



COMMUNITY ENGAGEMENT ARTICLE

# Mendorong Kewirausahaan Mahasiswa: Program Pendampingan Pengembangan Usaha 'Jaemur Crispy'

Pesi Suryani <sup>1\*</sup>, Eka Wirajuang Daurrohmah <sup>2</sup>, Lasando Lumban Gaol <sup>3</sup>, Nindya Farah Dwi Puspitasari <sup>4</sup>, Anton Robiansyah <sup>5</sup>, Anisa Rahmawati <sup>6</sup>, Krist Setyo Yulianto <sup>7</sup>, Vivi Oktari <sup>8</sup>

<sup>1,3,4,5,6,7,8</sup> Program Studi Akuntansi Keuangan Publik, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten, Indonesia.

<sup>2,4</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten, Indonesia.

## Correspondence

<sup>1\*</sup> Program Studi Akuntansi Keuangan Publik, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten, Indonesia.  
Email: pesi@ecampus.ut.ac.id.

## Funding information

Universitas Terbuka.

## Abstract

This community service activity focuses on developing the micro-enterprise, Jaemur Crispy, managed by Anisa Rahmawati, a university student. The main issues faced are the lack of knowledge in business management and marketing. The purpose of this activity is to improve managerial and marketing skills through intensive mentoring. The method used is a participatory approach, which includes training, group discussions, and direct mentoring in business management. The results of this activity show a significant increase in sales, with a 30% rise during the first three months after the training, along with improvements in business management and a growing entrepreneurial awareness among students. Additionally, this program successfully fostered local leaders capable of driving social change within their community. Thus, this activity provides a sustainable positive impact on entrepreneurial development within the student environment.

## Keywords

Entrepreneurship; Business Development; Jaemur Crispy.

## Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berfokus pada pengembangan usaha mikro, Jaemur Crispy, yang dikelola oleh Anisa Rahmawati, seorang mahasiswa. Isu utama yang dihadapi adalah kurangnya pengetahuan dalam manajemen usaha dan pemasaran. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan keterampilan manajerial dan pemasaran melalui pendampingan intensif. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif, meliputi pelatihan, diskusi kelompok, dan pendampingan langsung dalam pengelolaan usaha. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam penjualan, yaitu sebesar 30% selama tiga bulan pertama setelah pelatihan, serta perbaikan dalam pengelolaan usaha dan tumbuhnya kesadaran berwirausaha di kalangan mahasiswa. Selain itu, program ini berhasil menciptakan pemimpin lokal yang mampu mendorong perubahan sosial dalam komunitasnya. Dengan demikian, kegiatan ini memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi pengembangan kewirausahaan di lingkungan mahasiswa.

## Kata Kunci

Kewirausahaan; Pengembangan Usaha; Jaemur Crispy.

