



SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
WIDYA WIWAHA
— YOGYAKARTA —

ISSN XXXX-XXXX



PROSIDING

Seminar Nasional dan Call Paper

STIE Widya Wiwaha

Volume 1 Tahun 2023



HOME / ARCHIVES / Vol.1 (2023): Prosiding Seminar Nasional dan Call Paper STIE Widya Wiwaha

Vol. 1 (2023): Prosiding Seminar Nasional dan Call Paper STIE Widya Wiwaha



Prosiding Seminar Nasional dan Call Paper STIE Widya Wiwaha

Tema
"Green Economy Strategi Menghadapi Krisis Global 2023"

ISSN 2986-0490

Keynote Speaker:

Awail Rizky
Dr. Nur Widiastuti, M.Si
Dewi Setiawati, SE, MM
Dr. Syeh Assery, MM

[Cover, Halaman Depan dan Daftar Isi](#)
[Materi Seminar](#)

DOI: <https://doi.org/10.32477/semnasvi>

PUBLISHED: 2023-01-12

ARTICLES

- PENGARUH KEMASAN, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN MIXUE**
(Studi Pada Mahasiswa STIE Widya Wiwaha Yogyakarta)
Annisa Tiara Kasih, Nadia Ayu Saraswati Dewi, Kuntari Budiayati, Ananda Puspita Damayanti, Vika Fatkhiaatul Khasanah 1-16
[PDF](#)
- PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBLAK PASTA TAMAN SISWA BAGI MAHASISWA SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) WIDYA WIWAWA YOGYAKARTA**
Erlina Septiyaningrum, Rizki Nur Fajar, Dela Fermiana, Yuanika Asmarani Utami, Denis Fergijawan 17-33
[PDF](#)
- Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Pembelian Logam Mulia Pada PT. Pegadaian (Persero) Banjarmasin**
Ni Nyoman Suarniki, Rizky Amalia Apriana, Siti Saidah 34-43
[PDF](#)
- Analisis Pengaruh Penjualan Online Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pusat Mutiara Kosmetik Kota Yogyakarta**
Atiun Nasikhah, Hilda Nariswari, Siti Nur Anisa, Hesti Nuraini 44-60
[PDF](#)
- PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU PVN PADA APLIKASI TIK TOK**
Ismi Asvin, Renata Uli Rusyanti, Shalsa Mustika Sari, Desi Wilda Asih, Eva Safitri 61-80
[PDF](#)
- ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN PELANGGAN DI MIE GACUAN TAMAN SISWA YOGYAKARTA**
Indriana Setya Wardani, Dwi Utami Dias Tuti, Reka Elyasa 81-98
[PDF](#)
- FAKTOR FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MASYARAKAT YOGYAKARTA PADA APLIKASI SHOPEE**
Adinta Dwi Prastwi, Dina Nur Cahyani, Intan Permata Sari, Margareta Ayu Noviana J, Berlian Shinta Nurcahaya 99-113
[PDF](#)
- Digitalisasi Ekonomi Sebagai Upaya Peningkatan Omzet UMKM di Sentra Industri Kasongan**
Ainina Ratnadewati, Nur Widiastuti 114-124
[PDF](#)
- PENGARUH CUSTOMER REVIEW DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE NYINYIR PADA APLIKASI SHOPEE FOOD**
Arum Ambarwati, Aulia Nissa Khoiri, Nafisa Rahma Dewi, Nazilah Lalatul Habiba, Wintan Prastiti 125-140
[ARTIKEL](#)
- PENGARUH KESADARAN WAJIB PAJAK, PENGETAHUAN PERPAJAKAN, DAN SANKSI PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK BUMI DAN BANGUNAN PERDESAAN DAN PERKOTAAN DI PELEM, PRINGKUKU, PACITAN**
Erlisa Inaniatita, Achmad Tjahjono 141-157
[ARTIKEL](#)
- PENERAPAN GREEN ECONOMY DALAM KONSEP GANDENG-GENDONG DI KAMPUNG WISATA REJOWINANGUN, YOGYAKARTA**
Qurrata Ayunina Ciptantri Hadipranata, Hasanah Setyowati 158-170
[ARTIKEL](#)
- Analisis Pengaruh Uang Saku Dan Lingkungan Pergaulan Mahasiswa Terhadap Gaya Hidup**
Rizal Rahmat, Bintang Kasih, Adhimsyah Huda, Aditya Al-Rasyid 171-180
[ARTIKEL](#)
- Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui E-Commerce Shopee**
Studi Pada Masyarakat Di Yogyakarta
Faridatul Mu'jizat, Fitri Nuraini, Ekawati Nurjanah, Marlingga Pramudita 181-198
[ARTIKEL](#)
- Pengaruh Pendapatan Asli Daerah, Belanja Daerah Dan Dana Alokasi Khusus Terhadap Indeks Pembangunan Manusia Pada Kabupaten/Kota Di Provinsi Sumatera Utara**
Heniwati Gulo 199-200
[ARTIKEL](#)
- Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Helm SNI**
Firnanda Ardhani Gita C, Ainun Nisa, Jalu Nugroho, Angelle Puteri K, Arsyanti Sukma D 201-218
[ARTIKEL](#)
- PENGARUH OPERATING PROFIT MARGIN, PRICE EARNING RATIO, QUICK RATIO, DEBT TO EQUITY RATIO, INVENTORY TURNOVER TERHADAP HARGA SAHAM PADA PERUSAHAAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2017-2021**
Febriyanto, Sulastiningsih, Syeh Assery 219-232
[ARTIKEL](#)
- ANALISIS MANAJEMEN STRATEGI PADA PENGELOLAAN TAMAN BUMI (GEOPARK) DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**
