



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 5 Tahun 2023 Page 8203-8217

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Upaya Meningkatkan Potensi UMKM Melalui Technosociopreneur Skill dan Entrepreneurial Mindset UMKM Kuliner Sawangan Depok

Nobelson^{1✉}, Suharyati², Desmintari³

Jurusan Manajemen, UPN Veteran Jakarta

Email: nobelson@upnvj.ac.id^{1✉}

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan memberikan pemahaman tentang Technosociopreneur dan Entrepreneurial Mindset kepada peserta pelatihan yang merupakan UMKM binaan IWAPI ranting Sawangan. Pemberian materi berupa pemahaman Technosociopreneur, Entrepreneurial mindset dan Praktek membuat produk olahan lidah buaya yang berkualitas dan inovatif. Pemahaman materi Technosociopreneur berhasil mencapai 86%, sedangkan pemahaman tentang Entrepreneurial Mindset mencapai 85.5%, yang menunjukkan tingkat pemahaman yang relatif tinggi. Pada kegiatan praktik membuat produk inovatif, di mana pemahaman materi mencapai 87.4%. Hasil ini mencerminkan efektivitas pelaksanaan kegiatan pengabdian dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yaitu meningkatkan pemahaman tentang technosociopreneurship, pola pikir kewirausahaan, dan keterampilan dalam pembuatan produk inovatif. Rekomendasi yang diajukan adalah agar peserta UMKM terus memanfaatkan pemahaman dan keterampilan yang diperoleh dalam meningkatkan inovasi produk, memanfaatkan teknologi, dan berkolaborasi untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan dalam kegiatan usaha mereka. Evaluasi berkala dan pembelajaran lanjutan juga dianggap penting untuk menjaga daya saing dan adaptasi terhadap perubahan pasar.

Kata kunci: *Technosociopreneur; Pola Pikir Kewirausahaan; MSMEs; IWAPI ranting Sawangan.*

Abstract

This community service activity is carried out by providing an understanding of the Techno Sociopreneur and Entrepreneurial mindset to training participants who are MSMEs fostered by IWAPI Sawangan branch. The material delivery included comprehension of Techno Sociopreneur, Entrepreneurial Mindset, and the practice of producing high-quality and innovative aloe vera-based products. The understanding of the Techno Sociopreneur material successfully reached 86%, while the comprehension of Entrepreneurial Mindset reached 85.5%, indicating a relatively high level of understanding. During the practical phase of creating innovative products, the understanding of the material reached 87.4%. These results reflect the effectiveness of the community service activities in achieving the established objectives, namely, enhancing understanding of techno sociopreneur, entrepreneurial mindset, and skills in creating innovative products. Recommendations include encouraging SME participants to continually utilize the knowledge and skills acquired to enhance product innovation, leverage technology, and collaborate for sustainable business growth. Periodic evaluations and further learning are also considered crucial for maintaining competitiveness and adapting to market changes.

Keywords: *the Techno Sociopreneur; Entrepreneurial Mindset; MSMEs; IWAPI Sawangan branch.*