## 1 | PENDAHULUAN

Kewirausahaan mahasiswa memegang peran penting dalam menciptakan kemandirian ekonomi dan memberdayakan generasi muda. Salah satu contoh usaha mahasiswa adalah *Jaemur Crispy*, yang dimiliki oleh Anisa Rahmawati, seorang mahasiswa Program Studi Akuntansi Keuangan Publik. Usaha ini berfokus pada produksi jamur crispy sebagai bentuk inovasi kuliner yang memiliki potensi pasar yang luas. Namun, seperti kebanyakan UMKM lainnya, *Jaemur Crispy* menghadapi berbagai tantangan terkait pengadaan bahan baku, pengelolaan usaha, serta pemasaran (Robiansyah *et al.*, 2023). Tantangan ini menjadi perhatian utama dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, di mana pemilik usaha membutuhkan dukungan dalam pengelolaan bahan baku seperti jamur, tepung terigu, dan minyak goreng. Pendampingan dalam pengembangan strategi pemasaran digital juga sangat dibutuhkan guna memperluas jangkauan pasar produk tersebut. Di sisi lain, United Nations Development Programme (UNDP) dan Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Universitas Indonesia (LPEM UI) melakukan survei pada tahun 2020-2021 yang menunjukkan bahwa 48% UMKM mengalami kesulitan dalam memperoleh bahan baku, 77% UMKM mengalami kerugian pendapatan produk, 97% UMKM kehilangan nilai aset, dan 88% UMKM kehilangan permintaan produk (Badan Keahlian Setjen DPR RI, 2024). Sehubungan dengan permasalahan dan tantangan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas mahasiswa dalam menghadapi permasalahan tersebut, serta memberikan dampak positif terhadap pengembangan usaha *Jaemur Crispy*. Oleh karena itu, sebagai solusi atas tantangan yang dihadapi, penulis termotivasi untuk melaksanakan kegiatan PKM yang berfokus pada pengembangan kewirausahaan melalui penguatan usaha *Jaemur Crispy*. Tujuan utama dari kegiatan PKM ini adalah mendampingi mahasiswa dalam meningkatkan keterampilan pengadaan bahan baku, pengelolaan produksi, dan strategi pemasaran digital. Program ini juga berfokus pada pengembangan pemahaman manajemen operasional, terutama dalam pemanfaatan teknologi digital seperti *e-commerce* dan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Selain itu, kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat literasi keuangan mahasiswa yang menjalankan usaha kecil, sehingga mereka dapat mengelola keuangan dan memastikan efisiensi usaha yang lebih baik. Secara luas, program ini bertujuan untuk mendorong kewirausahaan di kalangan mahasiswa dan menciptakan ekosistem usaha kecil yang berkelanjutan, dengan *Jaemur Crispy* sebagai model usaha yang dapat direplikasi oleh mahasiswa lainnya.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh *Jaemur Crispy* adalah keterbatasan akses terhadap bahan baku berkualitas, kurangnya strategi pemasaran yang efektif, dan manajemen keuangan yang belum optimal. Pemilik usaha mengalami kendala dalam pengadaan bahan baku utama seperti jamur dan bahan pelengkap lainnya, yang berpengaruh pada kelancaran produksi. Selain itu, pemasaran produk masih minim dalam pemanfaatan platform digital dan *e-commerce*, meskipun studi menunjukkan bahwa pemasaran daring adalah kunci penting untuk meningkatkan daya saing usaha di era digital (Gabelaia & Tchelidze, 2022; Oliveira *et al.*, 2021). Kondisi ini semakin diperburuk oleh manajemen keuangan yang belum memadai, di mana perputaran modal usaha tidak optimal dan berpotensi menghambat perkembangan usaha dalam jangka panjang (Suryani *et al.*, 2024). Berdasarkan tinjauan literatur, keberhasilan UMKM sangat bergantung pada kemampuan mereka dalam mengelola pengadaan bahan baku dan strategi pemasaran digital, seperti promosi, branding, minat, dan kekuatan jaringan (Maharani & Nurlukman, 2023; Wijanarko & Susila, 2016). Selain itu, literatur juga menekankan pentingnya dukungan terhadap keterampilan manajerial, terutama dalam pengelolaan keuangan, untuk meningkatkan daya saing UMKM (Solihat *et al.*, 2022; Tambunan, 2011). Selanjutnya, tolok ukur keberhasilan UMKM juga ditentukan oleh keberlanjutan operasional UMKM dalam mempertahankan usaha dan memenuhi kewajiban keuangan jangka panjang, salah satunya melalui akses keuangan yang memadai, adopsi teknologi digital, dan produktivitas usaha yang efisien (Machin *et al.*, 2023). Penggunaan teknologi digital dan *e-commerce* terbukti memberikan akses pasar yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi usaha (Amoah *et al.*, 2023; Sayekti *et al.*, 2023). Di sisi lain, identifikasi peluang dalam manajemen pemasaran digital melibatkan berbagai strategi yang dapat membantu UMKM mencapai tujuan secara efektif (W. Nengsih *et al.*, 2024). Dengan demikian, program pendampingan PKM ini diharapkan dapat membantu kewirausahaan mahasiswa dalam mengembangkan usaha *Jaemur Crispy* untuk mengatasi tantangan yang dihadapi dan meningkatkan daya saing di pasar. Perubahan sosial yang diharapkan dari kegiatan ini adalah peningkatan keterampilan mahasiswa dalam pengelolaan usaha, terutama dalam pengadaan bahan baku, pemasaran digital, dan manajemen keuangan. Secara spesifik, *Jaemur Crispy* diharapkan dapat meningkatkan produktivitas, memperluas pasar, serta memiliki daya saing yang lebih kuat. Keberhasilan program ini juga diharapkan dapat menginspirasi mahasiswa lain untuk mengembangkan usaha mereka sendiri, sehingga tercipta peningkatan kemandirian ekonomi di kalangan mahasiswa. Selain itu, program ini juga diharapkan dapat menjadi contoh praktik baik dalam mendukung pengembangan UMKM berbasis mahasiswa di Indonesia.