Rastra Barata Setiya Budi, Muda Setia, Nur Widiastuti 233-257
[ARTIKEL](#)
- Pengaruh Pengetahuan Investasi, Kemudahan Teknologi, dan Kemampuan Keuangan Terhadap Minat Investasi Generasi Millennial Di Pasar Modal**
Fiegi Baruni, Priyastwi 258-269
[ARTIKEL](#)
- Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Nilu Kopi Yogyakarta**
Fikri Rahman, Rakha Samboga, Fajar Bagas Nugroho, M.Ridho Bangkit P, Cahya Irmansyah, Romich 270-287
[ARTIKEL](#)
- Pengaruh Komunitas Fandom Dan Perilaku Konsumtif Terhadap Keputusan Pembelian Irasional Dengan Minat Beli Dan Kesiediaan Membayar Sebagai Variabel Intervening**
Studi Kasus: Pembelian Album dan Merch Penggemar Grup Exo di Twitter
Mayang Puspita Zahra, Uswatun Chasanah 288-303
[ARTIKEL](#)
- Potensi Pengembangan Ekstrakurikuler Aquaponik dalam Upaya Menumbuhkembangkan Green Social Entrepreneur Pemula**
Studi di SMP Negeri 1 Minggir, Sleman, DIY
John Suprihanto, Sigit Dwi Putro 304-315
[ARTIKEL](#)
- Pengaruh Kepemimpinan Otentik Terhadap Kinerja Pegawai Dengan Komitmen Organisasional Sebagai Variabel Mediasi**
Linda Helina Pratamasari, Siti Puryandani 316-335
[ARTIKEL](#)
- Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Pelanggan Mool.SPDR**
Muh. Fadhil Adli Yanuar, Akram Shofwan Setiawan, Sulistiyowati, Diva Vikani Anggraeni, Fauzi Pratama 336-351
[ARTIKEL](#)
- Pengaruh Produk, Harga, Lokasi, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Angkringan "37"**
Joan Kurniawan Wicaksana, Muhammad Ajun Subarkah, Fatsha Menno Subandy, Abdullah Mundzier, Akmal Nova Dwi Putranto 352-371
[ARTIKEL](#)
- PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA KERAJINAN PERAK KOTAGEDE**
Disya Fitri Naris Wati, Ina Rizqia Laili, Ari Maharani, Tiyas Anjari, Widya Dwi Budi Astuti 372-388
[PDF](#)
- Analisis Pengaruh Rasa Percaya Diri, Motivasi, Dan Skill Terhadap Minat Berwirausaha Pada Mahasiswa STIE Widya Wiwaha**
Afid Khatul Hidayah, Ilklimatul Hawa, Refika Dewi Carneli, Audi Gita Nanda, Muhammad Dani Arifin 389-403
[ARTIKEL](#)
- Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan**
(Studi Pada Pelanggan Ojek Online)
Syalwa Anindya Jurafa, Rona Saniyya, Anggita Devintya Sari, Pancaly Noveto Pamella, Martino Ricky 404-424
[ARTIKEL](#)
- PENINGKATAN KAPASITAS KEWIRUSAHAAN**
Beta Asteria, Muda Setia, Erlina Septiyaningrum, Desfia Eka Putri, Muhammad Fadhil Adli Yanuar, Hasan Drajat Pangudi 425-431
[ARTIKEL](#)
- GREEN MARKETING: PENINGKATAN KEMAMPUAN PEMASARAN MIE LETHEK**
Dila Damayanti, Yunita Fitri Wahyuningtyas, M. Robi Nurwahyudi, Annisa Nurhasanah, Rakha Samboga, Dewi Arum Rahayuningsih 432-437
[ARTIKEL](#)
- PENGUATAN AKUNTANSI DAN KEUANGAN PADA UMKM**
Sulastiningsih Sulastiningsih, Mafwah Dian Lalillah, Febriyanto Febriyanto, Ninda Putri Zulekha Sapta Agusti, Audi Gita Nanda, Rio Azzy Beauty Puspita 438-444
[ARTIKEL](#)
- MEMBANGUN GREEN ENTREPRENEUR BERBASIS IPTEKS DAN SPIRITUAL**
Sulastiningsih Sulastiningsih, Dwi Novitasari, Suci Utami Wikaningtyas, Hidayatulloh Hidayatulloh, Yudha Adi Tama, Tri Wahyuni, Valen Pana 445-454
[ARTIKEL](#)
- Optimalisasi Pengelolaan Keuangan untuk Mempercepat Laju Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah**
Achmad Tjahjono, Vika Fatkhiaatul Khasanah, Yohanes Lou Meo, Ismi Asvin, Muhammad Indra Dewanto Putra, Muhammad Khanufudin 455-461
[ARTIKEL](#)
- PENINGKATAN KAPASITAS SUMBER DAYA MANUSIA MELALUI SERTIFIKASI KONSULTAN PERKOPERASIAN**
Suhartono Suhartono, Awal Satrio Nugroho, Meidi Syaflan, Sulalatul Mawaddah, Refika Dewi Carneli, Farhan Alfreddo, Suryanita Suryanita 462-467
[ARTIKEL](#)
- PENINGKATAN AKUNTABILITAS DAN TRANSPARANSI PELAPORAN KEUANGAN BANK SAMPAH**
Lilik Ambarwati, Meidi Syaflan, Marlingga Pramudita, Akram Shofwan Setiawan, Anang Abdillah, Anik Kristyani 468-473
[ARTIKEL](#)
- PEMBANGUNAN BIODIGESTER BIRU UNTUK PENGEMBANGAN EKONOMI HIJAU**
Meidi Syaflan, Lilik Ambarwati, Ika Rahmawati, Yuliono Yuliono, Nafisa Rahma Dewi, Siti Nur Anisa, Milka Natalia Suciayati 474-483
[ARTIKEL](#)
- PENINGKATAN KAPABILITAS DIGITAL MARKETING BAGI PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH**
Muhammad Subkhan, Syeh Assery, Selamat Riauwanto 438-446
[PDF](#)