PENDAHULUAN

Teknologi telah mengubah masyarakat secara mendalam dengan memengaruhi cara belajar, berpikir, dan berkomunikasi. Meskipun memberikan manfaat dengan meningkatkan akses terhadap informasi dan peluang ekonomi, penggunaan berlebihan teknologi dapat mengakibatkan penurunan aktivitas fisik dan masalah keamanan seperti pencurian identitas. Ketergantungan pada teknologi juga menyebabkan isolasi sosial, dan pertimbangan etika dalam penggunaan data pribadi menjadi penting. Masyarakat harus bijak dan bertanggung jawab dalam menghadapi dampak teknologi ini untuk memaksimalkan manfaat dan menghindari dampak negatifnya, (Sameekshakhandelwal, 2023), (Tjandrawinata, 2016). Revolusi industri 4.0 membawa tantangan seperti kurangnya keterampilan SDM yang sesuai, masalah keamanan teknologi komunikasi, stabilitas mesin produksi, ketidakmampuan beradaptasi, dan otomasi pekerjaan. Society 5.0 mengusung gagasan masyarakat berpusat pada manusia dan menggabungkan ekonomi dengan penyelesaian masalah sosial melalui konektivitas dunia maya dan nyata, menuntut pengembangan literasi data, teknologi, dan manusia untuk mengatasi tantangan ini, (Ellitan, 2020), (Gobiz, 2021). Dalam era perindustrian baru, adaptasi usaha penting untuk menghindari bangkrut, mempertahankan relevansi dengan perubahan permintaan pasar, dan memungkinkan inovasi untuk memenuhi ekspektasi pasar, sehingga usaha memiliki peluang lebih besar untuk berkembang dan sukses.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia dengan kontribusi yang mencakup perluasan lapangan kerja, pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB), serta memberikan jaring pengaman untuk masyarakat berpendapatan rendah dalam aktivitas ekonomi produktif, (Putri, 2019). Di tengah ketidakpastian ekonomi yang terus meningkat, UMKM dianggap sebagai solusi yang sangat relevan untuk mengatasi resesi, mengingat kemampuannya bertahan selama masa krisis seperti pada tahun 1998 dan pandemi Covid-19. Dengan jumlah UMKM yang mencapai 64,2 juta unit di Indonesia, yang terdiri dari usaha mikro, kecil, dan menengah, serta menyerap hampir 97% dari tenaga kerja di negara ini, Indonesia memiliki potensi kuat untuk menjadi basis ekonomi yang kokoh, (smesco, 2023). Model bisnis yang mendukung kesuksesan bisnis memiliki relevansi yang signifikan dalam empat aspek kunci. Pertama, kesuksesan tercermin secara nyata dalam model bisnis dan praktik manajemen. Kedua, model bisnis membantu manajer untuk fokus pada aspek penting dari tanggung jawab mereka, meningkatkan keberlanjutan. Ketiga, model bisnis menjadi alat konseptual untuk membedakan perusahaan dari pesaing dalam jangka panjang. Keempat, perubahan dalam model bisnis merupakan komponen penting untuk bertahan dalam pasar yang dinamis dan beradaptasi dengan perubahan kondisi, dengan sekitar 70% perusahaan harus mengubah model bisnis mereka untuk tetap kompetitif. Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis saat ini disebabkan oleh faktor seperti globalisasi, deregulasi pasar, inovasi yang cepat, dan integrasi ekonomi tinggi, yang semuanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dalam industri, (Wirtz et al., 2016). Oleh sebab itu perlu adanya pembangunan pola pikir dan keterampilan technosociopreneur pada seorang wirausaha dalam proses pengembangan bisnis pada UMKM di Indonesia agar lebih kompetitif. Technosociopreneur merupakan sebuah konsep bisnis yang menggabungkan antara aspek teknologi dan aspek sosial. Model bisnis ini diharapkan dapat menjadi sebuah alternatif solusi untuk mengatasi permasalahan ekonomi dan sosial. Untuk perubahan tersebut bisa dimulai dengan mengubah pola pikir bahwa suatu permasalahan yang sedang dihadapi masyarakat dapat menjadi sebuah peluang bisnis dan memprediksi hal yang akan menjadi kebutuhan masyarakat dimasa mendatang. (Silvatika, 2020)

Dalam dunia bisnis yang terus bertumbuh, konsep pola pikir pertumbuhan kewirausahaan yang ditandai oleh kecenderungan menerima tantangan, melihat kegagalan sebagai peluang belajar, dan semangat untuk perbaikan terus-menerus (entrepreneurial growth mindset), memengaruhi perilaku dan hasil kewirausahaan serta berdampak positif pada pengenalan peluang, pengambilan risiko, dan kemampuan menavigasi ketidakpastian, seperti yang terbukti oleh penelitian, (Hmieleski & Corbett, 2008), (Carol S, 2006). Dalam

era teknologi yang maju saat ini, technopreneurship, yang bergantung pada self-efficacy dalam Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) serta faktor-faktor seperti kreativitas, orientasi kewirausahaan, dan pembelajaran technopreneurial, menjadi kunci bagi calon technopreneur. Penelitian (Pirdaus et al., 2022), (Olusegun et al., 2019), (Rusliati et al., 2022), (Utomo & Santoso, 2022), menegaskan peran penting teknologi dalam membentuk niat dan kesuksesan technopreneur, serta dalam menciptakan bisnis inovatif yang mendorong pertumbuhan ekonomi. Sinergi antara technopreneurship dan kreativitas memainkan peran vital dalam meningkatkan kinerja bisnis dan adaptasi di pasar global yang berkembang pesat. Terutama bagi UMKM, technopreneurship adalah kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif, sementara penerapan teknologi baru dan strategi bisnis efisien dapat membentuk pasar dan meningkatkan daya saing.

