

PENGUATAN PENGETAHUAN DAN KETRAMPILAN DALAM MENDORONG ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN PADA WIRAUSAHA DI INDUSTRI JAMU UNGARAN

Inayah ¹⁾, Iwan Hermawan ²⁾, Luqman Khakim ³⁾, Mellasanti Ayuwardani ⁴⁾, Febrina Indrasari ⁵⁾, Hadiahti Utami ⁶⁾, Taviyastuti ⁷⁾, Azizah ⁸⁾, Irin Mirrah Luthfie ⁹⁾, Gita Hindrawati ¹⁰⁾, Danendra Rafi ¹¹⁾

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11} Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang, Semarang,
Prof Sudarto SH, Tembalang, Semarang, 50275

*E-mail: hermawaniwan@yahoo.com

Abstract

The herbal medicine industry in Ungaran represents a potential sector with potential for development, given the availability of herbal commodities such as ginger, turmeric, Javanese ginger, and galangal (galangal). However, this potential has not been fully developed because sales are still limited to local networks and technology has not yet been utilized for broader marketing. The purpose of this research is to strengthen human capital capacity as an intangible asset to build the inherent aspects of entrepreneurs through knowledge and skills, leading to increased entrepreneurial intention, which can then create innovation in businesses and ultimately lead to business resilience. The method used in this study is Research and Development (R&D), modified by referring to the seven-step Borg and Gall model to provide an overview of the home herbal medicine industry in Ungaran. Furthermore, the method is supported by the Three Box Method approach to measure the evaluation level, which is divided into three categories: low, medium, and high. Based on the data processing results, the average assessment for the knowledge aspect is 85%, the skills aspect 86%, and the entrepreneurial intention aspect 80%, all of which are in the high category. This indicates that the training and mentoring provided have had a positive impact, resulting in improved technical and non-technical skills. It also strengthens the mental readiness and motivation of entrepreneurs in the herbal medicine industry, enabling them to increase their business capacity. The focus of this study is innovation strengthening, combining knowledge (product knowledge, customer knowledge, and managerial knowledge) with support from community service programs, including product diversification assistance in the form of aromatherapy candles, financial management training, and web commerce training. The results of this study demonstrate that the implemented strategy has optimally impacted the development and capacity building of the home herbal medicine industry, thereby enhancing business competitiveness. Therefore, implementing human capital-based innovation through community service programs is an effective approach to strengthening market opportunities for entrepreneurs in the herbal medicine industry in Ungaran.

Keywords: *MSMEs, Herbal Medicine, Human Capital, Knowledge Management*

Abstrak

Industri jamu di Ungaran merupakan salah satu potensi sektor yang bisa dikembangkan dengan ketersediaan komoditas herbal seperti jahe, kunyit, temulawak, dan kencur. Namun potensi belum sepenuhnya dikembangkan secara optimal karena penjualan masih dilakukan terbatas pada jaringan lokal dan belum memanfaatkan teknologi sebagai kapasitas pemasaran yang lebih luas. Tujuan penelitian ini adalah memberikan penguatan pada kapasitas *human capital* sebagai aset intangible guna membangun aspek yang melekat pada wirausahawan melalui pengetahuan dan ketrampilan yang berujung pada naiknya orientasi berwirausaha sehingga bisa menciptakan inovasi pada bisnis yang berujung pada ketangguhan bisnis. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Research and Development (R&D)* yang dimodifikasi dengan merujuk pada tujuh langkah model *Borg and Gall* guna memberikan gambaran pada home industri jamu di Ungaran. Kemudian metode juga didukung dengan pendekatan *Three Box Method* untuk mengukur tingkat evaluasi yang dibagi menjadi tiga bagian yakni rendah, sedang dan tinggi.

Berdasarkan hasil pengolahan data, menunjukkan bahwa rata-rata pada penilaian aspek pengetahuan sebesar 85%, aspek ketrampilan 86% dan aspek orientasi berwirausaha sebesar 80% yang mana semua aspek termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pelatihan dan pendampingan yang diberikan memberikan respon yang positif sehingga berdampak pada aspek ketrampilan teknik dan non teknis meningkat, selain itu juga memperkuat kesiapan mental dan motivasi pada wirausahawan di industri jamu untuk meningkatkan kapasitas usahanya. Aspek yang diberikan pada penelitian ini adalah penguatan inovasi yang menggabungkan aspek pengetahuan (*product knowledge, customer knowledge dan managerial knowledge*) dengan dukungan program pengabdian masyarakat meliputi pendampingan diversifikasi produk berupa lilin aroma terapi, pelatihan manajemen keuangan, dan pelatihan website *Commerce*. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa strategi yang diterapkan mampu memberikan dampak yang berpengaruh secara optimal bagi pengembangan dan penguatan kapasitas industri rumahan jamu guna meningkatkan daya saing usaha. Dengan demikian penerapan inovasi berbasis *human capital* melalui program pengabdian masyarakat merupakan pendekatan yang efektif untuk memperkuat peluang pasar pada wirausahawan di industri jamu di Ungaran.