Make a Submission

INFORMATION

For Readers

For Authors

For Librarians

EDITORIAL POLICIES

Publication Ethic

Editorial Team

Reviewer

Focus and Scope

Author Guidelines

Peer Review Process

Publication Frequency

Publication fee

Plagiarism Checker

Copyright Notice

Open Access Policy

Ethical Statement

Publisher

ARTICLE TEMPLATE

[TEMPLATE](#)

ISSN

eISSN 2986-0490

ISSN 2986.0490

TOOLS

zotero

Mendeley

INDEXING LIST

Crossref

Support By

RI RELAWAN JURNAL INDONESIA

VISITORS

statcounter

MEMBANGUN *GREEN ENTREPRENEUR* BERBASIS IPTEKS DAN SPIRITUAL MAHASISWA STIE WIDYA WIWHA

**Sulastiningsih¹, Dwi Novitasari², Suci Utami Wikaningtyas³, Hidayatulloh⁴,
Yudha Adi Tama⁵, Tri Wahyuni⁶, dan Valen Pana⁷**

^{1,2,3,4,5,6,7}STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta, Indonesia - email: sulastiningsih@stieww.ac.id

Ringkasan

Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk membangun spirit kewirausahaan, kemandirian dan kemampuan manajerial bagi mahasiswa STIE Widya Wiwaha. Peserta program ini 20 orang calon wirausahawan dari kalangan mahasiswa dan alumni terpilih. Luaran dari pengabdian masyarakat ini adalah lima wirausahawan mandiri yang terdiri dari dua wirausahawan mandiri bidang kue kering, dua wirausahawan mandiri bidang hidroponik dan satu wirausahawan mandiri bidang kerajinan membatik. Kelima wirausahawan mandiri ini memiliki: 1) Kemampuan manajerial meliputi manajemen produksi, manajemen SDM, manajemen keuangan dan manajemen pemasaran, 2) Memiliki kemampuan mengaplikasikan ipteks pada proses produksi, marketing dan pelaporan keuangan, 3) Memiliki jiwa kewirausahaan berbasis green business dan spiritual.

Dalam rangka mewujudkan luaran pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan serangkaian kegiatan pelatihan, yaitu, Pertama: pelatihan kewirausahaan yang bertujuan membekali mahasiswa dengan kemampuan manajerial dalam mengelola bisnis, kemampuan mengimplementasikan ipteks dalam bisnis dan membekali jiwa kewirausahaan berbasis green business dan spiritual. Kedua, pelatihan praktek produksi, praktek pemasaran dan praktek menjual serta magang di industri mitra. Seluruh peserta pelatihan diberikan pelatihan Green Entrepreneur mandiri berbasis ipteks dan spiritual dengan bobot: pelatihan kewirausahaan 25%, praktik produksi 30%, praktik pemasaran 25% dan praktik menjual 20%. Pada tahap ketiga, seluruh peserta diberikan bantuan teknologi dalam bentuk kepemilikan website serta teknik promosi secara on line dan diberikan bantuan berupa peralatan produksi. Selanjutnya mereka diwajibkan mempraktekkan bisnis secara langsung sesuai dengan teori yang telah diberikan dibawah pengawasan tim dan industri mitra. Secara periodik, setiap akhir bulan peserta diwajibkan menyusun laporan keuangan dan laporan perkembangan kinerja bisnisnya. Dari hasil evaluasi dan monitoring dipilih lima (5) wirausahawan mandiri yang terus dibina sehingga menjadi green entrepreneur mandiri dan sukses.

Key Words: *Green Entrepreneur*, Ipteks, Spiritual dan Motivasi Berwirausaha

Pendahuluan

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) dibentuk untuk meningkatkan stabilitas ekonomi di kawasan ASEAN dan diharapkan mampu mengatasi masalah-masalah di bidang ekonomi antar negara ASEAN. Dampak dari konsekuensi MEA antara lain aliran bebas bagi barang negara ASEAN, arus bebas jasa, investasi, tenaga kerja terampil dan modal. Salah satu hambatan yang dihadapi Indonesia dalam menghadapi MEA adalah sektor industri yang rapuh karena ketergantungan impor bahan baku dan bahan setengah jadi.

Dewasa ini tuntutan produk ramah lingkungan (*green product*) menjadi isu yang semakin penting dan strategis guna peningkatan daya saing, Kementerian Perindustrian menetapkan bahwa 5 dari 10 tujuan pembangunan industri tahun 2015-2025 antara lain: 1) mengembangkan industri hulu berbasis sumber daya alam, 2) pengendalian ekspor bahan mentah dan sumber energi, 3) meningkatkan penguasaan teknologi dan kualitas sumber daya manusia industri, 4) mengembangkan Sentra Industri Kecil dan Menengah serta 5) pembangunan industri hijau.

Salah satu bentuk keseriusan pemerintah dengan menetapkan UU No. 3 tahun 2014 tentang industri hijau. Hal ini dapat diwujudkan dengan menghasilkan produk ramah lingkungan. Produk ini mulai dari pengadaan dan penggunaan material input ramah lingkungan, diproduksi dengan mesin dan teknologi ramah lingkungan serta penanganan limbah secara efektif. Pentingnya *green product* ini terlihat dari hasil penelitian yang menyimpulkan bahwa 70% dari 200 konsumen di Amerika, Inggris, Jerman, Belanda, Australia dan Jepang bersedia membeli produk karena terdapat *green product label* seperti *US energy star logo*, *green label Thailand*, *Korea eco label* dan lain lain (Yazdanifard et al., 2011).

Kementerian Perindustrian juga mengungkapkan bahwa industri pembuatan kue kering menunjukkan peningkatan, tetapi menghadapi kendala, yaitu tingginya harga bahan baku untuk membuat kue kering (Kemenperin, 2014). Bahan baku utama kue kering adalah gandum, tanaman ini belum bisa tumbuh di Indonesia, sehingga Indonesia terpaksa mengimpor gandum.