(Silvatika, 2020), penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mencari model bisnis UMKM agar dapat bertahan di era new normal yang penuh tantangan. UMKM dihadapkan pada masalah seperti peningkatan kemiskinan serta resesi global, yang mengharuskan mereka beradaptasi untuk tetap bertahan. UMKM yang mampu berubah dalam perilaku dan aktivitas ekonominya akan menjadi yang sukses. Para pengusaha di era new normal tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga memiliki orientasi sosial dengan memanfaatkan teknologi digital yang disebut sebagai Technosociopreneur, yaitu gabungan antara wirausahawan teknologi dan wirausahawan sosial yang menjadi model bisnis ideal untuk masa ini.

Pemerintah Kota Depok memiliki komitmen kuat untuk meningkatkan jumlah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) karena mereka dianggap memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi kota ini, termasuk mengurangi angka pengangguran. Saat ini, terdapat sekitar 2.385 pelaku UMKM di Depok yang telah memberikan kontribusi positif dalam membangun kota ini. Untuk meningkatkan kualitas produk UMKM, DKUM Kota Depok secara berkala menyelenggarakan pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan para pelaku UMKM, yang pada gilirannya dapat menciptakan lapangan kerja. Selain itu, di Kelurahan Sawangan Baru, yang merupakan bagian dari Kota Depok, terdapat 1.150 unit UMKM, dan sampai saat ini masih dilakukan upaya pelatihan dan pendampingan bagi UMKM khususnya yang tergabung dalam kelompok IWAPI untuk memperkuat manajemen bisnis dan pemanfaatan teknologi dalam usaha mereka, (Rasti, 2019).

Dalam konteks pentingnya pemberdayaan UMKM yang telah terbukti dapat bertahan selama krisis, peneliti dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN Veteran Jakarta, yang terdiri dari dosen dan mahasiswa, melakukan pengabdian kepada masyarakat dengan fokus pada pelaku UMKM di wilayah Sawangan Permai. Identifikasi beberapa permasalahan yang

dihadapi oleh pelaku UMKM, termasuk kinerja bisnis yang belum maksimal, pola pikir yang belum berorientasi kewirausahaan, dan kurangnya pengetahuan mengenai perencanaan usaha. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, mengenai Technosociopreneur Skill and Entrepreneurial Mindset, tujuan dari pengabdian ini adalah memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang keterampilan dan pola pikir Technosociopreneur dalam pengembangan usaha mereka. Dengan demikian, diharapkan para pelaku UMKM dapat lebih inovatif, berkompetisi, dan berkelanjutan dalam bisnis mereka. Hal ini sesuai dengan tugas tridarma sebagai dosen dan untuk mencapai IKU 5 yang berkaitan dengan keterlibatan dosen dalam masyarakat.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat melibatkan pelatihan tentang pola pikir wirausaha, memberikan pemahaman mengenai Technosociopreneur dan Perencanaan usaha, kepada 27 pelaku UMKM yang didukung oleh IWAPI. Pendekatan yang digunakan adalah memberikan ceramah secara langsung kepada peserta mengenai topik-topik tersebut. Untuk melaksanakan kegiatan ini agar lebih efisien, didasarkan pada prosedur kerja yang memfasilitasi pelaksanaan dan evaluasi kegiatan ini.