## 2 | METODE

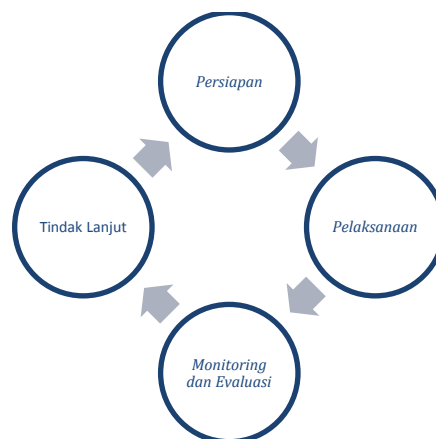
Program pendampingan usaha *Jaemur Crispy* dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kolaboratif berbasis partisipasi aktif dari subjek pengabdian. Subjek pengabdian dalam kegiatan ini adalah Anisa Rahmawati, pemilik usaha *Jaemur Crispy*, yang merupakan mahasiswa Program Studi Akuntansi Keuangan Publik di Universitas Terbuka. Lokasi pengabdian berlokasi di lingkungan kampus Universitas Terbuka, yang memiliki potensi untuk menjangkau pasar mahasiswa dan masyarakat sekitar, sesuai dengan hasil analisis kebutuhan awal yang dilakukan. Keterlibatan subjek dampingan dimulai sejak tahap perencanaan hingga implementasi, dengan fokus pada pemberdayaan dan peningkatan kapasitas mereka dalam mengelola usaha (Subekti *et al.*, 2018). Pada tahap awal, proses perencanaan aksi dimulai dengan mengadakan pertemuan antara tim pengabdian dan pemilik usaha untuk mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi, seperti manajemen produksi, pemasaran, dan pengadaan bahan baku. Melalui metode partisipatif, subjek pengabdian dilibatkan secara langsung dalam menyusun solusi praktis, sehingga rencana kegiatan yang disusun mencakup pelatihan pengadaan bahan baku, manajemen keuangan, serta strategi pemasaran digital (Astuti *et al.*, 2023). Tahap perencanaan juga melibatkan survei awal dan observasi lapangan untuk mendapatkan gambaran lebih jelas mengenai tantangan yang dihadapi oleh *Jaemur Crispy*.

Metode yang digunakan untuk mencapai tujuan kegiatan pengabdian ini adalah metode riset partisipatif dan observasi lapangan. Melalui pendekatan ini, subjek pengabdian dilibatkan secara aktif dalam proses analisis masalah dan perencanaan kegiatan. Selain itu, survei digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan pasar dan kendala pemasaran yang dihadapi. Penggunaan metode partisipatif bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan langsung subjek dalam setiap tahapan, sehingga mereka mendapatkan pengalaman praktis dan pemahaman yang lebih baik mengenai pengelolaan usaha (Zunaidi, 2024).

Kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui beberapa tahapan:

- 1) **Persiapan**  
Diskusi awal dengan subjek pengabdian untuk mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi dalam pengelolaan usaha, serta pelaksanaan survei lapangan.
- 2) **Pelaksanaan**  
Pelatihan pengadaan bahan baku, manajemen produksi, dan pemasaran digital menggunakan platform media sosial dan *e-commerce*.
- 3) **Monitoring dan Evaluasi**  
Evaluasi berkala dilakukan melalui diskusi dan pengamatan langsung untuk memantau perkembangan usaha dan efektivitas strategi yang diterapkan.
- 4) **Tindak Lanjut**  
Berdasarkan hasil evaluasi, masukan dari subjek pengabdian kepada pengabdian masyarakat dapat memberikan pemahaman untuk mengembangkan dan meningkatkan usaha secara berkelanjutan (Rusli *et al.*, 2022).

