

**PELATIHAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN UNTUK MENINGKATKAN  
KEINOVASIAN PADA USAHA MAKANAN TRADISIONAL DI DESA SINDUREJO,  
KECAMATAN TOROH, KABUPATEN GROBOGAN**

Sri Wahyuni<sup>1</sup>, Sunarto<sup>2</sup>, Muhammad Sabandi<sup>3</sup>, Villa Santika<sup>4</sup>

<sup>1) 2) 3)</sup> Pendidikan Ekonomi - Universitas Sebelas Maret Surakarta  
e-mail: [muhsabandi@staff.uns.ac.id](mailto:muhsabandi@staff.uns.ac.id)

<sup>4)</sup> Magister Pendidikan Ekonomi - Universitas Sebelas Maret Surakarta  
e-mail: [villasantika@ymail.com](mailto:villasantika@ymail.com)

**ABSTRACT**

*This program is carried out on Small and Medium Enterprises (SME) Suka Rasa and SME Sendang Rasa in Toroh District, Grobogan Regency. Both SMEs have the same characteristics of business and products, namely tempe chips and banana chips. The weakness of this SMEs is the packaging of products and ways of marketing that are very simple. Their behavior of business has not shown the attitudes of an entrepreneur, so the performance of SMEs is still low. Making product innovation was the aims of this community service program, for improving the knowledge and ability of entrepreneurship orientation of SMEs. The method used to develop an entrepreneurial orientation in this activity is using training and product innovation practices. The success of this activity was measured through perceptions of innovation and product sales performance. The result of this activity was shown a big change on the behavior of SMEs, that is becoming more entrepreneur oriented, such as: 1) SMEs have made innovation by experimenting the products of chips into various flavor variants, such as saltiness, barbeque flavor, and cheese flavor; 2) SMEs have been able to recognize the risks faced when innovating products; 3) SMEs can able to map competitors and market potential. The packaging design and P-IRT licenses on products produced by SMEs were an additional output for this program.*

*Keywords: SME chips, training, entrepreneurship orientation, innovation*

**ABSTRAK**

Program ini dilakukan pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Suka Rasa dan UKM Sendang Rasa di Toroh, Kabupaten Grobogan. Kedua UKM ini memiliki karakteristik dan jenis produk yang sama, yaitu keripik tempe dan keripik pisang. Kelemahan dari bisnis ini adalah kemasan produk dan metode pemasaran yang masih sangat sederhana. Perilaku bisnis belum menunjukkan sikap seorang pengusaha, sehingga kinerja UKM masih rendah. Membuat inovasi produk adalah tujuan dari program pengabdian ini, untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan orientasi wirausaha UKM. Metode yang digunakan untuk mengembangkan orientasi kewirausahaan dalam kegiatan ini adalah menggunakan pelatihan dan praktik inovasi produk. Keberhasilan kegiatan ini diukur melalui persepsi inovasi dan kinerja penjualan dan pemasaran produk. Hasil dari kegiatan ini adalah adanya perubahan yang signifikan dalam perilaku UKM, yang menjadi lebih berorientasi pada kewirausahaan, seperti: 1) UKM mampu berinovasi dengan bereksperimen produk keripik tempe dan pisang menjadi berbagai rasa, seperti rasa asin, barbeque, dan rasa keju ; 2) UKM dapat mengenali risiko yang dihadapi ketika berinovasi produk; 3) UKM mampu memetakan pesaing dan potensi pasar. Desain kemasan dan lisensi P-IRT produk yang dihasilkan oleh UKM adalah output tambahan dari program ini.

Kata kunci: Keripik UKM, pelatihan, orientasi kewirausahaan, inovasi

## PENDAHULUAN

UKM mitra pengabdian ini adalah UKM keripik tempe “Suka Rasa” dan UKM keripik pisang “Sendang Rasa”. Kedua UKM terletak di Desa Sindurejo Kecamatan Toroh Kabupaten Grobogan. Kabupaten Grobogan sendiri merupakan kabupaten terluas kedua di Jawa Tengah, dengan hasil pertaniannya jagung, padi, dan kedelai. Hasil pertanian kedelai merupakan yang terbesar ketiga di kabupaten ini. Kedelai hasil pertanian banyak digunakan sebagai bahan baku tempe. Selain keripik tempe, keripik pisang merupakan salah satu produk unggulan yang banyak dikembangkan di kabupaten ini.