Kata Kunci: *UMKM, Jamu, Human Capital, Knowledge Management*

LATAR BELAKANG

Kepiawaian pelaku usaha dalam mengelola bisnis merupakan prasyarat yang harus dipenuhi untuk menciptakan kekokohan dalam menjalankan suatu usaha (Winkler et al., 2023). Usaha akan rentan bangkrut jika tidak digerakkan dengan aspek bisnis yang benar (Adela et al., 2024). Pengembangan aspek bisnis memerlukan penciptaan nilai dalam pengelolaan untuk menciptakan ketangguhan pada bisnis (Kahle et al., 2020). Penciptaan nilai seperti memanfaatkan ketersediaan bahan baku dari alam yang bisa diubah menjadi produk jual (Salgueiro et al., 2010). Produk jual yang dimanfaatkan dari bahan baku alam yakni adalah jamu (Li & Weng, 2017). Jamu merupakan minuman yang dikenal memiliki khasiat bagi kesehatan tubuh manusia (Dores et al., 2023). Di Indonesia jamu dikenal memiliki banyak variannya, beberapa diantaranya adalah jamu kunir asem, jamu dengan rasa kuatnya yang khas dari perpaduan kunyit dan asem jawa yang mampu meningkatkan stamina pada badan (Kurniawan et al., 2021), kemudian ada jamu temulawak. Jamu temulawak dikenal untuk meningkatkan nafsu makan dan menjaga kesehatan hati karena mengandung sifat antiinflamasi (Novianto et al., 2020), dan kemudian ada jamu beras kencur. Jamu beras kencur banyak digemari karena rasanya yang segar dan manis serta mampu meredakan sakit pegal linu (Santika et al., 2021). Ketiga jamu ini banyak diproduksi di daerah Kabupaten Ungaran dimana daerahnya dijajaki oleh gunung yang menghasilkan aneka macam tumbuhan dan tanaman berupa rimpang, daun-daunan, kulit, batang dan buah yang diambil khasiatnya oleh masyarakat setempat kemudian diolah menjadi minuman jamu. Jamu diracik dengan pengetahuan lokal oleh masyarakat Ungaran yang mampu memberikan nilai jual sehingga banyak dari masyarakat bergantung dengan penjualan jamu sebagai tumpuan bagi ekonomi

keluarga (Mediaindonesia.com, 2024). Pelaku usaha dengan pengetahuan lokalnya menguasai dalam pemilihan bahan untuk membuat jamu seperti pemilihan kualitas rimpang, metode penumbukan, hingga proporsi campuran bahan, yang semuanya jarang terdokumentasi secara formal. Keahlian yang diakumulasikan secara lintas generasi menunjukkan bahwa pengetahuan lokal mampu terus dikembangkan. Nilai unik pun tercipta melalui produk yang lebih berkualitas karena seiring berkembangnya waktu, bahan jamu tidak hanya sebatas racikan turun temurun melainkan adanya perpaduan oleh para pelaku usaha yang telah dipelajari secara berkelanjutan (Rosadi et al., 2023).

Permintaan jamu menjadi bukti bahwa banyak orang masih memercayai khasiat alami pada jamu memberikan manfaat bagi tubuh manusia. Menurut (Tim Redaksi Koaksi Indonesia, 2024) nilai penjualan jamu di skala domestik pada tahun 2020 berpotensi mencapai Rp 20 triliun bahkan sebelum pandemi sempat melampaui Rp 25 triliun. Selain itu, nilai ekspor jamu pada tahun 2021 tercatat mencapai US\$ 41,5 juta (sekitar Rp 560 miliar) yang mana menurut (pom.go.id, 2024) pasar jamu masih bisa ditingkatkan apabila dibarengi dengan kualitas produknya. Data dari World Health Organization (WHO) juga menunjukkan bahwa hingga 80% penduduk negara berkembang dan 65% penduduk negara maju telah menggunakan obat herbal dalam pengobatan mereka. Melihat hal ini, jamu di daerah Ungaran berkesempatan berpotensi menjadi muatan kapal ekspor non migas dan mengembangkan pangsa pasarnya di Indonesia (Bisnis.com, 2023). Dari kondisi ini, Ungaran memiliki potensi menjadi kota agropolitan yang gemuk akan proses produksi jamu. Dalam konsep agropolitan, pembangunan kawasan pedesaan diarahkan untuk memperkuat keterkaitan antara sektor industri pengolahan sebagai langkah dalam memasarkan produk (Ahmad & Saleh, 2019). Tantangannya, Ungaran belum sepenuhnya membangun konsep agropolitan yang optimal. Banyak pelaku usaha jamu rumah tangga masih bergantung pada pola produksi tradisional dengan akses pasar yang terbatas (Prabawa & Fitriani, 2020). Sebagai kota penyangga Semarang, posisi strategis Ungaran sebenarnya memberikan keuntungan logistik terutama dalam penguatan rantai pasok, pengolahan produk serta perluasan pasar. Namun hal ini belum dimanfaatkan secara optimal karena jamu hanya diproduksi dalam lingkup terbatas pada daerah Ungaran saja karena keterbatasan kemampuan pada home industri jamu dalam memperluas akses pasar.

Industri rumahan jamu di Ungaran memerlukan aspek penguatan guna memperkuat proses perluasan pasar (Blongkod & Rasjid, 2021). Pasar seharusnya harus memenuhi permintaan

dengan baik melalui manajemen produksi, standarisasi kualitas, serta akses teknologi yang mampu mendongkrak kekuatan daya jual (Calza et al., 2019). Namun kesempatan ini belum dibarengi dengan kemampuan usaha home industri jamu sehingga menimbulkan kesenjangan signifikan antara kondisi yang saat ini sedang terjadi dengan kondisi yang diharapkan. Hal ini ditujukan bahwa sebagian besar industri rumahan jamu masih dalam batas produksi lokal saja dan industri rumahan jamu belum menekankan kualitas produk yang dijual. Melihat kebutuhan pasar jamu di skala domestik maupun internasional yang terus melihat tren positif, hal ini diharuskan untuk memenuhi tantangan sebagai peluang, adalah suatu kesempatan bagi para industri rumahan Ungaran untuk memperluas jangkauan pasarnya. Seyogyanya, pelaku usaha mampu meningkatkan penjualan melalui diversifikasi dan kualitas produk jamu, penggunaan sarana media promosi yang optimal, kemampuan manajemen bisnis yang efektif, mampu melihat peluang bisnis sehingga diubah menjadi inovasi yang bisa diterapkan pada usaha.

