



PEMBERDAYAAN KELOMPOK KEWIRAUSAHAAN BERBASIS KELAUTAN DAN PERIKANAN DI POLITEKNIK KP SIDOARJO MELALUI COACHING VIRTUAL

Muhammad Setiawan
Kusmulyono^{1*}, Yus Isnainita Wahyu²

¹⁾ Manajemen, Sekolah Bisnis dan
Ekonomi Universitas Prasetiya Mulya

²⁾ Teknik Pengolahan Produk
Perikanan, Politeknik Kelautan dan
Perikanan Sidoarjo

*Corresponding author
Muhammad Setiawan Kusmulyono
Email : Setiawan@pmbs.ac.id

Abstrak

Dunia kelautan dan perikanan Indonesia memiliki potensi berlimpah. Namun, dalam pengelolaannya banyak yang belum menyentuh sisi pengolahan hasil kelautan dan perikanan bernilai tambah yang dapat memberi dampak signifikan terhadap kesejahteraan pelaku usaha di sektor ini. Politeknik Kelautan dan Perikanan Sidoarjo sebagai salah satu satuan pendidikan di bawah Kementerian Kelautan dan Perikanan memiliki tugas untuk membina taruna untuk mampu menjadi lulusan yang bernilai tambah, salah satunya melalui pendekatan kewirausahaan. Pada tahun 2020, di tengah pandemi Virus Corona, Politeknik Kelautan dan Perikanan Sidoarjo menyelenggarakan kegiatan pemberdayaan kelompok kewirausahaan taruna yang dipersiapkan menuju festival nasional kewirausahaan di tingkat pusat. Pemberdayaan dilaksanakan dengan metode *coaching* virtual terhadap tiga kelompok kewirausahaan terpilih yaitu Sukmarula, Kristalida, dan Thembox. Ketiga kelompok kewirausahaan ini didampingi selama 4 sesi bersama *coach* bisnis untuk meningkatkan kualitas produk, pemasaran, dan penjualan. Pada akhir *coaching* virtual, ketiga kelompok kewirausahaan memberikan dampak yang signifikan mulai dari penjualan produk yang dioptimalkan melalui kanal daring dan juga prestasi meraih juara dua dan tiga nasional serta juara favorit dalam festival kompetisi nasional kewirausahaan. Hal ini menunjukkan bahwa pendidikan vokasi kelautan dan perikanan yang dikombinasikan dengan kewirausahaan dapat menghasilkan manfaat yang luar biasa terhadap lingkungan.

Kata kunci: *coaching*, kelautan dan perikanan, kelompok kewirausahaan, kewirausahaan

Abstract

Indonesia's marine and fisheries world has plenty of promise. Most, however, have not yet touched upon the manufacturing side of value-added marine and fishery products in their management, which can have a direct effect on the welfare of business actors in this field. As one of the education units under the Ministry of Marine Affairs and Fisheries, the Polytechnic of Marine Affairs and Fisheries of Sidoarjo has the task of cultivating cadets to be able to become value-added graduates, one of which is through an entrepreneurial approach. The Sidoarjo Marine and Fisheries Polytechnic will organize empowerment events for youth entrepreneurship groups in 2020, in the midst of the Corona Virus pandemic, which will be prepared at central level for a national entrepreneurship festival. For three chosen entrepreneurial classes, namely Sukmarula, Kristalida, and Thembox, empowerment is carried out using virtual coaching methods. To boost product quality, marketing and sales, these three entrepreneurial groups were accompanied by a business coach for 4 sessions. The three entrepreneurship classes had a big impact at the end of virtual coaching, starting from optimized product sales across online platforms and also the achievement of winning second and third position nationally as well as favorite champions in the national competition festival for entrepreneurship. This demonstrates that, combined with entrepreneurship, marine and fisheries vocational education can yield tremendous environmental benefits.

Keywords: *coaching*, entrepreneurship, entrepreneurship group, marine and fisheries

PENDAHULUAN

Kepemimpinan Presiden Joko Widodo sejak tahun 2014 menitikberatkan pada sektor maritim untuk menjaga kedaulatan wilayah kelautan dan perikanan, penguatan sumber daya maritim, hingga mendukung Indonesia menjadi negara maritim yang mandiri, maju, kuat, dan berbasiskan kepentingan nasional. Visi ini diejawantahkan dalam rencana strategis Kementerian Kelautan dan Perikanan untuk memperkuat sektor maritim dari berbagai sisi, mulai dari pengelolaan sumber daya perikanan tangkap maupun budidaya, peningkatan daya saing produk kelautan dan perikanan, karantina, pengendalian mutu dan keamanan hasil perikanan serta penguatan sumber daya manusia kelautan dan perikanan (KKP, 2020; Nurhayati, 2012). Penguatan sumber daya manusia perikanan dan kelautan menjadi hal yang menarik karena dikelola oleh Badan Riset dan Sumber Daya Manusia Kelautan dan Perikanan (BRSDM-KP) yang memiliki 19 satuan pendidikan vokasi setingkat pendidikan menengah atas dan tinggi untuk mencetak sumber daya perikanan dan kelautan yang unggul (KKP, 2020).