Di sisi lain, tingkat pengangguran di Indonesia didominasi oleh lulusan SMK, Diploma dan Sarjana, dengan persentase masing-masing 11,24%, 6,14% dan 5,65% dari jumlah seluruh tenaga kerja. Sedangkan penyerapan tenaga kerja didominasi oleh pekerja pendidikan rendah sebesar 74,3 juta orang (64,83%). Salah satu solusi untuk mengatasi tingginya tingkat pengangguran adalah berwirausaha. Namun kendala yang dihadapi antara lain: 1) Pola pikir dan budaya masyarakat cenderung ingin menjadi pegawai atau karyawan, terutama pegawai negeri, 3) Mental yang lemah dalam memulai dan menanggung resiko usaha, seperti alasan tidak memiliki modal, kurang memiliki jiwa wirausaha (Astuti, 2013). Berdasarkan hal-hal di atas maka diperlukan keberadaan pengusaha ramah lingkungan (*green entrepreneur*) berbasis *green business*, ipteks, dan spiritual bagi mahasiswa.

Visi STIE Widya Wiwaha adalah “Menjadi Perguruan Tinggi Bisnis Unggul dan Terpercaya Bertaraf Internasional Tahun 2030 berbasis Ilmu Pengetahuan dan Teknologi , Kewirausahaan berwawasan global yang dilandasi akhlak mulia.. Dalam mewujudkan visi tersebut, STIE Widya Wiwaha dalam sistem pendidikannya tidak hanya menekankan pada kemampuan bidang akademis, tetapi juga kemampuan yang bersifat non akademis (*softskill*) yang akan menumbuhkan jiwa kemandirian, kreatifitas dan profesionalisme. Visi ini dijabarkan dalam kurikulum, baik program studi Akuntansi maupun Manajemen yang menekankan pada *spirit* kewirausahaan berbasis akhlak mulia (spiritual) dalam proses pembelajaran mulai dari semester pertama sampai semester terakhir

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memotivasi, memberikan pengetahuan dan memfasilitasi mahasiswa STIE Widya Wiwaha untuk membangun dan menjalankan usaha berbasis *green entrepreneur*, yang meliputi 1) *green product* yaitu produk yang memiliki karakteristik *durable*, *nontoxic*, *recycled materials* dan *minimally package*. 2) *Green Pricing* yaitu penetapan harga yang tidak hanya didasarkan atas penentuan profit, tetapi

juga mengandung nilai ramah lingkungan sebagai nilai tambah, 3) *Green Place* yaitu pemilihan lokasi bisnis dengan mempertimbangkan aspek kesehatan, sosial dan ekonomi 4) *Green Accounting* yaitu akuntansi yang mempertimbangkan biaya pencegahan untuk menghindari kegiatan operasional yang berpengaruh terhadap lingkungan hidup dan masyarakat dan 5) *Zero waste activities*, sampah dari industri pengolahan pangan bisa diproses menjadi pupuk organik.

Metode Penerapan

Program Pengabdian kepada Masyarakat bagi mahasiswa STIE Widya Wiwaha ini dilakukan melalui tiga (3) tahap. Tahap awal adalah proses rekrutmen yang dilakukan dengan test tertulis dan tes wawancara. Tahap kedua adalah pelatihan kewirausahaan, praktek produksi dan magang pada industri mitra. Tahap ketiga adalah pembimbingan dan pendampingan. Adapun penjelasan masing-masing tahapan adalah sebagai berikut:

Pola Rekrutmen Peserta (*Tenant*)

Rekrutmen peserta program ini (*tenant*) dimaksudkan untuk menjaring mahasiswa dan alumni STIE Widya Wiwaha yang memiliki bakat serta minat menjadi wirausahawan. Proses rekrutmen melalui beberapa tahapan, antara lain: 1) Publikasi rekrutment yang ditujukan untuk mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah bisnis pengantar dan kewirausahaan, 2) pendaftaran dengan melampirkan persyaratan seperti fotokopi KTM, transkrip dan proposal studi kelayakan bisnis (*business plan*), 3) melakukan seleksi pendaftaran berupa seleksi berkas, tes tertulis dan wawancara. Tes wawancara berfokus untuk mengetahui minat mahasiswa untuk menjadi wirausahawan, untuk mengetahui kemampuan dalam berkomunikasi, dan untuk menggali pengalaman peserta praktik bisnis. Setelah melalui tahapan-tahapan rekrutmen peserta, maka terpilih 15 mahasiswa dan 5 alumni terbaik sebagai tenant untuk mengikuti pelatihan green entrepreneur.

Pelatihan, Praktik dan Magang pada Industri Mitra

Sebelum kegiatan magang pada industri mitra, *tenant* diwajibkan mengikuti pelatihan kewirausahaan, pelatihan praktek produksi, pelatihan praktik pemasaran dan praktik menjual untuk membekali *tenant* agar mampu mengimplementasikan teori dan praktek produksi, pemasaran dan menjual hasil produksinya. Pelatihan kewirausahaan bertujuan membekali *tenant* dengan kemampuan manajerial dalam mengelola bisnis dan membangun spirit kewirausahaan berbasis spiritual. Kemampuan manajerial ini meliputi: kemampuan di bidang manajemen produksi, manajemen SDM, manajemen pemasaran, manajemen keuangan dan pelaporan keuangan. Penanaman spirit kewirausahaan berbasis spiritual dimaksudkan membekali tenant dengan keberanian menghadapi tantangan, mengeksplorasi peluang dan menanggung risiko serta membekali *tenant* dengan nilai-nilai kebenaran yang akan mengarahkan *tenant* menjadi wirausahawan sukses, mandiri dan etis. Mitranya yaitu Lukia Brownis untuk bidang usaha kue kering, Sahabat Hidroponik untuk bidang usaha hidroponik dan Mitra Craft untuk bidang usaha kerajinan batik.