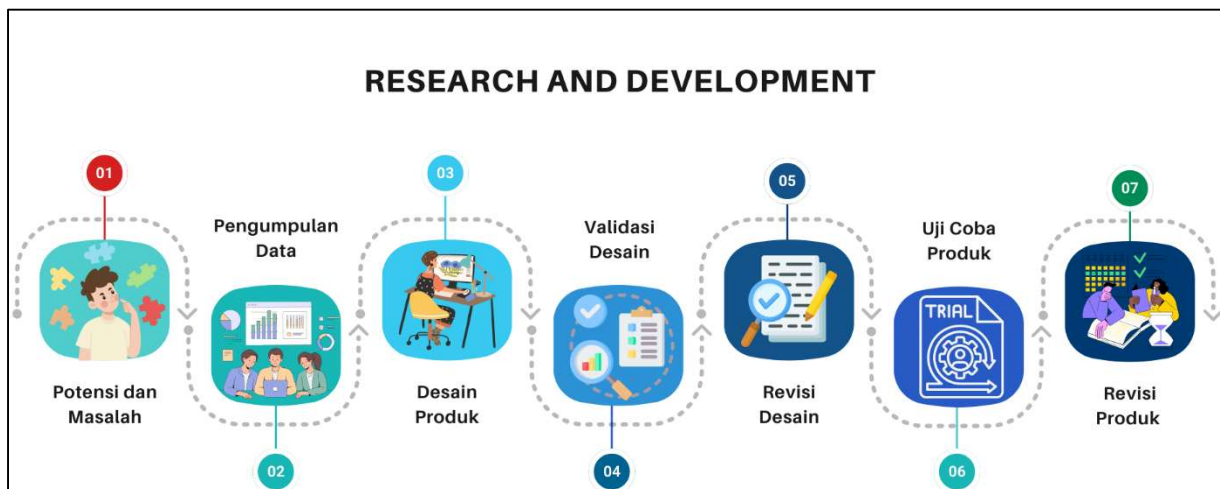
Namun pada industri rumahan jamu Ungaran, salah satunya pemilik usaha yakni jamu bu Yati masih memiliki beberapa poin permasalahan yang harus diselesaikan yang mewakili sampel diantara industri rumahan jamu di Ungaran lainnya untuk dijadikan pertimbangan penguatan bisnis. Pertama, produk jenis jamu kunir asem, dan temulawak banyak diminati, namun desain kemasan masih sederhana yang mana harus mengakusisi citra merek yang baik. Kedua, diperlukan adanya penguatan kapasitas produksi karena masih terdapat keterbatasan pada jumlah produksi sehingga hanya mampu memenuhi 20% permintaan pasar yang menyebabkan permintaan pasar ditolak. Ketiga, tata kelola keuangan belum menerapkan kaidah yang benar masih terbatas pada kaidah tata kelola keuangan berbasis keluarga yang mencampur keuangan pribadi dengan keuangan bisnis sehingga tata kelola belum memenuhi kaidah efisien dan efektif.

Berdasarkan kondisi studi ini, memberikan gambaran penerapan tentang membangun kaidah-kaidah berwirausaha yang tepat, dengan menekankan human capital sebagai aset intangible yang tidak berhenti pada pemenuhan produksi sebatas dalam lingkup lokal saja melainkan juga membangun kapasitas intelektual yang melekat pada sumber daya manusia guna memperkuat aspek bisnis secara keseluruhan. Pertanyaan pada studi ini yakni bagaimana modal manusia dengan kapasitas pengetahuan dan ketrampilan dapat membangun orientasi berwirausaha dalam industri jamu di Ungaran? Pertanyaan ini menjelaskan hubungan penting antara pengetahuan lokal dan kompetensi SDM yang mampu membangun inovasi berorientasikan terhadap pengembangan usaha sehingga berujung pada peningkatan penjualan di home industri jamu. Maka dari itu untuk

memastikan keberlanjutan home industri jamu, diperlukan pemahaman yang mendalam terhadap kaidah-kaidah bisnis untuk memberikan petunjuk yang jelas bagi pengembangan industri jamu di Ungaran

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan Penelitian dan Pengembangan (R&D) yang dimodifikasi, merujuk pada Borg dan Gall (Junariyah & Rofi'ah, 2023) melalui tujuh langkah, menekankan proses pengembangan dan validasi produk melalui serangkaian tahapan sistematis. R&D dipilih karena dapat menjawab tantangan dinamis dalam induksi pemberdayaan industri rumahan herbal di Ungaran, yang mencakup aspek teknis, manajerial, dan pemasaran secara terintegrasi (Situmorang & Kustandi, 2024).



Gambar 1. Model Riset dan Pengembangan

Tahap pertama adalah studi pendahuluan dan pengumpulan data dengan mengadakan observasi langsung di salah satu pelaku usaha yakni Jamu Bu Yati yang mengidentifikasi beberapa aspek seperti diversifikasi produk, pemisahan manajemen keuangan antara keluarga dengan bisnis, aspek pemasaran melalui media digital. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan para pelaku usaha dan pemangku kepentingan lokal. Data yang telah terkumpul diidentifikasi kebutuhan dan fokus membangun penguatan. **Tahap kedua** adalah perencanaan pengembangan, merumuskan strategi pelatihan dan program penguatan UMKM, yang mencakup aspek teknis melalui aspek teknis produksi usaha jamu serta pendekatan manajerial yang relevan untuk menerapkan skema operasional bisnis dari hasil studi pendahuluan. **Tahap ketiga** adalah perencanaan produk

merancang bagaimana produk bisa memenuhi permintaan pasar dengan menerapkan kaidah bisnis yang optimal dari segi produksi yang menonjolkan sisi kualitas dan diversifikasi, hingga pemasaran yang mampu menjangkau konsumen dari semua kalangan melalui media digital.

Tahap keempat adalah validasi ahli, dengan melibatkan akademisi kewirausahaan untuk menguji inovasi produk sebagai prasyarat diversifikasi produk pada penjualan dan melibatkan akademisi desain komunikasi visual untuk kelayakan konten pada aspek pemasaran melalui media promosi.

Tahap kelima adalah revisi produk, di mana hasil validasi ahli dan uji coba lapangan terbatas pada kelompok para pelaku usaha UMKM di daerah Ungaran kemudian diintegrasikan untuk penyempurnaan produk.