UKM keripik tempe “Suka Rasa” dan UKM keripik pisang “Sendang Rasa” dalam menjalankan bisnisnya masih menghadapi beberapa permasalahan. Salah satu permasalahan yang dihadapi adalah masih kurangnya jiwa kewirausahaan dari pemilik maupun pegawainya. Permasalahan ini ditandai dengan pemilik dan pegawai UKM yang kurang mampu untuk berinovasi produk, minimnya sikap proaktif dalam perluasan penjualan dan pemasaran produk, dan tidak berani mengambil resiko sehingga tidak mampu untuk menangkap peluang usaha.

Pengabdian ini melatih orientasi kewirausahaan kepada UKM keripik tempe “Suka Rasa” dan UKM keripik pisang “Sendang Rasa”. Orientasi kewirausahaan merupakan perilaku yang dimiliki oleh pengusaha untuk mengambil suatu tindakan atau keputusan yang didasarkan atas perilaku yang inovatif, proaktif, dan berani mengambil resiko (Lumpkin & Dess, 2001; Sembhi, 2002). Orientasi kewirausahaan adalah perilaku wirausahawan atau pemilik usaha atau bisnis dalam menjalankan perusahaannya dengan gaya, praktik, dan metode tersendiri untuk mengambil keputusan, merencanakan sedemikian rupa untuk menemukan dan memperoleh peluang pasar serta rencana untuk bertindak kewirausahaan yaitu berinovasi produk, bersikap proaktif terhadap peluang pasar, dan berani mengambil resiko beserta berbagai antisipasi yang sudah direncanakan untuk meminimumkan kerugian yang dapat dialami oleh perusahaan (Li, Huang, & Tsai, 2008).

Inovatif dapat dilakukan dengan menciptakan produk/variasi baru atau memanfaatkan teknologi yang ada (Li, Huang, & Tsai, 2008). Inovatif merupakan kemampuan berinovasi membuat produk baru dan variasinya. Perilaku inovatif menurut Lumpkin & Dess (2001) dan Bharadwaj, Varadarajan, & Fahly (1993) merupakan kecenderungan menggunakan ide baru memperkenalkan produk baru atau hal-hal baru dan menjaga agar produknya sesuai dengan keinginan serta kebutuhan pelanggan. Pelatihan inovasi diberikan kepada UKM untuk meningkatkan inovasi produk baik dalam hal rasa maupun kemasan dari UKM. Inovasi produk salah satunya dengan mencantumkan berbagai ijin dalam kemasan. Inovasi dilakukan untuk meningkatkan kinerja UKM, karena dalam memproduksi kedua UKM masih memanfaatkan teknologi yang sederhana, seperti dalam mengiris bahan tempe dan pisang kedua UKM masih menggunakan pisau.

Proaktif adalah usaha mencari peluang pasar dan memperluas usahanya, aktif bersaing pada pasar baru, memperluas relasi dengan perusahaan lain, mampu mengatasi keinginan dan kebutuhan pelanggan di masa mendatang (Li, Huang, dan Tsai, 2008; Lumpkin & Dess, 1996; Lumpkin & Dess, 2001; Lumpkin, Cogliser, & Schneider, 2009). Perilaku proaktif yaitu kemampuan mencari peluang dan memiliki perspektif kedepan. Salah satu ciri dari perilaku ini adalah kemampuan untuk memperkirakan permintaan produk baru dan besarnya jumlah permintaan. Pelatihan proaktif diberikan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UKM dalam menciptakan dan diversifikasi produk, menciptakan peluang pasar dengan diversifikasi produk tersebut. Pelatihan proaktif diberikan untuk meningkatkan hasil produksi kedua UKM, memenuhi kebutuhan konsumen yang berubah karena selera sehingga dapat memperluas pasar dan meningkatkan pendapatan UKM.