Berikut adalah diagram alur metode yang digunakan dalam kegiatan ini:



Gambar 1. Diagram Alur Proses Pengabdian Masyarakat

Metode dan strategi yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian ini difokuskan pada peningkatan keterampilan manajemen usaha serta kemampuan pemasaran digital bagi subjek pengabdian. Dalam tahap persiapan, langkah pertama adalah identifikasi kebutuhan dan perencanaan bersama. Identifikasi kebutuhan merupakan prosedur untuk menghimpun informasi terkait kebutuhan subjek pengabdian (Rusli *et al.*, 2022). Pada langkah ini, subjek pengabdian dilibatkan secara aktif untuk mengidentifikasi dan menganalisis masalah, tantangan, dan kebutuhan

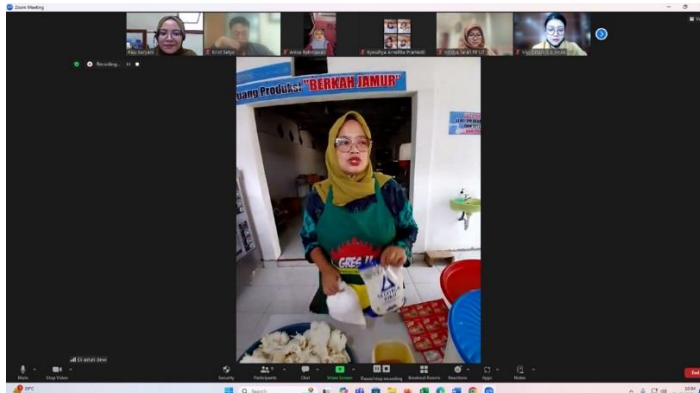
yang mereka hadapi. Keterlibatan langsung subjek pengabdian memberikan kesempatan bagi mereka untuk berbagi pemahaman, pengetahuan, dan pengalaman yang relevan dalam kegiatan pengabdian masyarakat (PKM). Setelah kebutuhan diidentifikasi, penulis dan subjek pengabdian bersama-sama aktif merumuskan tujuan, strategi, dan rencana aksi untuk menghadapi permasalahan yang telah diidentifikasi, sehingga keputusan yang diambil mencerminkan kepentingan dan aspirasi subjek pengabdian (Rusli *et al.*, 2022). Setelah tahap persiapan, penulis dan subjek pengabdian bekerja sama dalam pelaksanaan kegiatan. Keterlibatan subjek pengabdian dalam pelaksanaan kegiatan PKM mencakup pengumpulan data, pelatihan, dan pelaksanaan program kegiatan dengan dukungan, bantuan, dan kerjasama dari tim pengabdian masyarakat.

Tahapan selanjutnya adalah evaluasi secara kolaboratif yang melibatkan subjek pengabdian untuk menilai dampak dan efektivitas kegiatan PKM. Evaluasi dilakukan secara berkala dengan mempertimbangkan masukan langsung dari subjek pengabdian kepada tim pengabdian masyarakat, sehingga solusi yang dihasilkan dapat terus disesuaikan dengan perkembangan dan kebutuhan yang muncul selama pelaksanaan kegiatan. Proses evaluasi dalam riset tindakan partisipatif bertujuan untuk melibatkan partisipan dalam menilai dampak dan efektivitas kegiatan setelah program PKM dijalankan (Rusli *et al.*, 2022). Pada tahap terakhir, yaitu tindak lanjut, subjek pengabdian memiliki kontribusi penting dalam memberikan masukan, umpan balik, aspirasi, dan pemikiran terkait kegiatan PKM. Masukan ini menjadi dasar untuk meningkatkan atau melanjutkan kegiatan pengabdian agar lebih optimal di masa mendatang.

### 3 | HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan adanya perubahan signifikan dalam perkembangan usaha *Jaemur Crispy*. Selama proses pendampingan, beberapa kegiatan teknis dan program aksi telah dilaksanakan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh pemilik usaha, mulai dari manajemen produksi hingga pemasaran digital. Salah satu kegiatan penting adalah pelatihan manajemen keuangan, yang berfokus pada pencatatan transaksi harian, pengaturan anggaran, dan pengendalian biaya produksi. Subjek pengabdian, Anisa Rahmawati, dengan cepat menguasai keterampilan tersebut, yang tercermin dari peningkatan efisiensi produksi dan pengelolaan keuangan usahanya.



Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Jamur Crispy



Gambar 3. Penyerahan Bahan Baku dan Peralatan

Dari segi pemasaran, pelatihan penggunaan media sosial untuk meningkatkan penjualan juga memberikan dampak yang signifikan. Setelah mengikuti pelatihan, Anisa mulai memanfaatkan Instagram dan platform *e-commerce* lokal untuk mempromosikan *Jaemur Crispy*. Penggunaan strategi pemasaran digital ini berhasil meningkatkan jangkauan konsumen dan mendorong peningkatan penjualan produk secara keseluruhan. Berdasarkan data penjualan sebelum dan sesudah pelatihan, terdapat peningkatan penjualan sebesar 30% selama tiga bulan pertama setelah pelatihan dilaksanakan. Untuk memberikan gambaran lebih rinci mengenai peningkatan yang dicapai selama proses pendampingan, berikut disajikan tabel peningkatan penjualan usaha *Jaemur Crispy*:

Tabel 1. Peningkatan Penjualan

Bulan	Penjualan Sebelum Pelatihan (Rp)	Peningkatan Penjualan 30% (Rp)	Penjualan Setelah Pelatihan (Rp)
Bulan 1	1.200.000	360.000	1.560.000
Bulan 2	1.200.000	360.000	1.560.000
Bulan 3	1.200.000	360.000	1.560.000
Total	3.600.000	1.080.000	4.680.000

Dinamika proses pendampingan juga melibatkan diskusi dan refleksi bersama dengan subjek pengabdian terkait tantangan yang dihadapi selama menjalankan usaha. Salah satu hasil signifikan dari pendampingan ini adalah peningkatan kesadaran subjek terhadap pentingnya manajemen waktu dan pengendalian stok bahan baku, yang sebelumnya sering menyebabkan keterlambatan dalam produksi. Transformasi ini mencerminkan munculnya kesadaran baru yang mendorong perubahan perilaku lebih profesional dalam mengelola usaha, yang pada akhirnya berkontribusi pada kesinambungan bisnis.



Gambar 4. Produk Jamur Crispy

Perubahan sosial yang diharapkan dari program pendampingan ini mulai terlihat, dengan munculnya Anisa sebagai pemimpin lokal di kalangan mahasiswa yang terlibat dalam kewirausahaan. Kesuksesannya dalam mengembangkan usaha telah menginspirasi beberapa mahasiswa lainnya untuk memulai bisnis serupa dan belajar langsung dari pengalaman Anisa. Hal ini menunjukkan bahwa program pendampingan tidak hanya berhasil memberdayakan subjek utama, tetapi juga memiliki efek spillover yang positif pada komunitas mahasiswa di sekitarnya (Hana *et al.*, 2022). Dari perspektif teoretis, perubahan yang terjadi dalam proses pengabdian ini mendukung teori pemberdayaan masyarakat yang menyatakan bahwa keterlibatan aktif individu dalam perencanaan dan pelaksanaan program dapat mendorong perubahan perilaku dan kesadaran baru yang berkelanjutan (Zimmerman, 1995). Sejalan dengan teori pemberdayaan menurut Suharto (2006), kegiatan PKM ini dapat memperkuat individu atau kelompok yang lebih lemah dalam masyarakat untuk memperbaiki atau memperbaharui kondisi sosial, yaitu masyarakat yang berdaya, memiliki kekuasaan, pengetahuan, dan kemampuan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya—baik yang bersifat fisik, ekonomi, dan sosial, seperti mata pencaharian, berpartisipasi dalam kegiatan sosial, menyampaikan aspirasi, serta meningkatkan kepercayaan diri bermasyarakat dan kemandirian dalam menjalani aspek kehidupan.