Evaluasi pelatihan menggunakan metode Three Box Method. Penggunaan metode Three Box Method diterapkan dalam evaluasi pelatihan, mencakup pengukuran perubahan keterampilan, pengetahuan, dan pemahaman konsep pemasaran sebelum dan sesudah pelatihan. Analisis data dilakukan secara kualitatif dan kuantitatif melalui triangulasi data dan deskriptif statistik.

Data hasil kuesioner dikumpulkan dan dianalisis secara deskriptif melalui perhitungan nilai indeks. Analisis ini menggunakan metode indeks untuk menggambarkan persepsi responden terhadap item pertanyaan yang diberikan. Skala penilaian yang digunakan dalam penelitian ini berkisar dari 1 sebagai nilai terendah hingga 10 sebagai nilai tertinggi, sehingga perhitungan indeks jawaban responden dilakukan dengan menggunakan rumus berikut (Ferdinand, 2014):

$$\text{Nilai Indeks} = ((\%F1 \times 1) + (\%F2 \times 2) + (\%F3 \times 3) + (\%F4 \times 4) + (\%F5 \times 5) + (\%F6 \times 6) + (\%F7 \times 7) + (\%F8 \times 8) + (\%F9 \times 9) + (\%F10 \times 10)) / 10$$

Keterangan:

F1 adalah Frekuensi responden yang menjawab 1

F2 adalah Frekuensi responden yang menjawab 2

Dan seterusnya F10 untuk menjawab 10 dari skor yang digunakan dalam daftar pertanyaan

Dengan demikian, jawaban responden tidak dimulai dari angka 0, melainkan dari 1 hingga 10. Hal ini menyebabkan nilai indeks yang terbentuk berada pada rentang 10 hingga 100, dengan selisih sebesar 90 dan tanpa melibatkan angka 0. Untuk menginterpretasikan nilai indeks, digunakan metode tiga kotak (Three-box Method), di mana rentang 90 dibagi menjadi tiga bagian yang masing-masing bernilai 30. Pembagian ini menjadi dasar interpretasi, yaitu: 10.00% – 40.00% (rendah), 40.01% – 71.00% (sedang), dan 70.01% – 100% (tinggi). Berdasarkan acuan

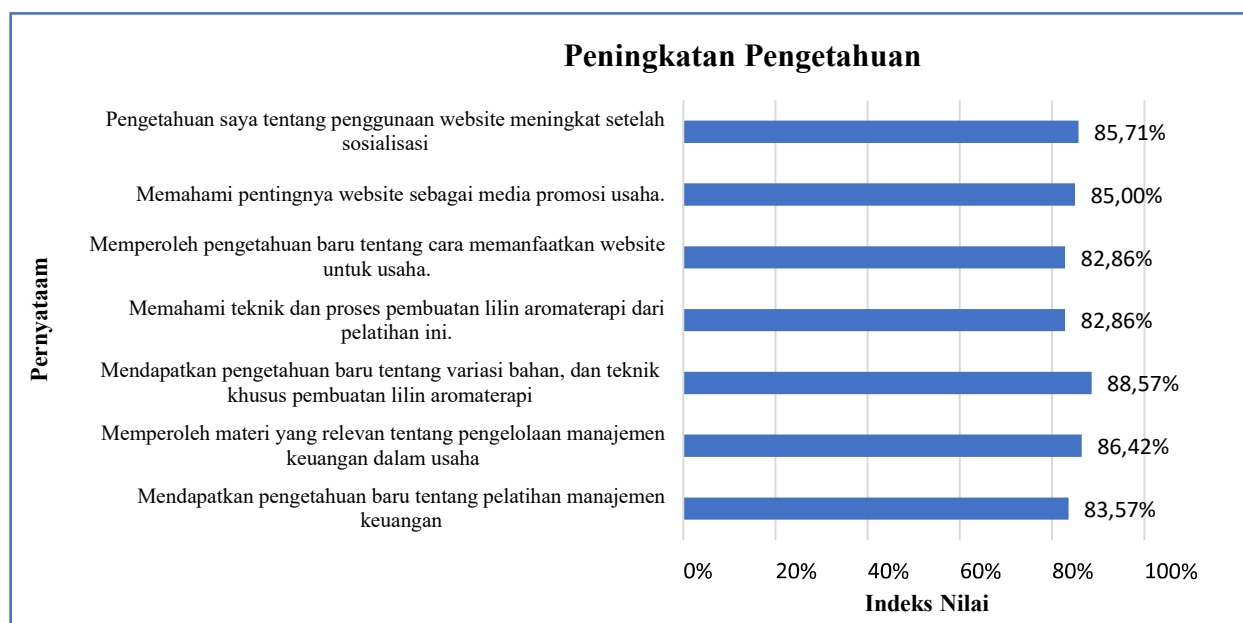
tersebut, peneliti kemudian menetapkan indeks persepsi responden terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peningkatan pengetahuan, ketrampilan dan niat berwirausaha merupakan tiga aspek sebagai penguatan aspek bisnis (Al Mamun et al., 2016) yang dimiliki oleh para pelaku usaha di industri jamu rumahan. Pengetahuan sendiri merupakan daya dorong untuk keberlanjutan bisnis, semakin kapasitas pengetahuan pelaku usaha tentang bisnis baik maka kemampuan bisnis dalam menjalankan operasionalnya akan memberikan dampak yang baik pula terhadap keberlanjutan usaha (Zaman et al., 2025). Di sisi lain, ketrampilan berperan sebagai penerjemah pengetahuan yang ditranformasikan ke dalam praktik bisnis (Nave & Ferreira, 2024). Tanpa pengetahuan yang kuat, aktivitas pada bisnis hanya sebatas rutinitas tanpa adanya proses learning yang menuju pada pemahaman mendalam untuk mengembangkan bisnisnya lebih baik. Ketrampilan didorong juga dengan alat yang mampu menunjang usaha bisnis yang sifatnya efisien dan efektif (Tyagi et al., 2015) seperti penggunaan teknologi. Sinergi antara ketrampilan dan pengetahuan akan mengembangkan proses inovasi melalui ketrampilan manajerial, metode produksi yang efisien, bentuk diversifikasi pada produk serta strategi pemasaran yang lebih variatif (Juárez et al., 2016). Kemudian ketika pengetahuan dan ketrampilan telah diraih oleh pelaku usaha, berfungsi sebagai modal intelektual yang mendukung lahirnya orientasi berwirausaha. Niat kewirausahaan yang berorientasikan sukses dan terus belajar guna mencapai sistem bisnis yang efektif menjadikan bisnis memiliki daya tahan yang kokoh (saad et al., 2021). Pengetahuan memadai yang diintegrasikan dengan ketrampilan mumpuni menjadikan pelaku usaha lebih percaya diri untuk mengembangkan bisnisnya walaupun memiliki resiko tinggi dengan memanfaatkan peluang dari sebuah tantangan. Dengan demikian perspektif ini menempatkan pengetahuan dan ketrampilan sebagai bentuk strategis pada upaya mendorong untuk menciptakan keberlanjutan dan kemandirian pada bisnis (Abdullah et al., 2019).