Pola Pembimbingan, Pengawasan terhadap Tenant dan Metode Penyelesaian Masalah

Pola pembimbingan tenant dilakukan dengan cara berkoordinasi dengan mitra. Pada tahap pembimbingan *tenant* diwajibkan mempraktekkan secara langsung praktik bisnis di lapangan sesuai dengan teori yang telah diberikan. Dari hasil monitoring dan evaluasi yang dilakukan akan dipilih lima (5) *tenant* yang memenuhi kriteria penilaian yang ditetapkan tim pelaksana, selanjutnya kelima (5) wirausahawan ini akan diberi modal kerja berupa peralatan produksi dan diberi bantuan teknologi dalam bentuk kepemilikan *website* termasuk pembiayaannya serta teknik promosi *on line*. Pengawasan terhadap tenant bertujuan untuk mengetahui perkembangan dan kinerja bisnis tenant, maka secara periodik *tenant* diwajibkan menyusun laporan keuangan dan laporan kinerja bisnis. Laporan ini akan dianalisis dan hasilnya digunakan sebagai dasar pendampingan dan pembinaan *tenant*.

Hasil dan Ketercapaian Sasaran

Terdapat 40 mahasiswa mendaftar untuk berpartisipasi dalam pengabdian masyarakat ini dan semua pendaftar mampu membuat *business plan* dengan baik secara sederhana. Demikian juga hasil tes kemampuan dasar penggunaan komputer, seluruh peserta mampu menggunakan *MS Office* dengan baik dan dari hasil tes wawancara diketahui bahwa:

- a. Minat menjadi Pengusaha:
 - a. 10 peserta (25%) bermotivasi menjadi pengusaha adalah untuk melanjutkan usaha keluarganya, karena memiliki latar belakang bahwa orang tuanya adalah pengusaha.
 - b. 15 peserta (37,5%) motivasinya menjadi pengusaha adalah untuk mencari nafkah dan memberikan value bagi orang lain.
 - c. 15 peserta (37,5%) motivasinya menjadi pengusaha adalah untuk mendapatkan penghasilan tambahan.
- b. Pemahaman Agama
Seluruh peserta (100%) beragama Islam. Peserta berharap bahwa bisnis mereka disamping bisa menambah pendapatan, juga berupaya melaksanakan bisnis dengan tidak melanggar norma-norma dan nilai agama maupun budaya, sehingga dapat membawa keselamatan dan kemaslahatan masyarakat dan keselamatan dunia dan akhirat.
- c. Pengalaman Praktik Bisnis
Mayoritas peserta belum memiliki pengalaman dalam praktik bisnis, hanya sekitar sembilan (9) peserta telah mempunyai bisnis sendiri, tapi bukan bisnis yang bersifat ramah lingkungan seperti konveksi, makanan ringan dan otomotif. Sisanya sejumlah tiga puluh satu (31) peserta belum mempunyai pengalaman di bidang bisnis.
- d. Kemampuan Komunikasi
Pada dasarnya peserta mempunyai kemampuan komunikasi yang baik. Seluruh peserta mampu menjawab dan menjelaskan pertanyaan yang diajukan, khususnya yang berkaitan dengan bagaimana membangun *green entrepreneur*.

Profil dan Deskripsi Tenant

Setelah melalui berbagai tahapan, terpilih 3 bidang wirausaha yang menjadi fokus peserta pengabdian masyarakat ini, yaitu terdiri dari (1) *green entrepreneur* wirausahawan mandiri bidang hidroponik 2 usaha, (2) wirausahawan mandiri bidang kue kering: 2 usaha, (3) wirausahawan mandiri bidang kerajinan membatik: 1 usaha.

Produk kue kering yang dihasilkan adalah nastar singkong, kue sagu keju, kue jagung, kue kelapa, lidah kucing dan kue kering lainnya dengan aneka rasa dalam berbagai bentuk dan ukuran kemasan. Produk hidroponik yang dihasilkan antara lain sayur-sayuran seperti sawi, tomat, kangkung dan cabai. Produk kerajinan yang dihasilkan seperti sapu tangan batik, masker batik, tempat pensil batik, kain batik. Kelima *green entrepreneur* mandiri berbasis kearifan lokal tersebut memiliki:

- a. Pengetahuan tentang pentingnya dan prospek tanaman hidroponik, produk kerajinan dan kue kering dengan bahan baku umbi-umbian.
- b. Kemampuan mengaplikasikan teknologi dalam menanam tanaman hidroponik, kerajinan dan teknologi pengolahan pangan dari umbi-umbian menjadi tepung, kemudian tepung menjadi kue kering dan mengaplikasikan teknologi dan industri kerajinan membatik.
- c. Kemampuan mengaplikasikan Ipteks dalam bisnis, mencakup penggunaan *software Photoshop* dan *CorelDraw* untuk merancang atau mendesain iklan, kemasan produk, merk dan logo produk, penggunaan *web-site* dan *blog* untuk promosi produk secara *on-line* dan penggunaan EDP dalam pelaporan keuangan.
- d. Kemampuan manajerial yang memadai berkaitan dengan strategi *green product*, *green price*, *green place* dan *green promotion*.
- e. Memiliki *spirit* kewirausahaan sehingga berani mengambil resiko, memiliki kemampuan bernegosiasi, memiliki kemandirian berbasis *green business* dan spiritual dengan mengimplementasikan konsep bisnis berbasis syari'ah Islam.

Program dan Pelatihan

Pelatihan ini bertujuan untuk membekali mahasiswa peserta *tenant* agar memiliki kemampuan manajerial dalam mengelola bisnis, kemampuan dalam mengimplementasikan Ilmu Pengetahuan Teknologi dan Seni (Ipteks) dalam bisnis, memiliki spirit kewirausahaan berbasis *green business* dan spiritual, memiliki keahlian memproduksi dan memasarkan hasil-hasil produksinya. Pelatihan yang diberikan terdiri dari pelatihan kewirausahaan dan pelatihan praktik produksi dan praktik pemasaran. Tujuan pelatihan *green entrepreneur* secara keseluruhan adalah agar *tenant* memiliki *mindset* membangun *green entrepreneur*, sehingga mereka mampu melaksanakan dan mengevaluasi dirinya sendiri agar bisnisnya tetap *survive* di tengah persaingan yang semakin ketat.