Kegiatan pendidikan kelautan dan perikanan dikelola oleh Pusat Pendidikan Kelautan dan Perikanan (Pusdik-KP) di bawah pengawasan BRSDM-KP. Salah satu poin yang memikat dalam rencana strategis Pusdik-KP 2020-2024 adalah perumusan kewirausahaan sebagai salah satu indikator kinerja utama untuk dicapai oleh lulusan dari setiap satuan pendidikan. Merujuk pada sasaran strategis dan indikator kinerja utama dari Pusdik-KP pada 2020-2024, tercantum target persentase lulusan satuan pendidikan kelautan dan perikanan yang melakukan rintisan wirausaha di bidang kelautan dan perikanan sebesar 5 persen pada tahun 2020 dan meningkat progresif hingga mencapai 19% pada tahun 2024 (KKP, 2020).

Perwujudan sasaran strategis untuk memiliki lulusan yang merintis kegiatan kewirausahaan dilaksanakan dengan beberapa program mulai dari mendesain pedoman kegiatan kewirausahaan untuk satuan pendidikan kelautan dan perikanan, mendorong terbentuknya pusat kewirausahaan (Puswira) di masing-masing satuan pendidikan, mendorong masuknya kewirausahaan sebagai salah satu mata pelajaran ataupun mata kuliah wajib di semester tertentu, dan penyelenggaraan festival kompetisi kewirausahaan nasional. Pada tahun 2020, di tengah situasi pandemi, Pusdik-KP tetap menyelenggarakan kegiatan kompetisi kewirausahaan untuk mendukung tercapainya rencana strategis jangka panjang Kementerian Kelautan dan Perikanan. Setiap satuan pendidikan wajib untuk mengirimkan perwakilannya untuk mengikuti kompetisi final di tingkat nasional secara virtual.

Politeknik Kelautan dan Perikanan (Politeknik KP) Sidoarjo sebagai salah satu satuan pendidikan di lingkungan Pusdik-KP, mempersiapkan diri untuk menghadapi gelaran festival kompetisi kewirausahaan nasional dengan menyelenggarakan pendampingan virtual melalui metode *coaching* dengan mengundang praktisi kewirausahaan yang berasal dari Universitas Prasetiya Mulya. Kegiatan pendampingan ini dilaksanakan untuk melatih persiapan kelompok kewirausahaan agar menjadi lebih siap dalam menghadapi kompetisi final kewirausahaan di tingkat nasional.

Politeknik KP Sidoarjo telah menyeleksi secara internal 3 kelompok taruna yang berhak untuk mengikuti pendampingan virtual. Kelompok pertama adalah kelompok Sukmarula yang berasal dari Program Studi Teknik Pengolahan Produk Perikanan. Kelompok Sukmarula memproduksi minuman sehat kaya serat yang menggunakan komposisi bahan utamanya adalah rumput laut dan memanfaatkan cairan susu sebagai basis likuid. Kelompok kedua adalah kelompok Kristalida yang berasal dari Program Studi Teknik Pengolahan Produk Perikanan. Kelompok Kristalida memproduksi makanan camilan berbumbu yang berasal dari kulit udang. Kelompok ketiga adalah kelompok Thembox yang berasal dari Program Studi Mekanisasi Perikanan. Kelompok Thembox memproduksi alat pendingin portabel yang dapat digunakan untuk membawa olahan hasil perikanan sehingga tetap terjaga kesegarannya.

Pendidikan di Politeknik KP Sidoarjo dan satuan pendidikan kelautan dan perikanan lain di bawah naungan Pusdik KP merupakan pendidikan yang berbasis vokasi. Pendidikan vokasi merupakan pendidikan yang proses pembelajarannya menitikberatkan pada praktik dibandingkan teori sehingga lulusannya dapat memiliki keterampilan untuk siap bekerja (Ahmed & Chattopadhyay, 2016). Beberapa keunggulan pendidikan vokasi antara lain memiliki potensi penerimaan kerja yang lebih cepat dan memiliki pemahaman dalam implementasi konsep secara lebih baik dibandingkan pendidikan umum (Järvi, 2012; Ndofirepi & Rambe, 2017). Pada beberapa negara berkembang, peningkatan kualitas pendidikan vokasi mampu berkontribusi terhadap pengurangan angka kemiskinan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Mack et al., 2019; Ndofirepi & Rambe, 2017).