Pada studi ini para pelaku usaha didorong untuk memiliki pengetahuan, ketrampilan dan orientasi berwirausaha. Upaya strategis yang ingin dicapai pada studi ini yakni penguatan dalam bentuk diversifikasi produk dengan adanya pelatihan pembuatan lilin aroma terapi sebagai produk turunan dari jamu. Kemudian diadakannya pelatihan pengelolaan manajemen keuangan sebagai fondasi untuk membangun bisnis supaya lebih adaptif. Serta pelatihan dalam bentuk penerapan

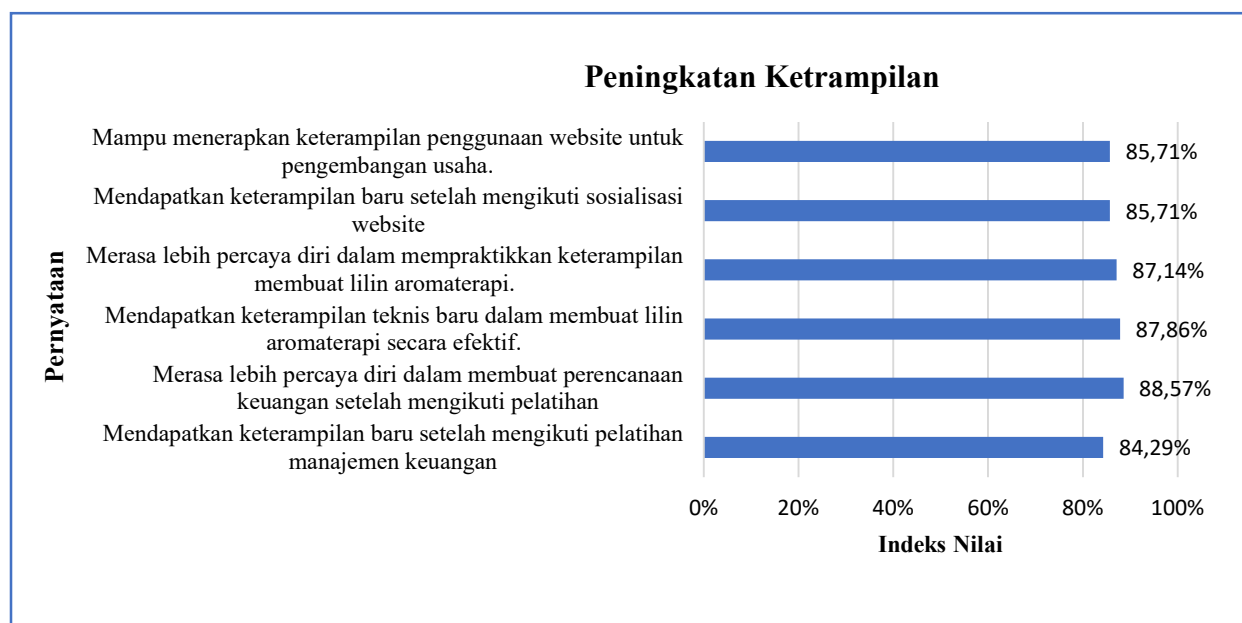
media promosi yakni dengan menggunakan website yang bisa digunakan oleh para pelaku usaha dengan penggunaan yang memudahkan. Dari studi nilai rata-rata dari pengembangan pengetahuan sebesar 85%, pengembangan ketrampilan sebesar 86% dan niat berwirausaha sebesar 84,2% yang menunjukkan bahwa ketiga aspek berhasil masuk dalam kategori tinggi sehingga aspek yang telah terpenuhi ini mampu membantu pelaku usaha menjadi lebih kompetitif. Kemudian turunan dari beberapa aspek pertama dijelaskan melalui pengembangan pengetahuan.



Gambar 2. Hasil Pengolahan Data Indeks Nilai Pengetahuan

Berdasarkan hasil kuesioner yang diberikan kepada peserta yang diolah menggunakan pendekatan *Three Box Method*, indeks nilai rata-rata secara keseluruhan berada pada kategori tinggi. Respon positif ditunjukkan oleh para peserta untuk kuesioner yang ditujukan pada pengembangan pengetahuan, yakni pengetahuan baru tentang variasi bahan, dan teknik khusus pembuatan lilin aromaterapi. Hasil evaluasi ini ditunjukkan dengan nilai indeks skor sebesar 88,57% menandakan materi memberikan wawasan baru yang mengesankan bagi peserta. Pembuatan lilin aroma terapi belum banyak diketahui dalam teknik dan bahan yang digunakannya, kemudian lilin aroma terapi juga diajarkan bagaimana mengemas menjadi produk yang terlihat menarik sehingga dari sisi praktis dan aplikatif mampu memberikan nilai tambah produk yang bisa diperjual belikan. Hal ini juga didukung sebesar 82,6% peserta memahami teknik dan proses pembuatan lilin aroma terapi. Selain itu, indeks nilai tertinggi kedua sebesar 85,17% yakni

