

Terapan Iptek Kewirausahaan Hasil Produk Pengelasan SMAW Untuk Meningkatkan Keterampilan Santri Pondok Pesantren Miftahul Huda Doho, Dolopo

Noorsakti Wahyudi¹, Alfi Tranggono Agus Salim², Indarto Yuwono³, Ina Syarifah⁴,
Hendrick Hernando⁵, Ressa Nidya Arifin⁶, Mutiara Sekarayu Apriansyah⁷, Zibran Rizki
Arta⁸, Aureyza Pandu Qinara⁹, Rhehan Adi Prakoso¹⁰

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10}Politeknik Negeri Madiun

e-mail: ¹noorsakti@pnm.ac.id, ²alfitranggono@pnm.ac.id, ³indarto@pnm.ac.id,
⁴ina.syarifah@pnm.ac.id, ⁵hernando@pnm.ac.id, ⁶ressaarifinl@gmail.com,
⁷mutiaraapriansyah2504@gmail.com, ⁸zibranrizkiarta4@gmail.com, ⁹aureyzapqinara@gmail.com,
¹⁰rhehan992@gmail.com

Abstrak

Tingkat kemampuan berwirausaha dibidang pengelasan yang dimiliki santri Pondok Pesantren Miftahul Huda Doho, Kecamatan Dolopo, Kabupaten Madiun dinilai rendah karena keterbatasan materi, hal ini berdampak pada perawatan dan perbaikan dalam bentuk pengelasan untuk sarana dan prasarana yang digunakan di pondok pesantren. Oleh karena itu, diadakannya pelatihan pengelasan dan kewirausahaan yang kemudian hari dikembangkan menjadi suatu ide usaha. Dengan penguasaan keterampilan pengelasan maka produk yang dihasilkan santri mampu dijadikan kegiatan berwirausaha dan bersaing pada pasar di era globalisasi. Penyelenggaraan kegiatan program kemitraan masyarakat ini dilaksanakan dengan beberapa parameter yang dapat dicapai luaran dari kegiatan ini berupa kemampuan kewirausahaan yang bermanfaat bagi santri. Tahapan pelaksanaan terdiri dari teori dasar kewirausahaan yang dinilai secara kuantitatif melalui *pre-test* dan *post-test* serta praktek pemasaran produk terapan yang telah dibuat. Hasil dari pengabdian (pelatihan) kewirausahaan berupa pengetahuan dalam hal dasar kewirausahaan dan penerapannya.

Kata Kunci: Program Kemitraan Masyarakat, Pondok Pesantren, Pengabdian, Pengelasan, SMAW, Kewirausahaan.

Abstract

The level of entrepreneurial ability in the field of welding possessed by students of Miftahul Huda Doho Islamic Boarding School, Dolopo District, Madiun Regency is considered low because of material limitations, this has an impact on maintenance and repair in the form of welding for facilities and infrastructure used in Islamic boarding schools. Therefore, welding and entrepreneurship training was later developed into a business idea. With mastery of welding skills, the products produced by students can be used as entrepreneurial activities and compete in the market in the era of globalization. The implementation of this community partnership program activity is carried out with several parameters that can be achieved from this activity in the form of entrepreneurial abilities that are beneficial to students. The stages of implementation consist of basic entrepreneurship theory which is assessed quantitatively through pre-test and post-test and applied product marketing practices that have been made. The results of entrepreneurship dedication (training) in the form of knowledge in terms of basic entrepreneurship and its application.

Keywords: Community Partnership Program, Islamic Boarding School, Community Service, Welding, SMAW, Entrepreneurship.

I. PENDAHULUAN

Kurangnya keterampilan dan pengetahuan santri dalam bidang pengelasan, mengakibatkan belum mampu merawat dan mengelola sarana dan prasarana Pondok Pesantren Miftahul Huda Doho. Keterampilan dan pengetahuan mampu dikembangkan secara bertahap melalui pelatihan sehingga mampu menjadi solusi dari permasalahan tersebut, bahkan mampu memiliki kesempatan untuk membuka kewirausahaan [1]. Kewirausahaan yaitu menciptakan ide kreatif maupun ide inovatif untuk memberikan nilai tambah di pasar melalui proses pengkombinasian sumber daya dan teknologi [2]. Santri Pondok Pesantren Miftahul Huda Doho mampu membuat suatu produk dari keterampilan yang dimiliki bahkan keterampilan tersebut mampu dijadikan bisnis dalam bidang kewirausahaan [1]. Dalam berwirausaha harus mengerti dasar-dasar kewirausahaan, penentuan harga jual, dan pemasaran [3] [4] [5] [2] [6] [7]. Minat berwirausaha dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal berasal dari diri wirausahawan dapat berupa sifat-sifat personal, sikap, kemauan dan kemampuan. Faktor eksternal berupa unsur dari lingkungan sekitar [8]. Faktor penyebab keberhasilan berwirausaha adalah adanya tekad yang kuat dan kerja keras, mengenal peluang yang ada dan berusaha meraihnya ketika ada kesempatan dan waktu yang pas [9] [10]. Selain itu, kewirausahaan dianggap sebagai mesin pembangunan ekonomi dan solusi atas berbagai permasalahan yang terjadi di masyarakat seperti kemiskinan dan kesenjangan sosial yaitu salah satunya dengan berwirausaha dengan pemasaran digital [11] [12] [13].

Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global. UMKM di Indonesia terus di dorong oleh pemerintah agar mampu berkembang baik di pasar nasional maupun internasional. Namun, tidak sedikit UMKM yang kurang mampu mempertahankan bisnisnya yang dikarenakan jiwa bersaing UMKM yang masih rendah. Oleh karena itu, diperlukan sebuah pendidikan bisnis agar mampu bersaing [14].

Pemasaran merupakan penghubung antara produsen dan konsumen. Sehingga hasil produk pengelasan mampu menjadi ide usaha dengan menggunakan strategi pemasaran yang memanfaatkan *marketplace* yang diakses melalui perangkat *online* [15]. Sedangkan pemasaran *digital* (*Online Marketing*) adalah suatu metode atau cara memasarkan suatu produk atau jasa dengan menggunakan teknologi dan internet [16] [17]. Dengan teknologi *digital marketing* sebagai basis pemasaran merupakan langkah adaptif yang sesuai dengan gaya dan perilaku konsumen saat ini yang telah melekat dengan teknologi [18] [16] [19]. Melalui strategi *digital marketing*, mitra dapat memasarkan produknya berupa barang/jasa sehingga akses pasar dapat terjangkau dengan luas [20] [21].

Oleh karena itu Politeknik Negeri Madiun (PNM) ikut dalam pengembangan sumber daya manusia di Pondok Pesantren Miftahul Huda Doho melalui peningkatan keterampilan santri mengenai pengelasan dan terkait kewirausahaan untuk meningkatkan nilai jual dari produk yang telah dibuat melalui pemasaran terutama memanfaatkan teknologi yang ada contohnya melalui berbagai macam *e-commerce* [22].

II. METODE

Tahapan-tahapan dalam kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini terdiri dari 4 tahapan, dijelaskan pada subbab sebagai berikut:

2.1 Tahapan 1

Tahap 1:

Pelaksanaan *pre-test* sebelum dipaparkannya materi kepada santri. *Pre-test* bertujuan untuk mengetahui pengetahuan awal santri mengenai materi yang akan disampaikan karena kinerja

usaha sangat ditentukan dari efektivitas komunikasi, pembelajara wirausaha, dan sikap kewirausahaan [23]. Selain itu, *pre-test* dapat mengetahui mana yang lebih dipahami atau kurang yang dimengerti dan dapat mengukur tingkat pengetahuan para santri mengenai materi. Pelaksanaan *pre-test* terlihat pada gambar 1.



Gambar 1. Pelaksanaan *Pre-test*

2.2 Tahapan 2

Tahap 2: Pelatihan Program Kemitraan Masyarakat mengenai kewirausahaan secara *offline* dengan metode pemaparan materi (Dasar-dasar kewirausahaan, Penentuan harga jual, dan Pemasaran) [24]. Kegiatan pelatihan terlihat pada gambar 2.



Gambar 2. Pelatihan Program kewirausahaan

2.3 Tahapan 3

Tahap 3: Pelaksanaan *post-test* setelah dipaparkannya materi kepada masyarakat. *post-test* bertujuan untuk mengetahui pengetahuan santri mengenai materi yang telah disampaikan. Hasil *post-test* dinilai secara kuantitatif sehingga diketahui perkembangan sebelum dan sesudah materi dipaparkan. Pelaksanaan *post-test* terlihat pada gambar 3.



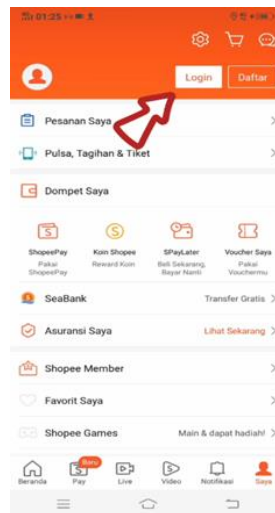
Gambar 3. Pelaksanaan *Post-test*

2.4 Tahapan 4

Tahap 4: Pelatihan Program Kemitraan Masyarakat secara *offline* (Pelatihan Penjualan produk secara *online*, mulai dari pembuatan akun toko *online* hingga cara menarik saldo). Strategi kewirausahaan melalui pelatihan yang didukung fasilitas/akses teknologi berupa *e-commerce* [25]. Kegiatan pelatihan terlihat pada gambar 4 dan gambar 5.