Sejak tahun 2018, Pusdik KP melakukan suatu terobosan untuk mengakomodasi pembelajaran kewirausahaan. Oleh karena itu, Politeknik KP Sidoarjo sebagai salah satu satuan pendidikan di bawah Pusdik KP turut menyesuaikan hal tersebut dengan membuat beberapa kebijakan mulai dari

perintisan pendirian pusat kewirausahaan yang dinamai Entrepreneur Business Center (EBC), memberikan mata kuliah kewirausahaan kepada para taruna, dan bekerjasama dengan Universitas Prasetya Mulya untuk memberikan *coaching* kepada kelompok usaha yang telah memiliki ide usaha.

Ketiga kelompok usaha sudah mulai merintis usaha sejak Bulan November 2019. Akan tetapi, ketika baru merintis perjalanan usaha dengan membuka jejaring pemasaran untuk penjualan, pada Bulan Maret 2020 terjadi pandemi virus Corona dan membuat pemerintah Republik Indonesia menetapkan Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Salah satu dampak dari PSBB adalah proses belajar dan mengajar di Politeknik KP Sidoarjo diubah menjadi pembelajaran daring dan seluruh taruna yang berada di asrama dipulangkan ke kediaman masing-masing. Oleh karena itu, beberapa pendekatan bisnis mulai dilakukan agar para anggota kelompok usaha tetap dapat berkomunikasi dan menjalankan usahanya tanpa terkendala oleh masalah kehadiran fisik. Merujuk pada situasi tersebut, Politeknik KP Sidoarjo memutuskan untuk bekerjasama dengan salah satu perguruan tinggi swasta dalam menyelenggarakan *coaching* virtual untuk pendampingan kelompok usaha secara jarak jauh.

Tujuan dari studi pengabdian ini adalah mengidentifikasi proses dan manfaat pembelajaran kewirausahaan melalui sistem *coaching* virtual di Politeknik KP Sidoarjo dalam mempersiapkan kelompok usaha taruna mengikuti Festival Nasional Kewirausahaan terutama pada masa pandemi saat ini. *Coaching* adalah salah satu teknik dalam pembelajaran kewirausahaan yang umumnya diberikan kepada peserta didik yang telah memiliki usaha (Schutte, 2019). *Coaching* sangat berperan penting dalam proses perjalanan sebuah usaha pemula (*startup*) karena berfungsi dalam memfasilitasi dan menjadi katalis dalam pengembangan ide-ide usaha pemula (Birch et al., 2017; Soehadi et al., 2011; Wijanarti & Kusmulyono, 2019). Merujuk kepada identifikasi masalah awal dan kebutuhan yang diharapkan, maka pendekatan *coaching* virtual menjadi pilihan terbaik dalam situasi pandemi yang tidak memungkinkan diskusi dengan tatap muka fisik.

Metode dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah melalui *coaching* virtual dengan mempergunakan aplikasi telekonferensi Zoom (Wardhana et al., 2020). Kegiatan *coaching* virtual ini dilaksanakan karena pihak *coach*, taruna dari ketiga kelompok, serta dosen pembimbing tidak berada pada lokasi yang sama dikarenakan kebijakan pembelajaran jarak jauh. Seluruh taruna

masih berada di kediaman masing-masing karena model pembelajaran masih mempergunakan metode daring.

Kegiatan *coaching* virtual dilaksanakan sejak tanggal 23 Juli 2020 hingga 24 September 2020. Setiap kegiatan *coaching* dilaksanakan secara serempak sehingga masing-masing kelompok dapat mengetahui perkembangan dari kelompok lainnya. Kegiatan *coaching* virtual ini dilaksanakan sebanyak 4 kali dengan diselingi oleh pemberian tugas yang wajib dilaksanakan oleh kelompok setelah proses pembimbingan. Pemberian tugas ini disesuaikan dengan permasalahan dan tantangan yang dialami oleh kelompok dalam mempersiapkan usahanya. Pemberian tugas ini antara lain eksplorasi potensi media sosial, identifikasi pesaing di pasar *e-commerce*, eksplorasi peluang pasar melalui daring, maupun kunjungan fisik ke mitra pemasok dengan menerapkan protokol kesehatan yang ketat. Kegiatan koleksi data dilakukan dengan pencatatan laporan yang disampaikan setiap pertemuan *coaching* yang diawali dengan presentasi laporan kinerja dari masing-masing kelompok. Setelah presentasi, kelompok kemudian berdiskusi dengan *coach* untuk membahas tantangan yang dihadapi dan rencana kedepan serta penugasan berikutnya.