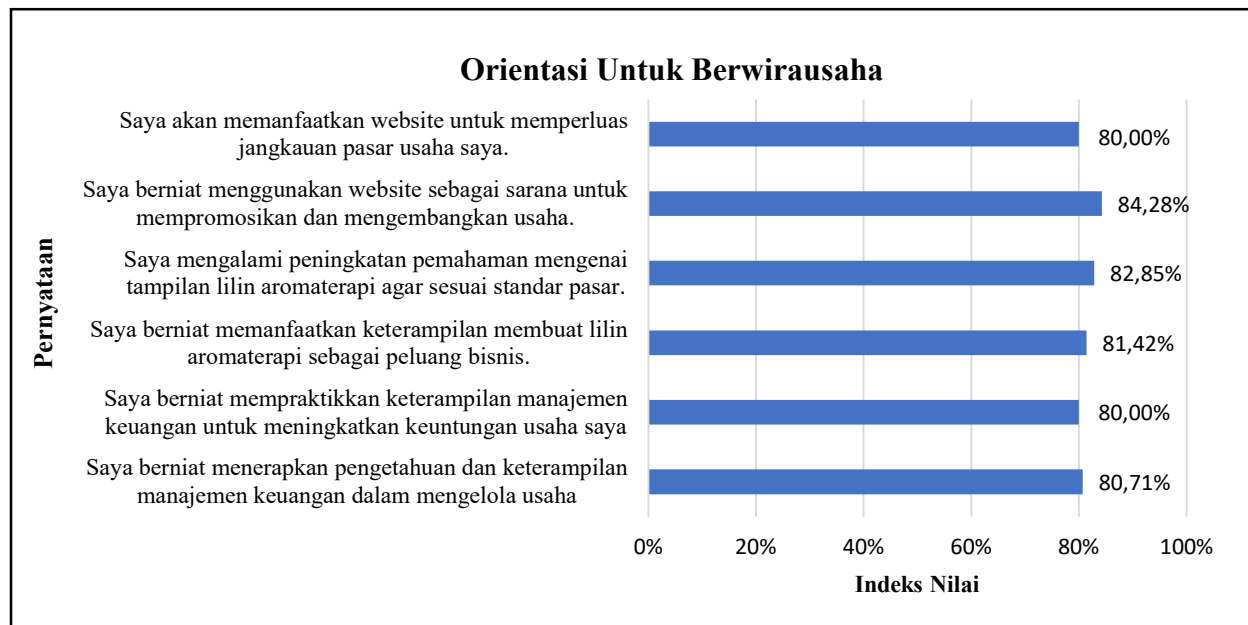
pengetahuan tentang penggunaan website setelah sosialisai diikuti dengan 85% pemahaman bahwa penggunaan penggunaan media webiste penting untuk perkembangan usaha. Pencapaian ini menunjukkan pemanfaatan website sebagai sarana sosialisasi dan promosi usaha sangat penting untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan visibilitas pada produk. Kemudian peserta juga memperoleh materi yang relevan terhadap pengelolaan manajemen keuangan usaha yakni sebesar 86,49% sebab informasi yang disampaikan selaras apa yang diharapkan oleh peserta sebab pengelolaan keuangan masih terbatas pada pencatatan penjualan. Kemudian peserta juga menyadari pentingnya pengelolaan keuangan yang baik dalam menjaga keberlanjutan usaha, mulai dari pencatatan sederhana hingga perencanaan anggaran yang efektif. Relevansi materi ini memberikan bekal yang dapat membantu mereka mengontrol arus kas, menghitung biaya produksi, serta memaksimalkan keuntungan.



Gambar 3. Hasil Pengolahan Data Indeks Nilai Ketrampilan

Kemudian untuk item pernyataan pengembangan ketrampilan, menunjukkan peserta lebih percaya diri dalam membuat perencanaan keuangan setelah mengikuti pelatihan yang mendapat indeks nilai 88,57%. Hal ini menjadikan bahwa pengetahuan yang diberikan akan memberikan rasa percaya diri di tiap usaha yang dimiliki para peserta, sebab ketrampilan keuangan yang sebelumnya dikelola secara kekeluargaan kini diarahkan menggunakan kaidah keuangan yang lebih baik. Selama ini pengelolaan keuangan usaha kecil kerap dilakukan secara sederhana dan

bercampur dengan keuangan pribadi, sehingga kurang memperhatikan pencatatan, perencanaan anggaran, atau analisis arus kas. Melalui pelatihan, peserta diperkenalkan pada prinsip-prinsip dasar manajemen keuangan yang lebih terstruktur yang mana hal ini ditunjukkan sebesar 84,29% peserta telah mendapatkan ketrampilan baru setelah mengikuti pelatihan manajemen keuangan. Kemudian para peserta juga merasa mampu untuk menerapkan ketrampilan penggunaan website untuk pengembangan usaha, dimana website yang diajarkan memunculkan kaidah-kaidah yang memudahkan. Hal ini ditunjukkan dengan nilai indeks skor 85,71%, Kaidah yang diajarkan membantu peserta memahami bagaimana cara menyusun informasi produk dengan memanfaatkan fitur interaktif yang mampu menarik pelanggan dan mudah diakses oleh semua kalangan. Selain itu website mampu memperluas jangkauan pasar penjualan tanpa memerlukan keahlian teknologi yang kompleks. Kemudian nilai indeks skor ketrampilan dalam membuat lilin aromaterapi sebesar 87,86% menjadikan para peserta bisa menciptakan dan mengombinasikan bahan alami yang diketahui oleh para peserta yang menjadikan lilin aroma lebih memiliki aroma dan khasiat yang diberikan sehingga perolehan nilai jual meningkat. Hal ini didorong dengan kepercayaan diri peserta terhadap mempraktikkan ketrampilan dalam membuat aroma terapi dengan nilai indeks skor 87,14%.