Mengambil resiko yaitu berani menghadapi resiko yang terjadi setelah membuat dan memperkenalkan ide produk baru dan merupakan kemauan aktif untuk mengejar peluang usaha meskipun mengandung risiko dan hasilnya yang bisa tidak pasti. Resiko merupakan hal yang berhubungan dengan bisnis yang dapat membedakan bagi mereka yang memiliki jiwa kewirausahaan diantara pebisnis yang lain (Li, Huang, dan Tsai, 2008; Caruana, Morris, dan Vella, 1998). Perilaku berani mengambil resiko adalah perilaku untuk berani menghadapi resiko yang terjadi selama melakukan pengembangan usahanya. Usaha yang semakin berkembang dan besar, maka akan semakin besar pula resiko yang akan ditanggung. Usaha yang semakin berkembang, maka menghadapi dalam bahan baku produksi yang semakin bertambah, tenaga kerja yang bertambah, dan bertambahnya resiko hasil produksi, yaitu produk tidak laku di pasaran akan menyebabkan kerugian

Berdasarkan hal tersebut program ini memberikan pelatihan dan praktik berinovasi produk kepada kedua UKM mitra sebagai usaha untuk meningkatnya produktivitas. Pelatihan akan dilanjutkan dengan praktik usaha proaktif dan berani keberanian mengambil resiko. Zellweger & Sieger (2012) mengemukakan bahwa perusahaan mulai dari yang sangat kecil (mikro) sampai perusahaan yang besar perlu selalu berorientasi pada wirausaha. Orientasi kewirausahaan sendiri perilaku inovatif, proaktif, dan berani mengambil resiko. Hal ini sesuai dengan pendapat Kreiser, Marino, & Weaver (2002) bahwa untuk meningkatkan kinerja Ukm adalah melalui pelatihan orientasi wirausaha yang meliputi inovatif, proaktif, dan berani dalam mengambil resiko.

## METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pelatihan dan pendampingan. Pada metode ini pengabdian terjun langsung di lapangan melakukan pelatihan dan melakukan pendampingan kepada UKM. Dalam metode ini pengabdian dalam menyelesaikan masalah selalu melakukan diskusi dengan UKM mitra. Tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini adalah persiapan, pelatihan dan pendampingan, serta tahap terakhir adalah pelaporan.

### Persiapan

Tahap persiapan dilakukan oleh tim pengabdian mulai dari survei tempat ke lokasi UKM mitra di Grobogan pada Kamis, 03 Mei 2018. Tahap persiapan dilakukan bersama UKM mitra untuk penyediaan peralatan dan tempat untuk menunjang pelatihan dan pendampingan.

### Pelatihan dan Pendampingan

Pelatihan ini diberikan selama 12 sesi dan masing-masing sesi berdurasi 45 menit. Pelatihan yang dilakukan oleh tim pengabdian dimulai dari sosialisasi atau penyuluhan tentang orientasi kewirausahaan mengenai perilaku inovatif, proaktif, dan berani mengambil resiko. Perilaku inovatif yaitu mampu melakukan diversifikasi atau variasi produk agar produk tersebut memiliki nilai tambah dan memenuhi selera konsumen sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Pelatihan dilakukan dengan memberikan referensi variasi produk. Selain pelatihan mengenai diversifikasi dan variasi produk, juga diberikan kesadaran akan perlunya P-IRT dalam usaha makanan. Melalui ijin P-IRT diperoleh nomor kesehatan yang diberikan oleh Dinkes kemudian dicantumkan pada kemasan produk sehingga memberikan nilai tambah produk di mata konsumen atau pelanggan dengan persepsi makanan telah memiliki ijin dan dijamin oleh Dinkes.

Pelatihan tentang memperluas atau menambah pemasaran produk dilakukan dengan penjualan tidak langsung yaitu dengan pemasaran secara *online* baik dengan membuat *website* atau memanfaatkan media sosial seperti *facebook* dan *instagram*. Melalui media ini pemasaran produk tidak hanya dilakukan dengan cara penjualan secara langsung. Pelatihan yang diberikan pengabdian pada bagian ini adalah pengenalan

mengenai masalah-masalah pemasaran yang sering terjadi pada usaha dibidang makanan. Pada akhir sesi diberikan materi mengenai langkah-langkah atau berbagai cara yang dapat dilakukan untuk mengantisipasi dan mengatasi masalah tersebut dan resiko yang terjadi selama menjalankan bisnis atau usaha.