Selain itu, pendekatan partisipatif yang diterapkan dalam kegiatan PKM ini dapat memperkuat pembelajaran dalam penyelesaian masalah dan pemenuhan kebutuhan praktis masyarakat, produksi ilmu pengetahuan, dan proses perubahan kualitas hidup masyarakat (Denzin & Yvonnas, 2009). Berdasarkan perspektif teori transformatif (Mezirow, 2009), perubahan transformatif dimulai ketika individu menerima pembaruan yang konstruktif dari masyarakat, sehingga mereka menjadi lebih inklusif, toleran, reflektif, serta terbuka pada sisi emosional dan kognitif. Sejalan dengan teori transformatif, kegiatan PKM ini merupakan riset yang berorientasi pada pemberdayaan dan perubahan (Afandi *et al.*, 2022). Hal ini didukung oleh proses riset partisipatif dalam kegiatan PKM yang dapat memberdayakan dan menumbuhkan kemampuan diri subjek pengabdian dalam meningkatkan penjualan produksi kewirausahaan *Jaemur Crispy*. Transformasi ini ditunjukkan melalui proses pendampingan yang difasilitasi oleh peneliti dalam pengambilan keputusan pengelolaan usaha *Jaemur Crispy*, agar subjek pengabdian lebih mandiri dan memiliki inisiatif dalam mengembangkan kualitas hidup mereka. Oleh karena itu, PKM ini dapat memberikan transformasi sosial melalui upaya yang sistematis, kolaboratif, dan berkelanjutan dalam pengelolaan kewirausahaan *Jaemur Crispy*. Dalam hal teori pemasaran digital, hasil kegiatan ini sejalan dengan teori pemasaran konten yang menyebutkan bahwa strategi pemasaran berbasis media sosial dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan loyalitas konsumen (Holliman & Rowley, 2014). Penerapan strategi ini pada usaha *Jaemur Crispy* menunjukkan hasil yang signifikan, terutama dalam peningkatan penjualan dan keterlibatan pelanggan melalui platform digital.

### 3.2 Pembahasan

*Jaemur Crispy*, usaha milik Anisa Rahmawati, menghadapi beberapa tantangan yang umum ditemui oleh UMKM di Indonesia, seperti terbatasnya akses terhadap bahan baku berkualitas, kurangnya strategi pemasaran yang efektif, dan pengelolaan keuangan yang belum optimal. Salah satu tantangan utama adalah pengadaan bahan baku, khususnya jamur yang menjadi bahan utama dalam produksi, serta bahan pelengkap seperti tepung terigu dan minyak goreng. Keterbatasan pasokan bahan baku ini berisiko mengganggu kelancaran produksi dan mempengaruhi kualitas produk akhir. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk mengadopsi strategi diversifikasi sumber bahan baku untuk mengurangi ketergantungan pada pemasok tertentu dan memastikan kontinuitas produksi (Afandi *et al.*, 2022). Selain itu, pemasaran produk yang masih terbatas pada metode konvensional perlu ditingkatkan dengan memanfaatkan pemasaran digital melalui media sosial dan platform e-commerce. Penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial secara efektif dapat meningkatkan visibilitas produk dan memperluas pasar, serta meningkatkan keterlibatan konsumen dengan brand (Gabelaia & Tchelidze, 2022; Maharani & Nurlukman, 2023). Pemasaran digital tidak hanya memperkuat *brand awareness*, tetapi juga memberikan akses yang lebih luas ke audiens yang lebih besar, meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif (Amoah *et al.*, 2023). Selain itu, pendampingan dalam manajemen keuangan juga sangat penting. Pengelolaan keuangan yang baik dapat memastikan keberlanjutan usaha, mengoptimalkan perputaran modal, serta mencegah pemborosan. Program pendampingan ini bertujuan untuk memperkenalkan praktik-praktik terbaik dalam pembukuan dan pengelolaan kas, yang dapat membantu UMKM mengelola keuangan mereka dengan lebih efisien (Solihat *et al.*, 2022; Suryani *et al.*, 2024). Dalam jangka panjang, penerapan strategi pemasaran digital dan manajemen keuangan yang efisien diharapkan dapat meningkatkan daya saing *Jaemur Crispy*, memperluas pasar, dan memperkuat keberlanjutan usaha. Keberhasilan program ini tidak hanya akan berdampak positif bagi *Jaemur Crispy*, tetapi juga dapat menjadi contoh bagi mahasiswa lainnya untuk mengembangkan usaha mereka sendiri, sehingga menciptakan kemandirian ekonomi di kalangan mahasiswa (Mezirow, 2009; Ubaid Aisyul Hana *et al.*, 2022).