Gambar 4. Hasil Pengolahan Data Indeks Orientasi Berwirausaha

Selanjutnya untuk item pertanyaan pengembangan orientasi berwirausaha nilai indeks tertinggi yakni 84,28% para peserta berniat untuk menggunakan website sebagai sarana untuk mempromosikan dan mengembangkan usaha. Kemudahan dari pengaplikasian website memberikan masukan yang logis dari para pelaku usaha untuk kemudian bisa diterapkan. Selain itu para pelaku usaha juga setuju bahwa kemudahan diikuti dengan manfaat lain yakni pemasaran yang bisa menjangkau di semua kalangan. Hal ini didorong dengan indeks nilai sebesar 80% bahwa para pelaku usaha akan memanfaatkan website sebagai media untuk memperluas jangkauan pasar usaha saya. Kemudian para pelaku usaha akan mengombinasikan diversifikasi produk melalui ketrampilan yang telah diajarkan. Ketrampilan berupa lilin aroma terapi mampu memberikan nilai tambah pada daya jual dengan nilai indeks skor 81,42% yang mana hal ini dikombinasikan produk jamu yang telah dijual. Selain itu bahan alami dari jamu juga menjadi daya dukung karena kesamaan bahan yang bisa dimanfaatkan sebagai bahan pembuat lilin aroma terapi. Lilin aroma terapi juga kemudian bisa dijual melalui media promosi sehingga para pelaku usaha memiliki katalog produk yang lebih bervariasi. Selanjutnya para peserta juga memiliki keinginan kuat agar mempraktikkan bisnisnya dengan kaidah manajemen keuangan yang benar, hal ini membantu para pelaku usaha agar mampu jeli terhadap identifikasi titik efisiensi biaya, mengalokasikan dana untuk inovasi produk serta memisahkan antara laba usaha dan konsumsi pribadi. Lebih dari pada itu, ketika usaha sudah berekspansi lebih luas, praktik keuangan yang sehat akan meningkatkan kredibilitas home industri jamu di mata mitra bisnis di era sekarang. Hal ini diperlihatkan oleh para peserta sebesar 80% untuk mempraktikkan ketrampilan manajemen keuangan untuk meningkatkan keuntungan usaha saya. Pula didorong sebesar 80,71% peserta menerapkan pengetahuan dan ketrampilan manajemen keuangan dalam usahanya.

Peserta juga memberikan ulasan dari pelatihan seperti (a) *“Terimakasih atas ilmunya”*, (b) *“Ilmunya sangat bermanfaat”*. Ulasan ini memberikan apresiasi yang tinggi terhadap materi dan cara penyampaian informasinya. Pernyataan ini menunjukkan ketulusan atas pengetahuan yang diperoleh dan menandakan kepuasan dimana pengetahuan dapat memberikan aspek nilai tambah pada pengembangan usaha yang dimiliki oleh peserta. Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya meningkatkan pemahaman teknis melainkan juga menumbuhkan semangat kewirausahaan dan motivasi berinovasi oleh para peserta melalui produk serta pengelolaan. Dengan demikian, penguatan kapasitas sumber daya manusia melalui pendekatan manajemen pengetahuan yang selaras dengan praktik teknis lapangan telah terbukti efektif. Pendekatan ini

menguatkan bagi para pelaku usaha untuk mampu berinovasi dengan produk yang dijual, aspek pengelolaan keuangan yang dapat membantu usaha lebih terkelola dan peningkatan kompetensi dalam aspek pemasaran melalui penggunaan website.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek pengetahuan dan ketrampilan sukses diintegrasikan kepada para pelaku home industri jamu di Ungaran sehingga menambah kapasitas kemampuan wirausahawan dalam membangun orientasi berwirausaha. Penguatan yang diberikan pada pelatihan ini berlandaskan melalui kriteria produk, pemasaran dan pengelolaan. Kriteria produk berupa adanya pelatihan membuat lilin aroma terapi yang bisa memberikan ide baru terhadap proses diversifikasi produk yang bisa ditawarkan oleh pelaku usaha, kemudian pemasaran berupa pelatihan penggunaan website sebagai media promosi serta pengelolaan berupa pelatihan dalam bentuk manajemen keuangan. Proses ini secara langsung orientasi berwirausaha dengan meningkatkan kompetensi teknis, kreatif dan inovatif dalam menjawab tantangan dan peluang pasar. Dengan demikian penerapan penguatan pengetahuan dan ketrampilan secara tepat terbukti mampu mengembangkan bisnis pada pelaku usaha berorientasikan inovasi guna mendorong keberlanjutan usaha

REFERENSI

- Abdullah, A. M., Ali, F. S., & Rajennd, M. (2019). Entrepreneurial knowledge, skills, competencies and performance: A study of micro-enterprises in Kelantan, Malaysia. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 13(1), 29–48. <https://doi.org/10.1108/APJIE-11-2018-0067>
- Adela, V., Agyei, S. K., Frimpong, S., Awisome, D. B., Bossman, A., Abosompim, R. O., Benchie, J. K. O., & Ahmed, A. M. A. (2024). Bookkeeping practices and SME performance: The intervening role of owners' accounting skills. *Heliyon*, 10(1). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e23911>
- Ahmad, S., & Saleh, H. (2019). Agropolitan Area Development Model as an Effort to Improve Local Economic Growth Enrekang District. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 6(10), 66–73. <https://doi.org/10.22161/ijaers.610.11>
- Al Mamun, A., Binti Che Nawi, N., Dewiendren, A. A., & Fazira Binti Shamsudin, S. F. (2016). Examining the Effects of Entrepreneurial Competencies on Students' Entrepreneurial Intention. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. <https://doi.org/10.5901/mjss.2016.v7n2p119>
- Bisnis.com. (2023). *Potensi Ekspor Jamu Kurang Digenjot, Asing Lebih Minat Bahan Baku*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20231213/257/1723591/potensi-ekspor-jamu-kurang-digenjot-asing-lebih-minat-bahan-baku>
- Blongkod, H., & Rasjid, H. (2021). Effectiveness of Home Industry Activities in Building the Economy of the Community in Indonesia. *International Journal of Management Studies and Social Science Research*, 3(6), 139–147. www.ijmsssr.org
- Calza, E., Goedhuys, M., & Trifković, N. (2019). Drivers of productivity in Vietnamese SMEs: the role of management standards and innovation. *Economics of Innovation and New Technology*, 28(1), 23–44. <https://doi.org/10.1080/10438599.2018.1423765>
- Dores, A. R., Peixoto, M., Castro, M., Sá, C., Carvalho, I. P., Martins, A., Maia, E., & Praça, I. (2023). Knowledge and Beliefs about Herb/Supplement Consumption and Herb/Supplement–Drug Interactions among the General Population, including Healthcare Professionals and Decision System. *Nutrients*, 15(2298), 1–26.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Undip Press.