Tabel 1. Prosedur kerja kegiatan pengabdian kepada masyarakat

TAHAP	KEGIATAN	INDIKATOR
I	a. Memberikan pemahaman Pola pikir kewirausahaan	Dilakukan test untuk menilai pencapaian pemahaman materi > 70 %
	b. Memberikan pemahaman mengenai Technosociopreneur	Dilakukan test untuk menilai pencapaian pemahaman materi > 70 %
II	Praktek membuat produk inovatif dan berkualitas berupa minuman lidah buaya	Dilakukan test untuk menilai pencapaian pemahaman materi > 65 %

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melibatkan beberapa tahap yaitu mengurus perizinan untuk pelaksanaan bersama mitra, melakukan studi lapangan untuk memahami prioritas masalah mitra, pemahaman tentang budaya lokal yang mempengaruhi masalah

masyarakat, dan melakukan kerjasama dengan IWAPI ranting Sawangan Kota Depok untuk mengatasi masalah mitra. Selama tahap pelaksanaan, akan disiapkan peralatan dan materi untuk peserta dan tim pelaksana, memberikan pelatihan tentang pola pikir wirausaha, technososiopreneur, melalui ceramah, serta praktek pembuatan produk inovatif. Pada tahap akhir, akan dibuat laporan hasil program, pelaksanaan program akan dimonitor, dan laporan akan dipublikasikan agar bermanfaat sebagai sumber informasi terutama bagi pelaku UMKM dan masyarakat lainnya.

Partisipasi mitra di dalam program pengabdian kepada masyarakat ini meliputi tahap awal hingga tahap akhir. Pada tahap awal, mitra berpartisipasi dengan memberikan informasi tentang permasalahan yang dihadapinya, memberikan perijinan untuk melakukan studi lapangan pada wilayah mitra, serta menandatangani perijinan program pengabdian kepada masyarakat. Pada tahap pelaksanaan, mitra membantu mengarahkan peserta untuk mengikuti pelatihan dan pembekalan secara seksama. Sementara itu, pada tahap akhir, mitra memberikan izin kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta untuk memantau keberlanjutan program di mitra.

Evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program dilakukan dengan mengadakan test diakhir pelaksanaan program kepada mitra. Hal ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan pemahaman dan skill mitra dari materi yang disampaikan melalui teori dan praktek. Selain itu, keberlanjutan program juga akan dipantau dengan meminta informasi mengenai penerapan materi-materi yang diberikan dan dampaknya terhadap kinerja mitra. Dengan demikian, partisipasi aktif mitra menjadi sangat penting dalam keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Diskripsi Data Peserta Abdimas

Pada Tabel 2. Menunjukkan data UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) binaan IWAPI Ranting Sawangan sebagai peserta Abdimas dengan jumlah sebanyak 27 orang, dapat jelaskan sebagai berikut:

Jenis Usaha: Mayoritas UMKM berada pada sektor kuliner, yang mencakup sekitar 77.8% dari total responden. Hal ini menunjukkan bahwa sektor kuliner sangat diminati di kalangan UMKM. Namun, jenis usaha lain seperti feysion, rumahtangga, salon, ATK, dan handicraft yang, meskipun lebih kecil dalam persentase, tetap berkontribusi pada UMKM.

Usia Usaha: Data menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM berada pada tahap pertumbuhan awal, dengan sekitar sepertiga dari bisnis berusia antara 1 hingga 3 tahun. Hal ini bisa diartikan bahwa masih ada potensi pertumbuhan yang signifikan dalam sektor

UMKM. Selain itu, sekitar 30% bisnis berusia lebih dari 5 tahun, menunjukkan adanya UMKM yang telah berhasil bertahan dalam jangka waktu yang lama.

Modal Usaha: Mayoritas UMKM memiliki modal awal yang terbatas, dengan sekitar 63.0% bisnis dimulai dengan modal kurang dari Rp. 5.000.000. Hal ini mencerminkan karakteristik UMKM yang sering kali dimulai dengan sumber daya terbatas. Namun, sekitar 11.1% memiliki modal antara Rp. 25.000.000 hingga Rp. 50.000.000, menunjukkan bahwa ada pula UMKM yang memiliki modal yang lebih besar.

Jumlah Karyawan: Sebagian besar UMKM adalah bisnis kecil dengan kurang dari 3 orang karyawan, yang mencapai 85.2%. Ini mengindikasikan bahwa UMKM umumnya adalah usaha mandiri atau beroperasi dengan tim yang sangat kecil. Namun, ada beberapa UMKM yang memiliki tim yang lebih besar, dengan sekitar 3.7% memiliki lebih dari 10 orang karyawan.