Data yang diperoleh kemudian diolah untuk dijadikan masukan bagi pengembangan usaha dari setiap kelompok. Pendekatan *coaching* yang dilaksanakan dalam program ini tidak menggunakan pendekatan nilai seperti di dalam perkuliahan, melainkan dengan pendekatan profesionalisme usaha. Pendekatan ini mendorong setiap taruna di setiap kelompok untuk bekerja keras mewujudkan usahanya di realita.

PEMBAHASAN

Profil Kelompok Usaha

Kelompok usaha yang pertama adalah Kelompok Sukmarula. Kelompok ini memproduksi minuman segar dalam kemasan berbahan rumput laut yang dipadukan dengan berbagai isian yang menyegarkan dan menyehatkan. Spesies rumput laut yang dipergunakan sebagai bahan utama adalah jenis *Eucheuma cottoni*. Spesies rumput laut ini merupakan spesies yang paling umum dimanfaatkan untuk bahan makanan maupun pembuatan kosmetik. Rumput laut memiliki kandungan karbohidrat, protein, sedikit lemak dan abu serta keragenan yang membentuk tekstur dalam rumput laut. Pemberian rumput laut pada minuman akan meningkatkan viskositas, *water holding capacity* (WHC) dan penerimaan konsumen pada minuman rumput laut (Wahyu, 2020).

Kelompok usaha yang kedua adalah Kristalida. Kelompok ini memproduksi kulit udang sebagai bahan utama pembuatan cemilan kering berbumbu yang dikemas dalam kemasan apik. Selama ini, kulit udang hanya dimanfaatkan oleh industri kosmetik dan sebagian usaha pangan karena mengandung kitin dan chitosan. Namun, berkat kreativitas taruna di kelompok Kristalida, bahan samping pengolahan udang ini mampu diolah dan dijadikan sebagai salah satu panganan lezat.

Kelompok usaha yang ketiga adalah Thembox. Thembox merupakan kependekan dari *thermoelectrical cool box* yaitu sebuah alat pendingin yang mampu menjaga suhu makanan atau minuman tetap pada temperatur yang diinginkan, tetapi alat ini bersifat portabel. Keunggulan dari produk ini adalah dapat disesuaikan dengan bentuk kendaraan yang akan digunakan sebagai pembawanya sehingga pemilik usaha tidak perlu melakukan modifikasi banyak pada kendaraan usahanya. Selain itu, jika dibandingkan dengan produk kulkas portabel lainnya, Thembox memiliki keunggulan dari sisi harga yang terjangkau. Keunggulan ini diperoleh karena adanya sistem rangkaian elektronik yang mampu memangkas proses kerja dan tidak membutuhkan biaya yang tinggi.

Pengembangan Aktivitas Pemasaran di Media Sosial

Topik pembahasan pertama dalam aktivitas *coaching* virtual untuk ketiga kelompok adalah potensi melaksanakan pemasaran di media sosial. Pemasaran di media sosial perlu dilakukan karena setiap kelompok usaha tidak dapat secara fisik membuka gerai, kedai, atau toko untuk melayani pembeli karena situasi pandemi. Sesuai dengan presentasi awal dari masing-masing kelompok, ketiga kelompok telah memiliki akun media sosial yaitu Instagram. Akan tetapi, dalam penjelasan lebih lanjut, kegiatan yang dilakukan di akun instagram masing-masing kelompok usaha hanya bersifat informasi tanpa memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai produk yang dijual dan bagaimana jika konsumen tertarik untuk membelinya.

Sesuai konsep, pemasaran dalam media sosial adalah peningkatan kualitas nilai tambah produk bagi konsumen melalui jalur-jalur pemasaran dalam jejaring seperti instagram, e-commerce, hingga *website* (Pradiani, 2018; Purwidianoro et al., 2016). Pemasaran di media sosial memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan pemasaran di media sosial adalah keterjangkauan konsumen yang luas, efisiensi biaya karena tidak perlu membuat toko fisik, hingga ketersediaan data hasil perekaman jejak konsumen yang dapat dianalisis secara statistik (Untari &

Fajarjana, 2018). Pada sisi lain, kekurangannya antara lain kebutuhan dukungan teknologi seperti sinyal dan pulsa data, tingkat fokus yang lemah karena dapat dilihat oleh seluruh segmen, dan tingkat kesadaran konsumen akan penggunaan media sosial.