### Praktik

Metode praktik memberikan kesempatan kepada peserta UKM mitra untuk praktik secara mandiri atau bersama tim pengabdian. Praktik yang dilakukan antara lain menciptakan ide baru mengenai variasi produk yang akan dibuat, alat atau teknologi baru untuk mempermudah proses produksi yang sebelumnya masih sederhana dengan mengiris menggunakan pisau, ide pemasaran produk yang tidak hanya pemasaran secara langsung tetapi dapat memanfaatkan media *online*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari pelatihan, dan pendampingan dengan metode ceramah, tanya jawab, dan diskusi, menunjukkan bahwa kegiatan tersebut telah memberikan pengetahuan dasar kepada peserta UKM mitra untuk dapat menentukan sikap perilaku berorientasi wirausaha. Berdasarkan pengamatan/observasi yang dilakukan oleh tim pengabdian, adanya kegiatan penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan ini telah memberikan kontribusi kepada pelaku UKM mitra baik UKM “Suka Rasa” maupun UKM “Sendang Rasa” antara sebelum dan sesudah adanya pelatihan, seperti terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kontribusi Pelatihan kepada UKM Mitra

Komponen Kegiatan	Sebelum Kegiatan PKM	Sesudah Kegiatan PKM
Aspek Inovatif	Kemampuan inovasi UKM mitra yang ditunjukkan melalui inovasi rasa keripik masih sederhana. UKM hanya memproduksi keripik dengan rasa original. Selain itu, bentuk kemasan yang masih sangat sederhana menggunakan plastik putih transparan dan label produk tanpa disertakan nomor ijin karena belum memiliki lisensi P-IRT.	UKM bersama pengabdian berhasil menciptakan berbagai rasa keripik tempe, seperti rasa ayam, rasa daging sapi, rasa keju dan lain sebagainya. UKM bersama tim pengabdian berhasil membuat label baru untuk produknya yang lebih menarik untuk memberikan nilai tambah pada produk dapat dilihat pada gambar 3. Selain itu kegiatan ini menghasilkan ijin P-IRT pada kedua UKM.
Aspek Proaktif	Kemampuan mitra masih kurang dalam sikap proaktif ditunjukkan dengan kemampuan UKM dalam mencari peluang baru dalam memasarkan produk masih rendah. Penjualan dan pemasaran masih	Pelaku UKM dengan dibimbing oleh tim pengabdian di beri arahan tentang pemanfaatan media <i>online</i> untuk memanfaatkan media sosial seperti <i>facebook</i> dan <i>instagram</i> , sedangkan untuk website sendiri

	<p>sederhana yang dilakukan dengan menjual/ditipkan secara langsung kepada pedagang dan konsumen dengan pembayaran <i>cash</i>/ tunai.</p>	<p>masih dalam proses pembuatan.</p>
Aspek Mengambil Resiko	<p>Kemampuan mengambil resiko masih dalam kategori rendah karena pelaku atau peserta UKM mitra yang juga tergolong masih rendah dalam berinovasi dan mencari peluang usaha baru (proaktif).</p>	<p>Adanya peningkatan pengetahuan dan kesadaran pelaku UKM bahwa usaha tidak lepas dari adanya permasalahan dan resiko yang dapat terjadi kapan saja dan tidak terikat oleh waktu.</p>

Sumber: Diolah dari data PKM UNS, tahun 2018.



Gambar 1. Label Hasil Pelatihan dan Pendampingan

Kegiatan pelatihan yang dilakukan oleh tim pengabdian dapat meningkatkan pengetahuan orientasi kewirausahaan mitra dalam rangka meningkatkan perilaku yang inovatif, proaktif dan berani mengambil resiko. Pelatihan ini memberikan dampak positif bagi UKM mitra yaitu mendorong UKM mitra untuk mengurus dan mengajukan P-IRT yang dikeluarkan oleh dinas terkait. Dampak pelatihan ini terhadap peningkatan perilaku inovatif, proaktif dan berani mengambil resiko terlihat dari hasil evaluasi kegiatan seperti tersaji pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Penilaian Kepuasan terhadap Pelatihan Orientasi Kewirausahaan

No.	Kuesioner	Setuju	Tidak Setuju
1.	Memberikan pengetahuan sikap inovatif, proaktif, dan berani mengambil resiko.	80%	20%