Jumlah Penjualan Perbulan: Data penjualan per bulan menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM memiliki tingkat penjualan yang relatif rendah, dengan sekitar 66.7% bisnis memiliki penjualan kurang dari Rp. 5.000.000. Meskipun begitu, sekitar 11.1% memiliki penjualan di atas Rp. 25.000.000, menunjukkan bahwa beberapa UMKM mampu mencapai tingkat penjualan yang lebih tinggi. Pada table 2. tersebut juga mencerminkan strategi penjualan dan penggunaan media online yang digunakan oleh UMKM dalam menjalankan bisnisnya. Dari segi cara penjualan, sebagian besar UMKM (63.0%) menggunakan kombinasi penjualan secara offline dan online, yang menunjukkan adopsi model bisnis campuran. Sementara itu, sekitar 29.6% UMKM hanya menjual secara offline, dan 7.4% hanya menjual secara online. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar UMKM masih mengandalkan penjualan offline, meskipun penjualan online juga semakin mendapatkan perhatian. Dalam hal jenis media online yang digunakan, Instagram, WhatsApp, dan Facebook adalah pilihan utama dengan 29.6% responden yang menggunakan kombinasi ketiganya. Selanjutnya, Instragram dan WhatsApp digunakan oleh 22.2% UMKM, sementara kios online digunakan oleh 18.5% responden. Data ini menunjukkan bahwa media sosial seperti Instagram dan WhatsApp sangat populer dalam mendukung aktivitas penjualan UMKM, dan beberapa juga mengadopsi platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia sebagai tambahan.

Melihat pada jenis media sosial yang digunakan, WhatsApp dan Instagram mendominasi dengan masing-masing 70.4%, diikuti oleh Facebook dengan 37.0%. Hal ini menunjukkan bahwa platform-platform komunikasi seperti WhatsApp menjadi sarana yang penting dalam menjalankan bisnis UMKM, sementara media sosial lainnya seperti Tiktok, Google Bisnis, dan Tokopedia memiliki adopsi yang lebih rendah. Secara keseluruhan, data ini menggambarkan keragaman dalam UMKM, baik dalam jenis usaha, usia, modal, jumlah

karyawan, maupun penjualan. Hal ini menunjukkan kompleksitas dalam ekosistem UMKM dan memberikan wawasan penting bagi pemangku kepentingan untuk mendukung perkembangan dan pertumbuhan UMKM sesuai dengan kebutuhan mereka. Secara keseluruhan, hasil ini menggambarkan bahwa sebagian besar UMKM telah mengadopsi strategi penjualan campuran, dengan fokus pada penggunaan WhatsApp, Instagram, dan Facebook sebagai sarana utama untuk mendukung bisnis online mereka. Meskipun begitu, adanya variasi dalam penggunaan platform online juga mencerminkan bahwa UMKM berusaha menyesuaikan diri dengan preferensi pelanggan dan kemungkinan pasar yang berbeda.

Tabel 2. Diskripsi Data Peserta Abdimas

	Items	Jumlah (%)	Jumlah
Jenis Usaha	Kuliner	77.8%	21
	Feysion	7.4%	2
	Rumahtangga	3.7%	1
	Salon	3.7%	1
	ATK	3.7%	1
	Handicraft	3.7%	1
	Total	100%	27
	Usia Usaha	1 tahun - 3 tahun	33.3%
> 3 tahun - 5 tahun		33.3%	9
> 5 tahun		29.6%	8
< 1 tahun		3.7%	1
Total		100%	27
Modal Usaha	< Rp. 5.000.000	63.0%	17
	Rp. 5.000.000 - Rp. 25.000.000	22.2%	6
	Rp. 25.000.000 - Rp. 50.000.000	11.1%	3
	> Rp. 50.000.000	3.7%	1
	Total	100%	27
Jumlah Karyawan	< 3 orang	85.2%	23
	3 orang - 5 orang	7.4%	2
	> 5 orang - 10 orang	3.7%	1
	> 10 orang	3.7%	1