Setelah mahasiswa dibekali dengan pelatihan kewirausahaan, langkah selanjutnya adalah di bawah bimbingan industri mitra yaitu Sahabat Hidroponik, Lukia Brownies dan

Mitra Craft, dilakukan pelatihan praktik produksi, pelatihan praktik pemasaran dan pelatihan praktik menjual serta magang di industri mitra. Kegiatan pelatihan praktik produksi, praktik pemasaran dan praktik menjual ini berlangsung dari 25 Juli 2021 hingga 4 Agustus 2021. Pelatihan praktik produksi bertujuan membekali tenant dengan ketrampilan memproduksi kue kering, membudidayakan sayur mayur dengan media hidroponik dan ketrampilan memproduksi produk-produk kerajinan membatik tulis dengan pewarnaan alam.

Hasil Capaian Luaran

Setelah pelatihan kewirausahaan, pelatihan praktik praktik produksi, praktik pemasaran dan praktik menjual, selanjutnya seluruh *tenant* diberikan bantuan teknologi dalam bentuk kepemilikan *website* serta teknik promosi secara *on line* dan diberikan bantuan berupa peralatan produksi. Peralatan produksi untuk kue kering terdiri dari: mixer, oven, loyang, cetakan kue dan baskom. Peralatan produksi untuk budidaya hidroponik terdiri dari: staterkit (media untuk menanam hidroponik), sekam bakar, polybak, benih tanaman dan nutrisi tanaman. Peralatan produksi kerajinan membatik terdiri dari: wajan, canting, kain mori, pewarna alam dan malam (lilin). Kelima (5) *green entrepreneur* mandiri dan sukses sebagai luaran program dan pelatihan bagi mahasiswa STIE Widya Wiwaha disajikan pada tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1 Lima (5) Wirausahawan Mandiri

No.	Bidang Usaha/ Merek Produk	Produk yang dihasilkan	Keunikan Produk	Merk Produk
1	Hidroponik/ Green Hidroponik	Sawi hijau, sawi putih, selada merah, selada hijau	Keunggulan Higenis, bersih dan bebas pestisida	Green Hidroponik
2	Kue kering/ Gogo Green Cookies	Ararut Keju MocafNastar Coconut Cookies	Bahan baku rendah kalori dan bebas bahan pengawet	Gogo Green Cookies
3	Hidroponik/ Sukses Hidroponik	Kangkung, sawi pagoda dan tanaman hias hidroponik	Higenis, bersih dan bebas pestisida	Sukses Hidroponik
4	Kue kering/ WW Cookies	Sagu Keju Kue Jagung Nastar Singkong	Bahan baku rendah kalori dan bebas bahan pengawet	WW Cookies
5	Kerajinan membatik tulis/ Nareswari Batik	Saputangan batik Masker penutup wajah Kain batik Lukisan hiasan batik	Batik tulis dengan pewarna alam	Nareswari Batik

Setelah dilakukan pelatihan kewirausahaan dan membekali *tenant* dengan kemampuan manajerial dalam mengelola bisnis, membekali *tenant* dengan ketrampilan

mengimplementasikan Ipteks dalam bisnis dan membangun spirit kewirausahaan berbasis spiritual, selanjutnya *tenant* dibekali dengan ketrampilan praktik produksi dan praktik menjual dan magang di industri mitra, yaitu LukiaBrownis, Sahabat Hidroponik dan Mitra Craf.

Pada tahap pembimbingan dan pengawasan *tenant* diwajibkan mempraktekkan secara langsung praktik bisnis di lapangan sesuai dengan teori yang telah diberikan. Seluruh *tenant* diberikan modal kerja berupa peralatan produksi dan diberi bantuan teknologi dalam bentuk kepemilikan website termasuk pembiayaannya serta teknik promosi *on line*. Secara periodik, yaitu setiap akhir bulan, *tenant* diwajibkan menyusun laporan keuangan yang terdiri dari laporan penjualan, buku kas dan pembukuan.

Tahap selanjutnya, kelima (5) wirausahawan mandiri ramah lingkungan (*green entrepreneur*) berbasis Ipteks dan Spiritual ini terus dibina dan didampingi oleh tim PKM STIE Widya Wiwaha. Untuk pendanaan modal, kelima (5) wirausahawan mandiri ini bisa mendapatkan bantuan modal dari Koperasi Simpan Pinjam Widya Sejahtera, merupakan koperasi dosen dan karyawan STIE Widya Wiwaha yang dikelola dengan sistem syari'ah sehingga membantu perkembangan bisnis kelima (5) wirausahawan mandiri ini. Produk-produk yang dihasilkan dipasarkan secara langsung dan secara *online*. Pada awalnya pemasaran langsung dilakukan melalui Koperasi Widya Sejahtera dan dititipkan dengan sistem konsinyasi di toko-toko terdekat.

Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat ini dimaksudkan untuk membangun *green entrepreneur* berbasis Iptek dan Spiritual bagi mahasiswa dan alumni STIE Widya Wiwaha. Setelah dilakukan serangkaian program Iptek bagi Kewirausahaan (IbK) bagi mahasiswa STIE Widya Wiwaha ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Program pengabdian masyarakat mahasiswa STIE Widya Wiwaha ini melahirkan lima (5) *Green entrepreneur* mandiri berbasis Iptek dan Spiritual, yaitu 1) Green Hidroponik, 2) Gogo Green Cookies, 3) Sukses Hidroponik, 4) WW Cookies, 5) Nareswari Batik.
2. Hasil pelatihan kewirausahaan, pelatihan praktik produksi, pelatihan praktik pemasaran, pelatihan praktik menjual dan magang di industri mitra adalah mahasiswa (*tenant*) memiliki *mindset green entrepreneur* berbasis Iptek dan Spiritual dan memiliki ketrampilan manajerial dalam mengelola bisnis. Kemampuan manajerial *tenant* di bidang akuntansi dan keuangan masih harus ditingkatkan.
3. *Tenant* juga memiliki pengetahuan tentang pentingnya bisnis dan prospek bisnis ramah lingkungan, kemampuan bisnis berbasis ipteks dan spiritual dalam memenangkan persaingan serta mampu mendirikan dan mengelola bisnis secara komprehensif, namun kemampuan mahasiswa dalam praktik produksi dan praktek penjualan belum optimal, sehingga perlu terus ditingkatkan dengan tetap bekerjasama dengan industri mitra, kemampuan mahasiswa untuk terus beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis yang turbulen masih perlu ditingkatkan.