2.	Memberikan pengetahuan kewirausahaan.	80%	20%
3.	Meningkatkan kemauan mengembangkan usaha.	80%	20%
4.	Memberikan gambaran tentang cara pengembangan produk.	90%	10%
5.	Mendorong berani mengambil resiko untuk mengembangkan usaha, menciptakan produk baru atau menambah variasi produk.	60%	40%
6.	Pengetahuan pentingnya P-IRT atau pangan industri rumah tangga untuk menunjang usaha saya.	100%	0%
7.	Mengajukan P-IRT kepada dinas kesehatan Kabupaten Grobogan.	100%	0%
8.	Merencanakan bisnis dalam rangka mengembangkan usaha dan meningkatkan hasil produksi.	80%	20%
9.	Memberikan gambaran cara membuat kemasan produk yang lebih menarik.	90%	10%
10.	Memberikan gambaran tentang cara memperoleh peluang pasar yang dapat dilakukan dengan pemasaran secara <i>online</i> .	80%	20%

Sumber: Diolah dari data PKM UNS, tahun 2018.

Berdasarkan hasil angket yang disebarikan kepada peserta pelatihan menunjukkan bahwa adanya pelatihan yang diberikan oleh tim pengabdian telah memberi pengetahuan tentang orientasi kewirausahaan kepada peserta pelatihan. Melalui analisis hasil evaluasi ditemukan bahwa UKM mempunyai keinginan yang kuat untuk meningkatkan perilaku inovatif, perilaku proaktif, dan perilaku berani mengambil resiko. Pelatihan ini dapat menanamkan aspek-aspek orientasi kewirausahaan kepada peserta. Hasil ini ditunjukkan telah ditunjukkan dari hasil angket berikut: 1) Aspek perilaku inovasi ditunjukkan dengan kemauan peserta mitra untuk menciptakan ide produknya baik dengan cara diversifikasi produk atau memvariasi produk yang sudah ada, kemudian dengan kesadaran peserta untuk mengajukan P-IRT ke dinas terkait. 2) Aspek perilaku proaktif ditunjukkan dengan kemauan peserta untuk mengembangkan usaha dengan beberapa langkah seperti merencanakan kemasan produk yang lebih menarik dan melakukan pemasaran secara *online* untuk memperluas pasar dan meningkatkan jumlah pelanggan. 3) Aspek berani mengambil resiko yang ditunjukkan oleh hasil angket masih tergolong rendah sehingga masih perlu diberi motivasi dan pendampingan dalam mengembangkan usaha dan merencanakan bisnis dalam rangka meningkatkan hasil produksinya dengan perencanaan antisipasi resiko yang dapat terjadi dan langkah penanganannya.

Berdasarkan hasil pengamatan atau observasi yang dilakukan oleh tim pengabdian dan dari proses wawancara mengenai apa yang dirasakan oleh pelaku UKM maka kegiatan pengabdian ini memberikan manfaat yang positif dan berarti bagi UKM mitra. Observasi dilakukan selama penyuluhan, pelatihan, dan pendampingan, sedangkan wawancara dilakukan pada akhir pelatihan pada Jumat, 31 Agustus 2018 kepada 2 peserta secara acak, sebagai berikut: Tim Pengabdian: “Bagaimana menurut anda tentang pelatihan

yang kami berikan?”. Informan 1: “Saya jadi lebih *tau* bagaimana cara untuk meningkatkan usaha saya, ternyata tidak hanya dari banyaknya jumlah produksi yang semakin banyak akan menghasilkan keuntungan yang banyak, akan tetapi bisa dari pengemasan yang dapat menarik banyak pembeli dan dijual dari internet, tapi kami belum pernah mencoba mungkin bisa anda bantu untuk kedepannya pak” Informan 2: “Bagus pak, jadi saya *tau* banyak hal tentang bisnis usaha, semoga adanya pelatihan dari UNS dapat meningkatkan usaha ini”.

Berdasarkan wawancara kepada peserta tersebut menunjukkan bahwa pelatihan ini telah memberikan dampak yang positif bagi UKM dan peserta sangat antusias untuk berpartisipasi untuk meningkatkan kinerja usahanya. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa suatu UKM yang berorientasi kewirausahaan akan mampu meningkatkan kinerja usaha yang meliputi peningkatan keuntungan, kemampuan bersaing atau meningkatkan produktivitas, memperluas daerah pemasaran, dan kemampuan usaha dalam menjaga keberlangsungan hidup perusahaan (Nursiah, Kusnadi, & Burhanuddin, 2015).