	Total	100%	27
Jumlah Penjualan Perbulan	< Rp. 5.000.000	66.7%	18
	Rp. 5.000.000 - Rp. 15.000.000	14.8%	4
	> Rp. 25.000.000	11.1%	3
	> Rp. 15.000.000	3.7%	1
	> Rp. 15.000.000 - Rp. 25.000.000	3.7%	1
	Total	100%	27
Cara Penjualan	secara offline dan online	63.0%	17
	secara Offline	29.6%	8
	secara Online	7.4%	2
	Total	100%	0
Jenis media online yang digunakan	Instragram, Whats App, Facebook	29.6%	8
	Instragram, Whats App	22.2%	6
	Kios	18.5%	5
	Whats App	11.1%	3
	Instragram, Whats App, Shopee dan Tokopedia	3.7%	1
	Instragram, Tiktok, Whats App, Facebook, Shopee	3.7%	1
	Whats App, Facebook	3.7%	1
	Facebook	3.7%	1
	Instragram, Whats App, Facebook, Website, Gg bisnis	3.7%	1
	Total	100%	27
Jenis Media Sosial	Whats App	70.4%	19
	Instragram	70.4%	19
	Facebook	37.0%	10
	Kios	29.6%	8
	Shopee	7.4%	2
	Website	3.7%	1
	Tiktok	3.7%	1
	Google Bisnis	3.7%	1
	Tokopedia	3.7%	1
	Total		27

Sumber: Data diolah

Diskripsi data pemahaman peserta Abdimas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pada tabel 3 menggambarkan pemahaman peserta terhadap materi Technopreneur yang diukur dengan skala penilaian dari 1 hingga 5, di mana 1 adalah pemahaman terendah dan 5 adalah pemahaman tertinggi. Hasil interpretasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki pemahaman yang baik terhadap materi Technopreneur, dengan persentase keseluruhan mencapai 86.0%. Lebih khusus, 83.7% peserta memiliki pemahaman tinggi (skor 4 dan 5), sementara hanya 1 orang yang memiliki pemahaman rendah (skor 1 dan 2). Hasil ini menunjukkan bahwa materi Technopreneur telah berhasil dipahami dengan baik oleh sebagian besar peserta, yang menunjukkan tingkat efektivitas materi pelatihan tersebut dalam meningkatkan pemahaman tentang konsep technopreneurship di kalangan peserta.

Tabel 3. Pemahaman Peserta Terhadap Materi Technopreneur

No Butir	Frekuensi Jawaban					Jumlah	Persentasi
	1	2	3	4	5		
T1	0	1	6	13	7	107	79.3%
T2	0	0	3	16	8	113	83.7%
T3	0	0	4	15	8	112	83.0%
T4	0	0	7	14	6	107	79.3%
T5	0	0	7	13	7	108	80.0%
T6	0	0	9	14	4	103	76.3%
Jumlah	0	1	36	85	40	650	86.0%
	0	2	108	340	200		

Sumber: Data diolah

Tabel 4, mencerminkan pemahaman peserta terhadap materi Entrepreneurial Mindset yang diukur menggunakan skala penilaian dari 1 hingga 5, di mana 1 adalah pemahaman terendah dan 5 adalah pemahaman tertinggi. Hasil interpretasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki pemahaman yang baik terhadap materi Entrepreneurial Mindset, dengan persentase keseluruhan mencapai 85.5%, hal ini membuktikan rata-rata peserta menjawab dengan (skor 4 dan 5), sementara hanya sedikit yang memiliki pemahaman rendah (skor 1 dan 2). Data ini mengindikasikan bahwa materi Entrepreneurial Mindset telah berhasil disampaikan dengan efektif kepada peserta, sehingga berpotensi

membantu mereka mengembangkan pola pikir kewirausahaan yang diperlukan untuk menghadapi tantangan bisnis dan peluang dalam lingkungan yang berubah-ubah.