Gambar 4. Pembuatan akun *e-commerce*



Gambar 5. Materi Pembuatan akun *e-commerce*

Semua tahapan literasi dari modul praktek, terlihat tampilan modul pada gambar 6.



Gambar 6. Modul Kewirausahaan Produk Pengelasan SMAW

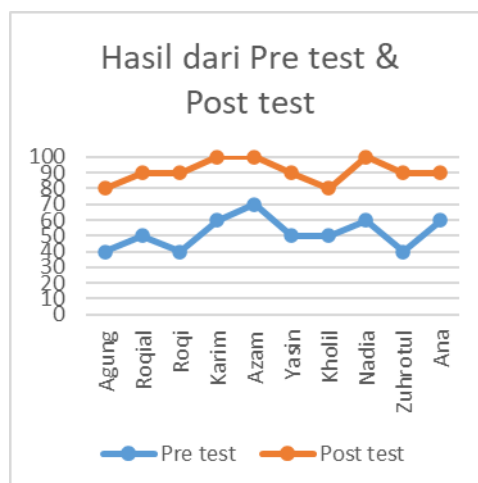
III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari Program Kemitraan Masyarakat dengan metode pelatihan pemberian materi kewirausahaan, sehingga santri lebih mengetahui dasar-dasar kewirausahaan, penentuan harga jual, dan pemasaran pada *e-commerce*.

Adanya peningkatan pengetahuan mengenai kewirausahaan untuk hasil produk pengelasan diperoleh melalui pelaksanaan *pre-test* dan *post-test*. Sebelum mendapatkan pelatihan teori santri diarahkan untuk mengerjakan soal *pre-test* terlebih dahulu. Berdasarkan hasil *pre-test* yang diterapkan, ternyata para santri belum banyak mengetahui pengetahuan dan keterampilan dalam kewirausahaan hasil pengelasan SMAW. Hal tersebut didasari dengan nilai *pre-test* santri yang kebanyakan masih 60 kebawah.

Selanjutnya santri akan diberikan pelatihan teori berupa pemaparan materi kewirausahaan produk pengelasan yang dilakukan secara luring (*offline*) sehingga para santri diharapkan terdapat peningkatan pengetahuan dalam bidang pengelasan SMAW dan kewirausahaan produk pengelasan.

Setelah mendapatkan pemaparan materi, santri kemudian diarahkan untuk mengerjakan soal *post-test* untuk mengetahui perkembangan para santri dalam memahami pemaparan materi tersebut. Dari hasil *post-test* yang telah dikerjakan, diperoleh peningkatan nilai yang cukup signifikan dibandingkan dengan nilai *pre-test*. Didapatkan data hasil pengerjaan *post-test* dari santri kebanyakan mendapatkan nilai diatas 80, seperti yang terlihat pada gambar 7.