Hasil penilaian peserta pada pelatihan ini menunjukkan bahwa pelatihan orientasi kewirausahaan mampu meningkatkan keinovasian, keproaktifan dan keberanian UKM dalam mengambil tindakan yang beresiko. Pelatihan memberikan dampak yang cukup besar terhadap peningkatan keinovasian, dan ini sesuai dengan Nursiah, Kusnadi, & Burhanuddin (2015) bahwa dimensi keinovasian dalam orientasi kewirausahaan lebih memengaruhi kinerja UKM dibandingkan dimensi keproaktifan dan keberanian dalam mengambil resiko. Hasil ini juga menunjukkan bahwa melatih keinovasian kepada UKM makanan penting untuk meningkatkan kinerja. Keinovasian mendorong UKM menghasilkan produk-produk keripik tempe yang bervariasi. Dalam kegiatan ini, sebelumnya UKM hanya menghasilkan produk keripik tempe dengan satu varian rasa, yaitu rasa original. Setelah UKM mengikuti pelatihan, UKM mampu menghasilkan keripik tempe dengan berbagai varian rasa bervariasi, seperti keripik tempe rasa ayam, rasa daging sapi, rasa keju dan varian rasa lainnya. Keinovasian menjadi kunci pokok (*key driver*) dalam meningkatkan kinerja UKM tempe keripik. Keinovasian merupakan perilaku yang harus ditingkatkan sejalan dengan Jenatabadi (2014) dan (Wardi, Susanto, & Abdullah, 2017) bahwa inovasi merupakan pendorong paling utama untuk meningkatkan kinerja pada UKM makanan.

Berdasarkan hasil analisis penilaian peserta pelatihan, menunjukkan bahwa pelatihan ini mampu mengubah karakteristik perilaku individu dalam melakukan inovasi kemasan. UKM tempe keripik di Grobogan jumlahnya sangat banyak. UKM dalam mengemas produk masih sederhana dan apa adanya. Akibat perilaku yang tidak inovatif dari UKM, maka tingkat penjualan produk masih rendah. Pada lain sisi konsumen saat ini menuntut produk-produk yang bermutu, terjamin kesehatan, dan tidak membahayakan kesehatan. Pelatihan ini menghasilkan PIRT pada masing-masing-masing UKM untuk memenuhi tuntutan tersebut. Pengemasan produk, pemberian merk, pencantuman PIRT hasil pelatihan ini merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing masing-masing UKM akar kerjanya semakin meningkat.

Hasil penilaian peserta pelatihan menunjukkan pula bahwa selain meningkatkan keinovatifan, pelatihan meningkatkan pula perilaku keproaktifan. Sikap proaktif membantu UKM mitra memperluas cakupan kinerja usaha dalam memasarkan produk. UKM keripik tempe di Grobogan wilayah pemasarannya terbatas pada kabupaten-kabupaten disekitar Grobogan. Pelatihan kewirausahaan membantu UKM keripik tempe untuk proaktif mencari melakukan pemasaran produk daerah lain, tidak terbatas di sekitar Kabupaten Grobogan. Pelatihan kewirausahaan menghasilkan sikap perubahan perilaku yang sesuai dengan Brouthers, Nakos, & Dimitratos (2014), bahwa perilaku inovatif mendorong UKM dalam meningkatkan kinerja pemasaran lokal maupun internasional. Selain itu perilaku proaktif dapat meningkatkan kemampuan wirausaha dalam menangkap peluang usaha secara internasional, tidak hanya terbatas daerah satu tetapi dapat sampai pada luar negeri

## SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan ini mampu meningkatkan keterampilan wirausaha kedua UKM mitra dalam aspek perilaku inovatif, perilaku proaktif, dan perilaku berani mengambil resiko. Melalui kegiatan ini UKM mitra telah dapat mengembangkan produk/variasi baru, memperoleh ijin P-IRT atau Pangan Industri Rumah Tangga sebagai usaha atau bisnis yang bergerak dibidang makanan. Mitra UKM dalam kegiatan ini memperoleh pandangan baru mengenai pengembangan usaha dan memperoleh motivasi untuk menjalankan usahanya dengan lebih baik dengan membuat P-IRT sebagai langkah strategis dari perilaku inovasi untuk menjamin produknya layak di pasaran dan dipercaya oleh pelanggan dan kemudian dapat mendorong mitra untuk melakukan variasi produk atau kemasan

Kegiatan ini juga dapat mendorong UKM membuat target usaha, membidik pasar baru, penciptaan dan diversifikasi produk, mampu memperkenalkan produk di pasar, dapat menggunakan alat dalam rangka meningkatkan produksi, berani mengambil resiko dalam rangka mengembangkan usaha, serta dapat mencari informasi yang berhubungan dengan resiko tersebut yang dapat terjadi selama pengembangan usaha. Mitra UKM dalam kegiatan ini dapat lebih proaktif dalam memperoleh peluang pasar dan pelanggan baru dapat dilakukan dengan cara pemasaran secara *online* yang sebelumnya masih dilakukan secara tradisional atau *cash*.