Saran

Dalam membekali mahasiswa dengan ketrampilan manajerial, ketrampilan mengaplikasikan ipteks dalam bisnis, membangun spirit kewirausahaan berbasis spiritual, membangun dan mengembangkan bisnis yang ramah lingkungan masih kurang efektif untuk beberapa hal, sehingga disarankan untuk perbaikan pelaksanaan program pelatihan kewirausahaan bagi mahasiswa STIE Widya Wiwaha selanjutnya sebagai berikut:

1. Materi pelatihan kewirausahaan perlu ditingkatkan relevansinya dengan kebutuhan tenant yang sedang merintis bisnis baru, khususnya untuk pelaporan keuangan bisnis baru secara sederhana dan manajemen keuangan, khususnya terkait dengan manajemen asset lancar dan manajemen investasi, penentuan harga pokok penjualan dan harga pokok produksi dan penentuan harga jual.
2. Dalam meningkatkan ketrampilan tenant dalam hal produksi dan pemasaran produk-produk yang dihasilkan perlu ditingkatkan intensitas dan efektifitas praktek produksi dan magang di industri mitra, di samping itu, untuk menambah wawasan dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan global, tenant perlu diikuti seminar bisnis dan difasilitasi untuk membangun jaringan pemasaran.

Daftar Pustaka

- [1] Affandy, Adil (2015), Pengaruh Pengetahuan tentang Lingkungan, Sikap pada Lingkungan dan Norma Subyektif terhadap Niat Pembelian Green Product, *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol.15, Edisi Khusus, hal 1-7.
- [2] Astuti D., dkk. (2013), Kesempatan Terbatas, Tapi Pilih-pilih Kerja, *Kedaulatan Rakyat*, diakses 6 April 2016.
- [3] Arseculeratne,D.&Yazdanifard, R. (2014), How Green Marketing Can Create a Sustainable Competitive Advantage for Business, *International Business Research*, Vol.7, pp.130-137.
- [4] Bakary, Ali, M. (2013), Green Entrepreneurial Practices among Small and Medium Entreprises in Mombassa County, Kenya, *Thesis*, University of Nairobi.
- [5] Biro Pusat Statistik Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (2014), *Laporan Eksekutif Sensus Penduduk Provinsi DIY Tahun 2014*.
- [6] Boztepe, A. (2012), Green Marketing and Its Impact on Consumer Buying Behavior, *European Journal of Economic and Political Studies*, Vol 1, pp.5-21.
- [7] Brown, D.T. &Rotledge, E.C. (2011), Energy the Environment and Delaware Jobs: Declining and Describing Green Business, *University of Delaware*, pp.116
- [8] Cherian, J. & Jacob, J. (2012), Green Marketing : A Study of Consumers' Attitude towards Environment Friendly Products, *Asian Social Science*, Vo. 8, No. 12.
- [9] Cekanavicius, L., Bazyte, R. &Dicmonaite, A. (2014), Green Business : Challenges and Practices, *Ekonomika*, Vol.93, No 1, hal. 74-88.
- [10] Cooney, S. (2009), *Build a Green Small Business: Profitable Ways to Become an Entrepreneur*, New York: Mc.Graw Hill, pp.256.
- [11] Croston, G. (2009), Starting Green: An Ecopreneurs Toolkit for Starting a Green Business from Business Plan to Profit, *Entrepreneur Press*, pp. 324.
- [12] Delafrooz, N., Taleghani, M. & Nouri, B. (2014), Effect of Green Marketing on Consumer Purchase Behavior, <http://www.qscience.com/doi/pdf/10.5339/connect/20145>

