with limited financial resources: A marketing challenge for small business, *Journal of Small Business Management* 29:4, 44-54.
- Solesvik, M.Z., Westhead, P., Matlay, H., Parsyak, V.N., 2013. Entrepreneurial assets and mindsets: benefit from university entrepreneurship education investment. *Educ &Train* 55, 748–762.