Pembahasan dalam *coaching* virtual yang pertama dari sisi pemasaran di media sosial adalah modifikasi konten. Kelompok diwajibkan melakukan modifikasi konten media sosial yang lebih menjual dan meningkatkan nilai produk yang dijual. Selama ini, konten yang dibuat oleh kelompok usaha hanya berupa foto produk dan birai (*caption*) yang tidak terlalu bersifat menggoda konsumen. Oleh karena itu, pada sesi awal seluruh kelompok usaha melakukan perbaikan pada konten dengan fokus pada pengambilan foto produk yang baik sekaligus memilih redaksional birai yang lebih tepat sasaran serta mendesain kata-kata tagar (*hashtag*) yang umum berhubungan dengan produk yang dijual. Seluruh diskusi dalam penyelesaian tugas ini dilaksanakan melalui aplikasi telekonferensi Zoom.

Beberapa hasil dari modifikasi konten yang sudah dilakukan adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Tangkapan Gambar Instagram Sukmarula

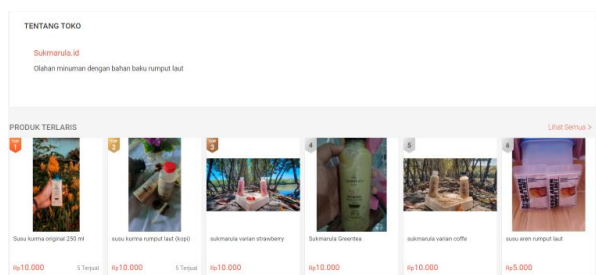


Gambar 2 Tangkapan Gambar Instagram Kristalida

Optimasi Penjualan Melalui E-Commerce

Fokus pertemuan kedua dalam aktivitas *coaching* virtual kepada kelompok Sukmarula, Kristalida, dan Thembox adalah masalah penjualan. Pada sesi pertama tentang pemasaran, kelompok mulai memahami tentang membangun citra yang baik di depan konsumen melalui media sosial. Pada sesi kedua, kelompok didorong untuk dapat membangun sarana agar aktivitas transaksi bisnis dapat berjalan. Tujuan penting dari kegiatan *coaching* pada sesi kedua adalah penekanan pencarian *outlet-outlet* penjualan yang dapat dituju oleh ketiga kelompok usaha.

Sesuai dengan diskusi dan analisis, maka produk Kelompok Sukmarula dan Kristalida memiliki potensi lebih besar untuk segera diperjualbelikan karena model bisnis yang dijalankan bersifat bisnis kepada konsumen (*business to consumer*). Sedangkan, untuk Kelompok Thembox tetap diarahkan untuk penjualan namun lebih kepada pendekatan personal kepada pengusaha produk perikanan atau eskrim yang membutuhkan produk dari Thembox. Oleh karena itu, khusus untuk Kelompok Sukmarula dan Kristalida diwajibkan untuk membuat *outlet* penjualan di situs *e-commerce*.



Gambar 3. Tangkapan Layar E-Commerce Produk Sukmarula

Kelompok Sukmarula dan Kristalida mengoptimalkan *e-commerce* Shopee sebagai salah satu outlet penjualan di daring. Kedua kelompok juga tetap membuka pesanan melalui jejaring pertemanan melalui media whatsapp yang kemudian produknya dapat diantar melalui aplikasi ojek *online* atau ekspedisi lain. Seluruh kanal penjualan wajib diujicoba oleh setiap kelompok untuk mengetahui respon dan sensitivitas dari setiap kanal penjualan sehingga ke depannya dapat memilih strategi penjualan dengan lebih efisien.

Memastikan Kestabilan Pasokan

Diskusi ketiga dalam *coaching* virtual ini ialah memastikan kestabilan pasokan. Kestabilan pasokan merupakan bagian dari manajemen operasional usaha yang sangat penting. Sebuah bisnis diusahakan untuk tidak salah dalam merencanakan

produksinya sehingga menghindari kemungkinan untuk terjadinya kegagalan penjualan karena stok produk yang tidak ada.

Kelompok Sukmarula pada sisi kestabilan pasokan tidak mengalami masalah. Rumput laut jenis cottoni yang dijadikan sebagai bahan utama produk pembuatan minumannya merupakan produk rumput laut yang populer di kalangan petani rumput laut sehingga ketersediaan produknya di pasar termasuk berlimpah. Pada sisi buah kurma dan madu sebagai zat pemanis alami pun tidak menjadi permasalahan karena stok produksinya terjaga di pasar. Oleh karena itu, kelompok Sukmarula difokuskan untuk melakukan perbaikan pada sistem persediaan supaya produk bahan bakunya tetap terjaga kesegarannya dan tidak menumpuk di lemari pendingin terlalu lama.