Gambar 7. Hasil *Pre-test* dan *Post-test*

IV. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini telah berhasil menyelesaikan beberapa permasalahan yang dialami mitra khususnya dalam aspek pengetahuan pengelasan dan kewirausahaan. Selain itu, mitra sudah dapat mengoperasikan alat pengelasan dan menggunakan layanan *e-commerce* dengan baik. Mitra juga dapat melakukan *daily maintenance* sendiri. Disamping itu, berjalannya program pengabdian kepada masyarakat ini juga berhasil peningkatan pengetahuan manajemen usaha dan manajemen produksi mitra. Program Kemitraan Masyarakat dengan metode pelatihan dengan pemberian materi kewirausahaan, sehingga dihasilkan pengetahuan santri tentang dasar-dasar kewirausahaan, penentuan harga jual, dan pemasaran pada *e-commerce*.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan terima kasih kepada pemberi dana dalam kegiatan Program Kemitraan Masyarakat yaitu Dana DIPA Nomor: SP DIPA-023.18.2.677632/2023 Politeknik Negeri Madiun, dan ucapan terima kasih kepada institusi yaitu Politeknik Negeri Madiun serta Workshop Kerja Bangku dan Pengelasan yang telah membantu keberlangsungan acara kami baik secara moril dan materil.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. T. A. Salim, R. M. Bisono, W. Y. Rezika, H. Arrosida and I. Yuwono, "Peningkatan Produktivitas UMKM Melalui Penerapan dan Pelatihan TTG Perajang Aneka Keripik Sebagai Upaya Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik Mesin (Abdi-Mesin)*, vol. 2, 2022.
- [2] A. P. Sari, A. Z. Kurniullah dkk, "kewirausahaan dan Bisnis," *Publikasi LAIN Batusangkar*, 2021.
- [3] I. Fitriyani, N. Sudiyarti dan M. N. Fietroh, "Strategi Manajemen Bisnis Pasca Pandemi COVID-19," *Indonesian Journal Sciences and Humanities*, vol. 1, pp. 87-95, 2020.
- [4] B. Sanawiri and M. Iqbal, *Kewirausahaan*, Malang: UB Press, 2018.
- [5] N. Aftahira, *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi Dan Harga Jual Pada Pt.Kemilau Bintang Timur Kabupaten Luwu*. Skripsi, Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar, 2019.
- [6] M. A. Firmansyah, *Kewirausahaan (Dasar dan Konsep)*. Surabaya: Qiara Media, Surabaya: Qiara Media, 2019.
- [7] P. Muniarty, A. Bairizki, A. Sudirman, Wulandari, J. S. A. Anista, Elistia, D. G. Satriawan, S. E. Putro, A. Suyatno, R. Setyorini, S. Putra, L. Nugroho, D. Nurfadilah, S. Samidi, Arfah and Fitriana, *Kewirausahaan*, Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung, 2021, pp. 2-11.
- [8] M. Sofyan, "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Jiwa Kewirausahaan Pegawai Bank Perkreditan Rakyat," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 4, pp. 194-204, 2019.
- [9] D. Hendarsyah, "Pemasaran Digital dalam Kewirausahaan," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, vol. 9, pp. 25-43, 2020.
- [10] S. I. P. Malau and Z. M. Nawawi, "Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Sikap Kewirausahaan," *MES Management Journal*, vol. 1, pp. 78-84, 2022.
- [11] I. M. Noventri, J. P. Pakpahan, W. J. Pane and L. Hutabarat, "Peran Kewirausahaan Berbasis Digital dalam Mengurangi Tingkat Pengangguran," *Journal of Millenial Community*, vol. 3, pp. 68-74, 2021.
- [12] Y. E. Susanti, D. Hasmidyani and M. A. Budiman, "Menumbuhkan Semangat Wirausaha Mahasiswa melalui Webinar Kewirausahaan Berkelanjutan," *Warta LPM*, vol. 26, pp. 22-30, 2023.
- [13] P. S. N. Wardhani and D. Nastiti, "Implementasi Pendidikan Kewirausahaan dalam Menumbuhkan Minat Berwirausaha Mahasiswa," *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, vol. 4, pp. 177-191, 2023.
- [14] I. Syarifah dkk, *Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Human Capital Terhadap Orientasi Pasar dan Kinerja UMKM*, Magister thesis, Universitas Brawijaya, 2020.

-
- [15] A. T. Salim dkk, Penerapan Iptek Dan Konsep Bisnis Start-Up Dalam Pengolahan Sampah Organik Menjadi Pupuk Di Lingkungan Desa Banjarejo, Kecamatan Ngadiluwih, Kabupaten Kediri, Madiun: Politeknik Negeri Madiun, 2021.
- [16] Wahyudi, Mukrodi, E. Sugiarti dkk, "Mengenal Pemasaran Digital dan Market Place," *Jurnal PKM Manajemen Bisnis*, vol. 2, 2022.
- [17] H. Irfani, F. Yeni and R. Wahyuni, "Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UKM dalam Menghadapi Era Industri 4.0," *Journal of Character Education Society*, vol. 3, 2020.
- [18] R. J. Naimah, M. W. Wardhana, R. Haryanto dkk, "Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM," *Jurnal Implementation and Action*, vol. 2, 2020.
- [19] R. Nursatyo & Dini, "Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pembanding Harga Telunjuk.com," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 1, p. 46, 2018.
- [20] A. Maulana, N. Novalia, A. Rosa and D. Yunita, "Pemberdayaan Peningkatan Kapasitas Wirausaha Desa melalui Pelatihan Pembuatan Rencana Bisnis," *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 2, pp. 133-142, 2022.
- [21] S. & D. H. Bambang, "Peluang Revolusi Industri 4.0 Bidang Pemasaran : Pemanfaatan Aplikasi E-Commerce, Sosial Media Instagram dan Digital Marketing terhadap Keputusan Instan Online Buying Konsumen Generasi Millennial," *Ekonomi & Manajemen*, vol. 3, p. 86, 2020.
- [22] N. B. F. Shahnaz and Wahyono, "Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen di Toko Online," *Management Analysis Journal*, vol. 5, p. 4, 2017.
- [23] T. Y. Rukmana, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sikap Kewirausahaan," *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, vol. 6, pp. 8-11, 2018.
- [24] I. Syarifah dkk, Pengaruh modal manusia terhadap orientasi pasar dan kinerja UMKM, Salatiga: Portal Jurnal Elektronik, 2020.
- [25] A. Alimudin, "Strategi Pengembangan Minat Wirausaha Melalui Proses Pembelajaran," *E-Jurnal Manajemen Kinerja*, pp. 1-13, 2015.