## 4 | KESIMPULAN

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini menunjukkan bahwa pendampingan dalam pengembangan usaha *Jaemur Crispy* tidak hanya berhasil meningkatkan aspek teknis manajemen dan pemasaran, tetapi juga menciptakan perubahan sosial yang signifikan. Melalui serangkaian pelatihan dan kegiatan kolaboratif, subjek pengabdian, Anisa Rahmawati, mampu mengimplementasikan keterampilan baru yang berdampak positif pada pengelolaan usaha dan meningkatkan penjualan secara substansial. Selain itu, program ini telah mendorong terciptanya kesadaran baru dan perilaku yang lebih profesional dalam menjalankan bisnis, serta menumbuhkan semangat kewirausahaan di kalangan mahasiswa. Refleksi teoritis menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dalam pemberdayaan masyarakat efektif dalam menciptakan perubahan yang berkelanjutan dan meningkatkan kapasitas individu sebagai pemimpin lokal. Penemuan ini mendukung teori pemberdayaan masyarakat yang menekankan pentingnya keterlibatan aktif individu dalam proses pengambilan keputusan. Dalam hal ini, perubahan yang terjadi pada subjek pengabdian tidak hanya memberikan manfaat bagi individu, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan komunitas yang lebih luas. Sebagai rekomendasi untuk pengembangan kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya, penting untuk mempertimbangkan penambahan elemen evaluasi berkelanjutan untuk mengukur dampak jangka panjang dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Selain itu, memperluas cakupan pendampingan kepada komunitas lain dengan karakteristik yang berbeda dapat memberikan *insights* yang lebih luas tentang strategi pemberdayaan yang efektif. Implementasi teknologi informasi yang lebih intensif

juga dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi dalam pemasaran produk, terutama bagi pelaku usaha kecil dan menengah. Dengan demikian, kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan dapat menjadi model yang dapat direplikasi di komunitas lain, serta berkontribusi pada pengembangan kewirausahaan di kalangan mahasiswa dan masyarakat secara umum.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Terbuka atas dukungannya, serta kepada Anisa Rahmawati dan semua pihak yang telah berkontribusi dalam keberhasilan program ini.

## REFERENSI

- Amoah, J., Bruce, E., Shurong, Z., Bankuoru Egala, S., & Kwarteng, K. (2023). Social media adoption in smes sustainability: evidence from an emerging economy. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2183573. DOI: <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2183573>.
- Astuti, W., Mazia, L., Prasetyo, J. H., Sarasati, F., Dabi, J., Maharani, S., ... & Fathurahman, D. (2023). Optimalisasi Digital Marketing Sebagai Media Informasi Dan Pemasaran Produk Bagi Anggota Komunitas UMKM Naik Kelas. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 4(1), 1-11. DOI: <https://doi.org/10.56174/jap.v4i1.517>.
- Aulia, M. R., Hendra, J., Safitri, E., & Bawono, A. (2023). Keberlanjutan UMKM di Jawa Barat di Tinjau Dari New-era Business: Transformasi digital, dividen digital, dan kewirausahaan. *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 01-15. DOI: <https://doi.org/10.52005/bisnisan.v5i1.130>.
- Badan Keahlian Setjen DPR RI. (2024). Tantangan UMKM di tahun 2024. Diakses dari [https://berkas.dpr.go.id/pusaka/files/isu\\_sepekan/Isu%20Sepekan---V-PUSLIT-November-2023-246.pdf](https://berkas.dpr.go.id/pusaka/files/isu_sepekan/Isu%20Sepekan---V-PUSLIT-November-2023-246.pdf).
- Enseng, E., Ridwansyah, M., & Akmir, A. (2019). TRANSAKSI JUAL BELI ONLINE DAN MANAJEMEN RESIKO PERSPEKTIFEKONOMI SYARIAH DI KOLAKA JUAL BELI (KJB). *Jurnal Syariah Hukum Islam*, 2(2), 99-114.
- Gabelaia, I., & Tchelidze, L. (2022). The significance of digital marketing strategies for continuity of SMEs. *International Journal of Management, Knowledge and Learning*, 11. DOI: <https://doi.org/10.53615/2232-5697.11.187-196>.
- Holliman, G., & Rowley, J. (2014). Business to business digital content marketing: marketers' perceptions of best practice. *Journal of research in interactive marketing*, 8(4), 269-293. DOI: <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2014-0013>.
- Maharani, A., & Nurlukman, A. D. (2023). Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Umkm Melalui Sosial Media Dan E-Commerce Di Kota Tangerang. *Sebatik*, 27(1), 333-343. DOI: <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i1.2160>.
- Oliveira, M., Santos, T. C. S. D. M. D., Sousa, M., & Lopes, J. M. (2021). COVID 19 impacts on digital marketing strategies: The case of catering SMEs in Portugal. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 27, 1-9.
- Robiansyah, A., Daurrohmah, E. W., Suryani, P., Kharis, S. A. A., & Zubir, E. (2023). Peningkatan Kemampuan Menghitung BEP dan Pemasaran Melalui E-Commerce pada Usaha" Aprilla Puding and Cake". *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(1), 198-207.
- Rusli, T. S., Boari, Y., & Amelia, D. A. (2024). Pengantar Metodologi Pengabdian Masyarakat. *Pidie: Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*.
- Sayekti, Y., Purnamawati, I., Irmadariyani, R., Irawan, B., & Agustini, A. T. (2023). Pendampingan Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Sentra Tape di Desa Tegalwaru Kabupaten Jember. *AJAD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 114-122. DOI: <https://doi.org/10.59431/ajad.v3i2.180>.