Kelompok Kristalida mengalami kendala yang lebih menantang dibandingkan kedua kelompok lainnya. Bahan utama pembuatan Kristalida adalah kulit udang. Kulit udang sendiri merupakan hasil sampingan dari produk udang. Kulit udang selama ini dipergunakan untuk tambahan bahan pangan atau kosmetik, tetapi belum banyak yang memanfaatkan untuk olahan makanan. Padahal, merujuk pada penelitian pangan yang dilakukan, kulit udang mengandung zat dan nutrisi yang baik bagi tubuh antara lain chitosan, karetenoid, lipid, dan protein (Sofia et al., 2010). Sayangnya, pasokan kulit udang biasanya terbatas karena bersaing dengan pengolah kulit udang lain. Oleh karena itu, kelompok Kristalida menitikberatkan fokus penyediaan pasokan untuk menjamin ketersediaan produksi. Tindakan yang dilakukan adalah melakukan komunikasi dengan beberapa usaha pengolah udang yang tidak mempergunakan kulit dan bagian kepala udang. Kelompok Kristalida memiliki target untuk setidaknya memperoleh minimal tiga pemasok untuk menghilangkan ketergantungan terhadap pemasok tunggal.

Kelompok Thembox tidak menghadapi kendala dalam penyediaan bahan pasokan. Hal ini dikarenakan hampir sebagian besar suku cadang dan bahan baku tersedia di pasar karena merupakan bahan yang umum dan biasa dipergunakan untuk kebutuhan perkakas elektronika. Akan tetapi ada satu bagian penting yang menunjang nilai tambah produk dari Kelompok Thembox yang memungkinkan refrigerasi dapat dilakukan secara portabel. Khusus untuk suku cadang tersebut, kelompok mengalokasikan sistem *pre-order* untuk memastikan ketersediaan barang karena tidak mungkin dilakukan penyimpanan panjang karena harga produk yang tinggi.

Peningkatan Kemampuan Presentasi Kelompok Usaha

Salah satu tantangan dalam pembekalan kelompok usaha, khususnya bagi mahasiswa yang berlatar belakang pendidikan vokasi adalah bervariasinya kemampuan komunikasi ke publik. Mahasiswa dalam pendidikan vokasi lebih cenderung memiliki keterampilan fisik terlatih dalam hal pekerjaan di bidangnya. Hal ini tentunya menjadi tantangan dalam pemberdayaan kelompok kewirausahaan di Politeknik KP Sidoarjo yang membutuhkan keterampilan berkomunikasi di depan publik saat melakukan presentasi usaha.

Tindakan yang dilakukan oleh coach pendamping dalam meningkatkan kemampuan presentasi kelompok usaha adalah melatih taruna dengan konsep *pitching*. Setiap kelompok kewirausahaan hanya diberikan waktu maksimal 5 menit untuk menyampaikan materinya dengan *slide* presentasi yang berjumlah maksimal 5 *slide*. Hal ini dilakukan untuk memaksa taruna agar efisien dan efektif dalam menyampaikan materinya. Pada awalnya, taruna yang maju untuk melakukan *pitching* masih diperbolehkan untuk membaca catatan agar waktunya dapat dikelola dengan baik. Namun, pada kesempatan *pitching* ketiga, para presenter tidak diperbolehkan kembali untuk membaca catatan. Walaupun belum dirasa memuaskan, kualitas komunikasi taruna dari masing-masing kelompok kewirausahaan meningkat signifikan terutama dalam struktur bahasa dan penyampaian komunikasi.

Teknik kedua yang diberikan untuk meningkatkan kemampuan presentasi kelompok usaha adalah dengan sistem *talk-show*. Sistem ini membutuhkan minimal 2 taruna untuk melakukan presentasi dimana keduanya seakan-akan sedang berdiskusi dan mengobrol tentang produk yang akan dibahas di presentasi tersebut. Teknik *talk-show* ini dirasa efektif karena ternyata mampu mengurangi ketegangan saat presentasi menurut para presenter. Hal ini dikarenakan mereka tidak maju sendirian di hadapan layar serta tidak membutuhkan catatan narasi karena rekan presenternya dapat menjadi pihak penanya yang kemudian menstimulasi presenter lain untuk menjawab dengan lebih santai.

Hasil yang dicapai termasuk dalam kategori memuaskan, yaitu pada saat pertemuan pertama *coaching* virtual, kemampuan presentasi masing-masing kelompok masih dalam tahap pemula yang terasa malu-malu, grogi, dan akhirnya sering mengalami selip lidah. Namun, pada pertemuan terakhir *coaching*, terjadi peningkatan kualitas presentasi yang signifikan mulai dari keberanian untuk menyampaikan materi tanpa catatan, tidak

grogi, struktur penyampaian yang jelas, dan konten materi yang tersampaikan dengan baik.