Tabel 4. Pemahaman Peserta Terhadap Materi Entrepreneurial Mindset

No Butir	Frekuensi Jawaban					Jumlah	Persentasi
	1	2	3	4	5		
M1	0	1	5	17	4	105	77.8%
M2	0	1	6	13	7	107	79.3%
M3	0	1	9	12	5	102	75.6%
M4	0	1	7	14	5	104	77.0%
M5	1	1	6	12	7	104	77.0%
M6	0	1	5	14	7	108	80.0%
Jumlah	1	6	38	82	35	630	85.5%
	1	12	114	328	175		

Sumber: Data diolah

Tabel 5. mencerminkan pemahaman peserta terhadap manfaat pembuatan produk inovatif yang diukur menggunakan skala penilaian dari 1 hingga 5, di mana 1 adalah pemahaman terendah dan 5 adalah pemahaman tertinggi. Hasil interpretasi tabel ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki pemahaman positif terhadap manfaat pembuatan produk inovatif, dengan persentase keseluruhan mencapai 87.4%. Rata-rata peserta memiliki pemahaman tinggi (skor 4 dan 5) tentang manfaat tersebut, sementara hanya 4 orang yang memiliki pemahaman rendah (skor 2). Data ini mengindikasikan bahwa peserta memiliki pemahaman yang kuat tentang pentingnya inovasi dalam pembuatan produk dan percaya bahwa inovasi dapat membawa manfaat positif dalam perkembangan bisnis mereka. Ini dapat menjadi dorongan positif bagi peserta untuk mengadopsi praktik inovatif dalam bisnis mereka untuk mencapai keunggulan kompetitif dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Tabel 5. Pemahaman Terhadap Manfaat Pembuatan Produk Inovatif

No Butir	Frekuensi Jawaban					Jumlah	Persentasi
	1	2	3	4	5		
P1	0	0	1	16	10	117	86.7%
P2	0	0	2	12	13	119	88.1%
P3	0	0	5	12	10	113	83.7%

P4	0	0	2	13	12	118	87.4%
P5	0	1	2	14	10	114	84.4%
P6	0	1	4	13	9	111	82.2%
Jumlah	0	2	16	80	64	692	87.4%
	0	4	48	320	320		

Sumber: Data diolah

Foto Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Pada UMKM IWAPI Ranting Sawangan



Sambutan Ketua Iwapi Ranting Sawangan, ibu Lejar Tri Ayunita



Pemberian Materi Kewirausahaan oleh Drs Nobelson, MM



Peserta Mengikuti Ceramah Kewirausahaan



Foto Bersama Tim Abdimas Dosen dan Mahasiswa



Foto Bersama Tim Abdimas Dosen



Kegiatan Praktek Kewirausahaan,
membuat minuman lidah buaya



Produk -produk lainnya karya UMKM
binaan Iwapi ranting Sawangan



Pemberian bingkisan kepada
peserta Abdimas

SIMPULAN

Dalam tahap pertama, tim pengabdian memberikan pemahaman tentang Technosociopreneur dengan standar pemahaman materi di atas 70%. Hasil yang berhasil dicapai mencapai 86%, yang menunjukkan bahwa peserta kegiatan pengabdian berhasil mencapai pemahaman materi di atas standar yang telah ditetapkan. Pada tahap kedua, tim memberikan pemahaman mengenai Entrepreneurial Mindset dengan standar penilaian pemahaman materi di atas 70%. Hasil yang dicapai mencapai 85.5%, mengindikasikan bahwa peserta dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat memiliki pemahaman yang relatif tinggi terhadap konsep Entrepreneurial Mindset. Selanjutnya, pada tahap ketiga, peserta terlibat dalam praktik membuat produk inovatif dan berkualitas berupa minuman lidah buaya dengan standar penilaian pemahaman materi di atas 65%. Hasil yang berhasil dicapai mencapai 87.4%, menunjukkan bahwa peserta kegiatan pengabdian berhasil mencapai pemahaman materi di atas standar yang ditetapkan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah berjalan sesuai prosedur dan peserta telah berhasil memenuhi atau bahkan melebihi standar yang telah ditetapkan

dalam setiap tahap kegiatan. Hal ini mencerminkan efektivitas pelaksanaan kegiatan pengabdian dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kesuksesan ini juga menunjukkan bahwa peserta memiliki pemahaman yang relatif tinggi terhadap materi yang diberikan, yang merupakan hal yang positif dalam upaya meningkatkan kesadaran dan keterampilan dalam bidang technososiopreneur, pola pikir kewirausahaan, serta pembuatan produk yang berkualitas dan inovatif.