- Solihat, I., Suryani, P., Idrus, O., Meilani, A., & Wardini, A. K. (2022). Peningkatan Kemampuan Penyusunan Laporan Keuangan Sesuai Standar Akuntansi bagi Pelaku UMKM di Provinsi Banten. *Jurnal Nusantara Mengabdikan*, 1(2), 77-83. DOI: <https://doi.org/10.35912/jnm.v1i2.904>.
- Subekti, P., Setianti, Y., & Hafiar, H. (2018). Pemberdayaan masyarakat berbasis lingkungan hidup di Desa Margalaksana Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Kawistara*, 8(2). DOI: <https://doi.org/10.22146/kawistara.30379>.
- Suharto, E. (2009). Membangun masyarakat memberdayakan rakyat.
- Suryani, P., Prasetyo, Y., Nugraheni, N., Firman, A., Rachman, S., & Wahyu, M. (2024). Peningkatan pemasaran dan packaging telur asin pedas melalui e-commerce di Pontang, Kabupaten Serang. *Society: Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 4(2), 200-207. DOI: <https://doi.org/10.37802/society.v4i2.576>.
- Tambunan, T. T. H. (2011). Development of micro, small and medium enterprises and their constraints: A story from Indonesia. *Gajah Mada International Journal of Business*, 13(1). DOI: <https://doi.org/10.22146/gamaijb.5492>.
- Taylor, E. W. (2018). Transformative learning theory. *educare gli affetti: Studi in onore di bruno rossi.-(I Problemi Dell'educazione)*, 301-320.
- Ubaid Aisyul Hana, Suci Reza Syafira, Fauzan, & Bagus Swi Endrayana. (2022). Peran pesantrenpreneur dalam pemberdayaan santri Pondok Pesantren Roudlotun Nafi'iyah. *MALIA (TERAKREDITASI)*, 14(1). DOI: <https://doi.org/10.35891/ml.v14i1.3679>.
- Wijanarko, A., & Susila, I. (2016). Faktor Kunci Keberhasilan UMKM Kreatif.
- Zimmerman, M. A. (1995). Psychological empowerment: Issues and illustrations. *American Journal of Community Psychology*, 23(5). DOI: <https://doi.org/10.1007/BF02506983>.
- Zunaidi, A. (2024). Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas.

How to cite this article: Suryani, P., Daurrohmah, E. W., Gaol, L. L., Puspitasari, N. F. D., Robiansyah, A. ., Rahmawati, A., Yulianto, K. S., & Oktari, V. . (2024). Mendorong Kewirausahaan Mahasiswa: Program Pendampingan Pengembangan Usaha 'Jaemur Crispy'. *AJAD : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 658-665. <https://doi.org/10.59431/ajad.v4i3.401>.