Pencapaian Akhir

Indikator kinerja pemberdayaan kelompok kewirausahaan di Politeknik KP Sidoarjo ini dapat diidentifikasi melalui 2 hal yaitu indikator keuangan dan indikator anugerah kompetisi festival nasional kewirausahaan. Pada indikator keuangan, 2 kelompok yaitu Kelompok Sukmarula dan Kristalida mampu membukukan penjualan pada saat pandemi, sedangkan kelompok Thembox belum mampu membukukan transaksi penjualan. Akan tetapi, khusus kelompok Thembox, sudah memiliki pra perjanjian dengan Kelompok Sukmarula yang bersedia menggunakan produknya jika Kelompok Sukmarula mengaktifkan sistem penjualan keliling.

Tabel I
Laporan Penjualan Kelompok Sukmarula

No	Periode Penjualan	Unit Terjual	Harga Jual Satuan	Subtotal
1	September 2020	28	Rp10.000	Rp280.000
2	Oktober 2020	287	Rp10.000	Rp2.870.000
3	November 2020	38	Rp10.000	Rp380.000
	JUMLAH	353		Rp3.530.000

Kelompok Sukmarula berhasil membukukan penjualan selama 3 bulan sebanyak Rp3.530.000 dari penjualan 353 buah produk. Hasil ini tidak terlalu mengecewakan mengingat dalam situasi pandemi, akses penjualan langsung dibatasi, kemampuan daya beli masyarakat melemah, dan tipe produk yang rentan terhadap kerusakan. Sebagian produk terjual melalui penjualan langsung kepada kolega yang dipesan melalui nomor resmi kelompok dan juga e-commerce.

Tabel II
Laporan Penjualan Kelompok Kristalida

No	Periode Penjualan	Unit Terjual	Harga Jual Satuan	Subtotal
1	September 2020	28	Rp10.000	Rp280.000
2	Oktober 2020	287	Rp10.000	Rp2.870.000
3	November 2020	38	Rp10.000	Rp 380.000
	JUMLAH	353		Rp3.530.000

Kelompok Kristalida memiliki penjualan yang lebih banyak daripada Kelompok Sukmarula karena Kelompok Kristalida telah merintis penjualan sejak Bulan Agustus 2020. Selain itu, produk Kristalida juga

cenderung lebih kuat untuk dipaketkan secara jarak jauh dan tidak terkendala kedaluwarsa singkat seperti yang dialami oleh produk Sukmarula. Kanal penjualan pun diperoleh dari e-commerce maupun penjualan langsung kepada rekan sejawat.

Proses pendampingan *coaching* secara virtual ternyata memberikan dampak positif dari sisi perubahan pola pikir, keterampilan, hingga wawasan berwirausaha. Namun, hal yang paling memberikan dampak adalah ketiga kelompok yang dibina dalam proses pendampingan berhasil meraih prestasi masing-masing. Kelompok Sukmarula meraih juara dua nasional dan Kelompok Kristalida meraih juara tiga nasional dalam festival kompetisi kewirausahaan nasional yang diselenggarakan oleh Pusdik KP di Jakarta pada Bulan Desember 2020. Tidak hanya itu, kelompok Thembox pun meraih penghargaan kelompok favorit dari sektor non pengolahan pada festival yang sama. Hal ini menunjukkan bahwa proses pendampingan virtual dengan metode *coaching* mampu memberikan dampak signifikan yang diakui oleh rekan sejawat di komunitas kelautan dan perikanan.

KESIMPULAN

Proses pemberdayaan kelompok kewirausahaan di Politeknik KP Sidoarjo melalui pendampingan *coaching* virtual mampu memberikan dampak yang signifikan. Keterbatasan akses fisik saat pandemi tidak mampu menghalangi proses pendampingan usaha bagi 3 kelompok kewirausahaan yang sedang berkompetisi di Festival Nasional Kewirausahaan Kementerian Kelautan dan Perikanan. Desain 4 kali tatap muka virtual yang diakomodasi oleh platform telekonferensi Zoom berjalan dengan baik karena antusiasme dan motivasi taruna di setiap kelompok yang secara sigap menyelesaikan penugasan yang diberikan untuk dapat melengkapi komponen bisnis di usahanya masing-masing.

Desain tatap muka virtual ini disesuaikan dengan kebutuhan dari kelompok kewirausahaan yang ada di Politeknik KP Sidoarjo. Hal ini dilakukan karena setiap kelompok kewirausahaan telah memiliki bekal pengetahuan yang cukup terkait bisnis dan manajemen usaha. Situasi ini disikapi dengan mendesain topik tatap muka agar lebih praktikal dengan diselingi tugas dan presentasi untuk mengukur kinerja masing-masing kelompok kewirausahaan. Kendala tidak banyak ditemui secara langsung hanya secara umum permasalahan sinyal masing-masing mengganggu diskusi dikarenakan seluruh taruna sudah kembali ke kampung halaman masing-masing.