Saran yang dapat diberikan adalah Peserta pengabdian sebagai UMKM dapat memanfaatkan pemahaman yang telah diperoleh tentang Technososiopreneur dan Entrepreneurial Mindset untuk memanfaatkan teknologi dan mengembangkan pola pikir kewirausahaan yang inovatif. Mereka harus terus mendorong inovasi produk dan kualitas dalam usaha mereka, terus berupaya mengikuti pembelajaran lanjutan, dan memperluas jaringan yang kuat. Selain itu, evaluasi berkala harus dilakukan untuk memastikan bahwa mereka terus beradaptasi dengan perubahan pasar dan menerapkan perbaikan yang diperlukan dalam bisnis mereka. Dengan cara ini, peserta dapat memaksimalkan manfaat dari kegiatan pengabdian dan meningkatkan potensi pertumbuhan bisnis UMKM mereka maupun kinerja UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Carol S, D. (2006). *MINDSET-The New Psychology of Succss* (Issue 1). The Random House Publishing Group.
- Ellitan, L. (2020). Competing in the Era of Industrial Revolution 4.0 and Society 5.0. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.30588/jmp.v10i1.657>
- Gobiz. (2021). *3 Alasan Pemilik Usaha Wajib Beradaptasi di Tengah Persaingan Pasar*. <https://gobiz.co.id/pusat-pengetahuan/adaptasi-persaingan-pasar/>
- Hmieleski, K. M., & Corbett, A. C. (2008). The contrasting interaction effects of improvisational behavior with entrepreneurial self-efficacy on new venture performance and entrepreneur work satisfaction. *Journal of Business Venturing*, 23(4), 482–496. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2007.04.002>
- Olusegun, O. O., Akpoviroro, K. S., & Adebowale, O. M. (2019). Impact of Technopreneurship on Business Performance. *Journal of Economics and Management Research*, 8, 55–71. <https://doi.org/10.22364/jemr.8.03>
- Pirdaus, R. Y., Kusnendi, K., & Kusnendi, K. (2022). Ict Self Efficacy Dan Creativity Sebagai Determinasi Technopreneurship Intention. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v10i1.5607>

- Putri, A. S. (2019, December 20). Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia. *Kompas.Com*. <https://www.kompas.com/skola/read/2019/12/20/120000469/peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia>
- Rasti, R. (2019). *Pemkot Berharap UMKM Bisa Memajukan Ekonomi Depok*.
- Rusliati, E., Affandi, A., Mulyaningrum, M., & Alghifari, E. (2022). Technopreneurship on Market Penetration and Product Development in Micro and Small Enterprises. *Trikonomika*, 21(1), 30–36. <https://doi.org/10.23969/trikonomika.v21i1.5694>
- Sameekshakhandelwal. (2023). *Impact of Technology on Society*. Geeksforgeeks.Org.
- Silvatika, B. A. (2020). Technosociopreneur, New Model UMKM di Era New Normal. *Prosiding Seminar Stiami*, 7(2), 33–48.
- smesco. (2023). *Peran UMKM Dalam Menghadapi Ancaman Resesi Ekonomi 2023*. <https://smesco.go.id/berita/peran-umkm-dalam-resesi-2023>
- Tjandrawinata, R. R. (2016). Industri 4.0 Revolusi Industri 4.0 Revolusi Industri Abad Ini Dan Pengaruhnya Pada Bidang Kesehatan Dan Bioteknologi. *Medicinus*, 29(1), 31–39. <https://doi.org/10.5281/zenodo.49404>
- Utomo, B., & Santoso, T. (2022). the Influence of Technopreneurship and Business Network. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 4(2), 181–186.
- Wirtz, B. W., Pistoia, A., Ullrich, S., & Göttel, V. (2016). Business Models: Origin, Development and Future Research Perspectives. *Long Range Planning*, 49(1), 36–54. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2015.04.001>