- Juárez, L. E. V., Lema, D. G. P. de, & Guzmán, G. M. (2016). Management of Knowledge, Innovation and Performance in SMEs. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 11, 141–176.
- Junariyah, D. I. M. K. A., & Rofi'ah, S. (2023). Development A Spinning Wheel Learning Media To Teach Writing Skill For Tenth Grade Of SMK Hidayatul Mubtadiin Kanigoro: English. *Journal of English Development*, 3(02), 209–219. <https://doi.org/https://doi.org/10.25217/jed.v3i01.3632>
- Kahle, J. H., Marcon, É., Ghezzi, A., & Frank, A. G. (2020). Smart Products value creation in SMEs innovation ecosystems. *Technological Forecasting and Social Change*, 156. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120024>
- Kurniawan, F. Y., Jalil, M., Purwantoro, A., Daryono, B. S., & Purnomo. (2021). Jamu Kunir Asem: Ethnomedicine Overview by Javanese Herbal Medicine Formers in Yogyakarta. *Jurnal Jamu Indonesia*, 6(1), 8–15. <https://doi.org/10.29244/jji.v6i1.211>
- Li, F. S., & Weng, J. K. (2017). Demystifying traditional herbal medicine with modern approaches. *Nature Plants*, 3. <https://doi.org/10.1038/nplants.2017.109>
- MediaIndonesia.com. (2024). *Teguh Mengarungi Zaman, Resep Kebaikan Jamu Mendunia*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/nusantara/674649/teguh-mengarungi-zaman-resep-kebaikan-jamu-mendunia>
- Nave, E., & Ferreira, J. (2024). Knowledge and capabilities: what are their roles in international business of SMEs? *EuroMed Journal of Business*, 19(4), 1042–1065. <https://doi.org/10.1108/EMJB-09-2022-0175>
- Novianto, F., Zulkarnain, Z., Triyono, A., Ardiyanto, D., & Fitriani, U. (2020). Pengaruh Formula Jamu Temulawak, Kunyit, dan Meniran terhadap Kebugaran Jasmani: Suatu Studi Klinik. *Media Penelitian Dan Pengembangan Kesehatan*, 30(1), 37–44. <https://doi.org/10.22435/mpk.v30i1.2082>
- pom.go.id. (2024). *BPOM Dorong Industri Jamu Jaga Kualitas Produknya untuk Pasar Global*. [Www.Pom.Go.Id. https://www.pom.go.id/berita/bpom-dorong-industri-jamu-jaga-kualitas-produknya-untuk-pasar-global](https://www.pom.go.id/berita/bpom-dorong-industri-jamu-jaga-kualitas-produknya-untuk-pasar-global)
- Prabawa, H. W., & Fitriani, A. D. (2020). Mempertahankan Eksistensi Jamu Tradisional melalui Perubahan Desain Pengemasan dan Pemasaran. *DEDIKASI: Community Service Reports*, 2(1). <https://doi.org/10.20961/dedikasi.v2i1.35848>

- Rosadi, J. S., Nurwahid, H., Muhammad, F., Putra, A., & Tridayanti. (2023). Inovasi Minuman Jamu Milenial Dari Bahan Rempah. *Community Development Journal*, Vol.4(2), 4990–4993.
- saad, M. H., Hagelaar, G., van der Velde, G., & Omta, S. W. F. (2021). Conceptualization of SMEs' business resilience: A systematic literature review. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1938347>
- Salgueiro, L., Martins, A. P., & Correia, H. (2010). Raw materials: The importance of quality and safety. A review. *Flavour and Fragrance Journal*, 25(5), 253–271. <https://doi.org/10.1002/ffj.1973>
- Santika, F. Y., Marhamah, M., & Dinutanayo, W. W. (2021). Perbedaan Angka Kapang Khamir Pada Jamu Beras Kencur Gendong Di Pasar Tradisional Dengan Jamu Beras Kencur Kemasan Di Depot Jamu Kota Bandar Lampung. *Jurnal Medika Malahayati*, 4(3), 160–167. <https://doi.org/10.33024/jmm.v4i3.3223>
- Situmorang, R., & Kustandi, C. (2024). How to Improved MSMEs Competitiveness in Indonesia?: Augmented Reality for Digital Marketing Innovation. *JTP-Jurnal Teknologi Pendidikan*, 26(1), 12–21. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/jtp.v26i1.38972>
- Tim Redaksi Koaksi Indonesia. (2024). *Hari Jamu Nasional: Menyelisik Peluang Green Jobs dalam Herba Indonesia*. <https://coaction.id/hari-jamu-nasional-menyelisik-peluang-green-jobs-dalam-herba-indonesia/#:~:text=Berdasarkan data Badan Pusat Statistik,ekspor jamu akan semakin bertumbuh>.
- Tyagi, S., Cai, X., Yang, K., & Chambers, T. (2015). Lean tools and methods to support efficient knowledge creation. *International Journal of Information Management*, 35(2), 204–214. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2014.12.007>
- Winkler, C., Fust, A., & Jenert, T. (2023). From entrepreneurial experience to expertise: A self-regulated learning perspective. *Journal of Small Business Management*, 61(4), 2071–2096. <https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1883041>
- Zaman, S. A. A., Yushi, J., Khan, S., Jamil, S., & Zaman, S. I. (2025). Knowledge Creation in SMEs in the Era of Industry 4.0: a Comparative Study of Pakistan and China. *Journal of the Knowledge Economy*. <https://doi.org/10.1007/s13132-024-02248-6>