Indikator keberhasilan proses pemberdayaan dapat dilihat pada kinerja laporan keuangan dan

penghargaan yang diperoleh oleh ketiga kelompok kewirausahaan pada saat pelaksanaan Festival Nasional Kewirausahaan. Kelompok Sukmarula dan Kristalida mampu membukukan penjualan dan Kelompok Thembox mampu mulai merintis penjualan yang bersifat bisnis terhadap bisnis. Pemberdayaan kelompok kewirausahaan ini diharapkan dapat menjadi salah satu strategi percepatan pengembangan kewirausahaan bagi peserta pendidikan vokasi sehingga setelah mahasiswa atau taruna lulus dari proses pendidikannya, mereka dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan tidak hanya mencari peluang pekerjaan.

PUSTAKA

- Ahmed, T., & Chattopadhyay, R. (2016). Return to general education and vocational education & training in Indian context: Policy implications. *International Journal of Educational Management*, 30(3), 370–385. <https://doi.org/10.1108/IJEM-10-2014-0135>
- Birch, C., Lichy, J., Mulholland, G., & Kachour, M. (2017). An enquiry into potential graduate entrepreneurship: Is higher education turning off the pipeline of graduate entrepreneurs? *Journal of Management Development*, 36(6), 743–760. <https://doi.org/10.1108/JMD-03-2016-0036>
- Järvi, T. (2012). Teaching entrepreneurship in vocational education viewed from the regional and field perspectives. *Journal of Vocational Education and Training*, 64(3), 365–377. <https://doi.org/10.1080/13636820.2012.691538>
- KKP. (2020). Kementerian kelautan dan perikanan badan riset dan sumber daya manusia kelautan dan perikanan (Vol. 64717173, Issue 021).
- Mack, A. J., White, D., & Senghor, O. (2019). An insight into entrepreneurship education practices in Technical and Vocational Education and Training institutions. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-019-0169-z>
- Ndofirepi, T. M., & Rambe, P. (2017). Entrepreneurship education and its impact on the entrepreneurship career intentions of vocational education students. *Problems and Perspectives in Management*, 15(1), 191–199. [https://doi.org/10.21511/ppm.15\(1-1\).2017.06](https://doi.org/10.21511/ppm.15(1-1).2017.06)
- Nurhayati, A. (2012). ANALISIS KEBIJAKAN PEMERINTAH DAERAH DALAM Mendukung TINGKAT KEBERLANJUTAN SUMBER DAYA PERIKANAN (Studi Kasus di Kawasan Pangandaran, Kabupaten Ciamis). *Jurnal Kebijakan Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 2(2), 163. <https://doi.org/10.15578/jksekp.v2i2.9283>
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh Sistem Pemasaran Digital Marketing Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v11i2.45>
- Purwiantoro, M. H., Kristanto, D. F., & Hadi, W. (2016). PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGEMBANGAN USAHA KECIL MENENGAH (UKM) | Hari Purwiantoro | EKA CIDA. Maret, 1(1), 30–39. <http://journal.amikomsolo.ac.id/index.php/ekacida/article/view/19/11>

- Schutte, F. (2019). Small business incubator coaching in south africa: Exploring the landscape. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(4), 1–14.
- Soehadi, A. W., Winarto, V., Suhartanto, E., & Kusmulyono, M. S. (2011). *Prasetiya Mulya EDC on Entrepreneurship Education*. Prasetiya Mulya Publishing.
- Sofia, I., Pirman, & Haris, Z. (2010). Karakterisasi fisikokimia dan fungsional kitosan yang diperoleh dari limbah cangkang udang windu. *Jurnal Teknik Kimia Indonesia*, 9(1), 11–18.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta - Jurnal Sekretaris Dan Manajemen*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/index/search/search?query=strategi+pemasaran&searchJournal=&authors=&title=&abstract=&galleyFullText=&suppFiles=&dateFromMonth=&dateFromDay=&dateFromYear=&dateToMonth=&dateToDay=&dateToYear=&dateToHour=23&dateTo>
- Wahyu, Y. I. (2020). Karakteristik fisikokimia dan organoleptik formulasi yogurt dengan penambahan rumput laut *Eucheuma spinosum*. *Jurnalkan Chanos Chanos*, 18(2), 55–61.
- Wardhana, D. E. C., Basuki, R., & Noermanzah, N. (2020). Webinar Dan Pendampingan Daring Penulisan Artikel Hasil Penelitian Pada Jurnal Nasional Terakreditasi Bagi Guru Bahasa Indonesia Tingkat Sma Kota Bengkulu. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(4), 228. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v26i4.20640>
- Wijanarti, S. W., & Kusmulyono, M. S. (2019). Studi deskriptif manfaat pembelajaran mata kuliah elektif coffee business and management. *Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*.