Dalam kegiatan ini perilaku keberanian UKM dalam mengambil resiko masih perlu pelatihan dan pendampingan oleh tim pengabdian untuk memotivasi kedua mitra dalam menghadapi ketidakpastian yang dapat terjadi tetapi bukan berarti tidak dapat diatasi. Dalam kegiatan ini pemerintah dan seluruh elemen masyarakat untuk ikut serta dalam memajukan UKM makanan di kabupaten Grobogan, mempermudah akses dalam mengajukan ijin P-IRT.

## DAFTAR REFERENSI

- Bharadwaj, S. G., Varadarajan, P. R., & Fahly, J. 1993. Sustainable Competitive Advantage In Service Industries: A Conceptual Model And Research Propositions. *Journal of Marketing*. 57: 83-99.
- Brouthers, K. D., Nakos, G., & Dimitratos, P. 2015. SME Entrepreneurial Orientation, International Performance, and The Moderating Role of Strategic Alliances. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 39(5): 1161-1187
- Caruana, A., Morris, M., & Vella, A. 1998. The Effects of Centralization and Formalization on Entrepreneurship in Export Firms. *Journal of Small Business Management*. 36(1): 16-29.
- Dess, G. G., & Lumpkin, G. T. 2005. The Role of Entrepreneurial Orientation in Stimulating Effective Corporate Entrepreneurship. *Academy of Management Perspectives*, 19(1): 147-156.
- Jenatabadi, H. S. 2014. Situation of Innovation in the Linkage between Culture and Performance: A Mediation Analysis of Asian Food Production Industry. *Contemporary Engineering Sciences*, 7(7): 323-331.
- Kreiser, P. M., Marino L. D., & Weaver, K. M. 2002. Assessing the Psychometric Properties of the Entrepreneurial Orientation Scale: A Multicountry Analysis. *Entrepreneurship: Theory dan Practice*, 26(4): 71-93.
- Li, Y. H., Huang, J. W., & Tsai, M. T. 2008. Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process. *Industrial Marketing Management*. 38(4): 440-449.

- Lumpkin, G. T., Coglisier, C. C., & Schneider, D. R. 2009. Understanding and Measuring Autonomy: An Entrepreneurial Orientation Perspective. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 33(1): 47-69.
- Lumpkin, G., T., & Dess, G., 2001. Linking Two Dimensions of Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Moderating Role of Environmental and Industry Life Cycle. *Journal of Business Venturing*. 16(5): 429-51.
- Lumpkin, G.T., & Dess, G.G. 1996. Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 97(1): 135-72.
- Nursiah, T., Kusnadi, N., & Burhanuddin. 2015. Perilaku Kewirausahaan pada Usaha Mikro Kecil (UMK) Tempe di Bogor Jawa Barat. *Jurnal Agribisnis Indonesia*. 3(2): 145-158.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. 2009. Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An Assessment of Past Research and Suggestions for The Future. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 33(3): 761–787.
- Sembi, R. S. 2002. *Entrepreneurial Orientation: A Review of Selected Literature*. Departement of Management Science Faculting of Engineering, University of Waterloo, Ontario, Canada.
- Terziovski, M. 2010. Innovation Practice and Its Performance Implications in Small and Medium Enterprises (SMEs) in the Manufacturing Sector: A Resource-Based View. *Strategic Management Journal*. 31(8): 892-902.
- Wardi, Y., Susanto, P., & Abdullah, N. L. 2017. Orientasi Kewirausahaan pada Kinerja Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Sumatera Barat: Analisis Peran Moderasi dari Intensitas Persaingan, Turbulensi Pasar dan Teknologi. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 16(1): 46-41.
- Zellweger, T., & Sieger, P. 2012. Entrepreneurial Orientation in Long-Lived Family Firms. *Small Business Economics*. 38(1): 67-84.