- [13] Eanhart&Lizal (2010), Targeting Consumers Who are Willing to Pay More for Environmentally Friendly Product, *Journal of Consumer Marketing*, Vol.18, No.6, pp.503-520
- [14] Farinelli, F., et.al. (2011), Green Entrepreneurship: The Missing Link Towards a Greener Economy, *ATDF Journal*, Vol.8, No. 3.
- [15] Handoko, Sri (2012), Model Pengembangan Green Business melalui Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Go Public di Bursa Efek Indonesia, *Jurnal Aset*, Vol 14, No 1, Linawati, Evi & Restuti Mi Mitha Dwi (2015), Pengetahuan Akuntansi Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Atas Penggunaan Informasi Akuntansi, Conference In Business, Accounting and Management, Vol.2, No. 1.Maret, hal.75-82.
- [16] Heryawan, A. (2016), Transformasi Paradigma Menuju Tatanan Kehidupan yang Sejahtera dan Berkeadilan, *StudiumGenerale IV*, Program Pascasarjana, Universitas Islam Indonesia, 25 April.
- [17] H. Mida, et.al. (2008), Determinant of Pro Environmental Behaviours within Individual Consumers”, *Journal of Economic Literature (JIL) Classification*, Vol.31, No.2, pp.1-12.
- [18] Kaufmann, H., Panni, M. &Orphanidou, Y. (2012), Factors Affecting Consumers Green Purchasing Behavior: An Integrated Conceptual Framework, http://www.amfiteatreconomic.ro/temp/article_1100.pdf
- [19] Kementerian Perindustrian, Pembangunan Industri 2015-2019, 2014.
- [20] Kementarian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia, (2012), www.depkop.go.id.
- [21] Kinoti, M.W. (2011),Green Marketing Intervention Startegis and Sustainable Development: A Conceptual Paper, *International Journal of Business and Social Science*, Vol.2, No. 23.
- [22] Mardianto, (2008), Pengembangan Energi Alternatif Bio-fuel untuk Mewujudkan Desa Mandiri Pangan dan Energi Berbasis Umbi-umbian, *Jurnal Riset Daerah: Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Bantul*, Propinsi DIY, Vol VII, No. 2.
- [23] Maryatmo, (2013), Kebijakan dan Strategi Pembangunan Ekonomi DIY, Yogyakarta: *Forum Diskusi Ekonomi*, Universitas Atmajaya.
- [24] Piekarski, C.M., etal., (2013), Life Cycle Assessment as Entrepreneurial Tool for Business Management and Green Innovations, *Journal of Technology Management & Innovation*, Vol.8, No.1.
- [25] Lako, Andreas.(2013), Manfaat Green Business, *Koran Sindo*
- [26] Makower, J.&Pike,C. (2009), *Strategies for the Green Economy: Opportunities and Challenges in the World of Business*, New York : Mac Graw Hill, pp.290.
- [27] Skinner & Ivancevich (1002), Concerns about Green Marketing,*International Journal of Wine Marketing*, Vol.4, No. 2, pp.21-24.
- [28] Slovik, K. (2013), Nine Steps to Greening Your Busniess, *Entreprenur Press*, pp. 324.
- [29] Suarja, W. (2007), Pemberdayaan Ekonomi Rakyat melalui Program Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah, *Konvensi Nasional*, Februari.
- [30] Suranta&Pratana. (2004), The Future of Organization Development: Enabling Sustainable Business Performance through People, *Organzation Development Journal*, Vol.25, No.2, pp. 1-16,
- [31] Susilo, Sri. (2007), Masalah dan DinamikaUsahaKecil : Studi Empiris Pedagang Klithikandi Alun-Alun Selatan Yogyakarta, *Jurnal Ekonomi*, Vol.12, No.1., hal 64-77.
- [32] Suyanto (2015), Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia terhadap Kinerja UMKM”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 12, No 1, hal. 56-77.

- [33] Sudaryanto, Ragimundan Wijayanti, R.R. (2014), *Strategi Pemberdayaan UMKM Menghadapi Pasar Bebas ASEAN*, Universitas Negeri Jember: Fakultas Ekonomi, hal.1-31.
- [34] Su'ud, M. (2008), Pengaruh Kepemimpinan Transformasional dan Transaksional, Pemberdayaan dan Komitmen pada Kinerja, *Disertasi*, Universitas Gadjah Mada.
- [35] Tanjung, H. (2012), Konsep Manajemen Syariah, *Jurnal Khasanah*, Vol. 2, No. 2.
- [36] Wardhani, D.M. (2012), Pembangunan Perekonomian Nasional melalui Peningkatan Kewirausahaan, <http://www.ilarning.com>.
- [37] Waskito, J. & Harsono, M. (2012), Green Consumer: Deskripsi Tingkat Kesadaran dan Kepedulian Masyarakat Joglosemar terhadap Kelestarian Lingkungan, Vol.3, No.1, hal.29-39.
- [38] Zimmerer, T.M. & Scarborough, N.M, (2005), *Essential of Entrepreneurship and Small Business Management*, Ed.4, Prentice Hall Inc, New Jersey.
- [39] Yazdanifard, R. & Mercy, I.E. (2011), The Impact of Green Marketing on Customer Satisfaction and Environmental Safety, *International Conference on Computer Communication and Management*, Vol.5.
- [40] Yeng, W.F. & Yazdanifard, R. (2015), Green Marketing: A Study of Consumers' Buying Behavior in Relation to Green Products, *Global Journal of Management and Business Research Marketing*, Volume 15, No. 5, pp.16-23.
- [41] Yusoff, Y.M., et.al. (2015), Conceptualization of Green Human Resource Management: An Exploratory Study from Malaysian – Based Multinational Companies, *International Journal of Business Management and Economic Research (IJBMER)*, Vol. 6, No. 3, pp.158-166.



HOME / Editorial Team

Editorial Team

Editorial Board

Dr. Ir. Muh. Awal Satrio Nugroho, M.M.
Dr. Priyastiyi, M.Si., Ak., CA.
Drs. Achmad Tjahjono, M.M., Akt
Nita Fitriana., S.Pd., MM
Agung Slamet Prasetyo, ST,MM
Ika Rahmawati, SE.,MM.

Executive Committee Member

Drs. Muhammad Subkhan, MM.
Drs. Zulkifli, MM.
Suhartono, SE.,M.Si.
Beta Asteria, SE.,MM.,M.Ec.Dev.
Dra. Sulastiningsih, M.Si.
Khoirunnisa Cahya Firdarini,S.E.,M.Si
Dila Damayanti, SE.,MM.

Reviewer

Prof. Dr. Abdul Halim, M.B.A., Ak., CA.
Dr. Yudi Sutarso, SE., M.Si.
Dr. Syeh Assery ,SE, MM
Dr. Mudasetia Hamid, M.M., Ak.
Dr. Ir. Meidi Syaflan., M.P

Publication and Content Editor:

Arif Suwarjono
isty Murdiani

Make a Submission

INFORMATION

For Readers

For Authors

For Librarians

EDITORIAL POLICIES

Publication Ethic

Editorial Team

Reviewer

Focus and Scope

Author Guidelines

Peer Review Process

Publication Frequency

Publication fee

Plagiarism Checker

Copyright Notice

Open Access Policy

Ethical Statement

Publisher

ARTICLE TEMPLATE



ISSN

eISSN 2986-0490

ISSN 2986-0490



TOOLS

Zotero



INDEXING LIST



Support By



VISITORS

