

Pelatihan Kewirausahaan Aplikatif Bagi UMKM

Muhammad Farid^{1*}, Nurabdiansyah², Jumadin¹

¹Program Studi Pendidikan Teknik Otomotif, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Makassar

²Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Negeri Makassar

*Corresponding author: muhammadfarid@unm.ac.id

Abstrak. Mitra Program Kemitraan Komunitas (PKM) ini adalah Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di desa Bontotangga, Kecamatan Bonto Tiro, Kabupaten Bulukumba. Masalahnya adalah: (1) kurangnya pengetahuan tentang kewirausahaan, (2) kurang pengetahuan dan keterampilan dalam membuat rencana bisnis sederhana, (3) pemasaran produk dilakukan secara konvensional. Sasaran pelatihan adalah pelaku UMKM yang telah menjalankan usahanya minimal enam bulan sebanyak 16 orang. Metode yang digunakan adalah: ceramah, demonstrasi, diskusi, tanya jawab, dan pendampingan mitra. Hasil yang dicapai adalah (1) mitra memiliki pengetahuan memahami konsep kewirausahaan, (2) mitra memiliki keterampilan dalam merancang rencana bisnis menggunakan *business model canvas* (BMC) (3) mitra memiliki kemampuan untuk memasarkan produknya dengan memanfaatkan media sosial.

Kata kunci: Kewirausahaan, aplikatif, UMKM, BMC.

Abstract. The partner of this Community Partnership Program (PKM) are entrepreneurs of small and medium-sized enterprises (UMKM) in Bontotangga village, Bontotiro district, Bulukumba Regency. The problems were: (1) lack of knowledge about entrepreneurship, (2) lack of knowledge and skills to make simple business plan, and (3) product marketing is done conventionally. The target of training are UMKM entrepreneurs who have been running their business for at least six months. The methods used were: lectures, demonstrations, discussions, question and answer, and accompanying partners. The results achieved were (1) the partner have knowledge about concept of entrepreneurship (2) the partner have the skills to design a business plan using business model canvas, and (3) the partners have the ability to market their products by utilizing social media.

I. PENDAHULUAN

Kontribusi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai salah satu penopang dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Indonesia. Kekuatan ini disebabkan, eksistensi UMKM tersebar di seluruh penjuru Indonesia dan menguasai sekitar 99 persen aktivitas bisnis tanah air (umkm-id, 2018).

Kemampuan UMKM dapat bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi bangsa, khususnya pada masa krisis moneter tahun 1998. Hal ini, memberi isyarat kepada pemerintah untuk memberikan skala prioritas untuk mendorong tumbuh dan kembangnya UMKM (Farid, 2014).

Salah satu cara untuk mendorong lahirnya wirausaha baru, dengan menyiapkan calon wirausaha pada setiap jenjang level pendidikan. Selanjutnya, bagi para pelaku UMKM yang telah menjalankan usahanya perlu mendapatkan perhatian melalui pelatihan kewirausahaan. Untuk

meningkatkan pengetahuan dan keterampilannya dalam mengelola usahanya.

Masyarakat desa memiliki potensi dalam mengembangkan wirausaha berbasis kearifan lokal, sehingga perlu menjadi perhatian para pemangku kepentingan.

Beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra, umumnya pelaku UMKM yang menjalankan usahanya secara mandiri dan masih menggunakan cara konvensional dalam memasarkan produknya. Salah satu penyebabnya, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam pengembangan dan pemasaran produk dengan memanfaatkan teknologi.

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang telah dilaksanakan bermitra dengan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di desa Bontotangga, Kecamatan Bontotiro, Kabupaten Bulukumba.

Kondisi UMKM mitra sebagai berikut:

a. Pelaku UMKM berasal dari berbagai jenis usaha.

- b. Mereka belum memahami konsep kewirausahaan, segmentasi konsumen, dan pengembangan produk.
- c. Sebagian besar memasarkan produknya ke pasar tradisional atau menunggu konsumen datang ke rumahnya.
- d. Beberapa pelaku UMKM telah memasarkan produknya melalui media sosial, namun belum menjalankan secara optimal.

Berdasarkan uraian di atas, untuk mengatasi permasalahan mitra. Tim pengabdian melaksanakan pelatihan kewirausahaan yang dapat langsung diaplikasikan oleh mitra untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam berwirausaha serta berdampak pada peningkatan produktivitas dan kesejahteraannya.

II. METODE YANG DIGUNAKAN

Agar mitra memiliki pengetahuan dan keterampilan untuk mengatasi permasalahan mitra, maka digunakan beberapa metode yaitu:

- a. Pemahaman konsep kewirausahaan, metode digunakan adalah ceramah, diskusi, dan tanya jawab.
- b. Menuangkan rencana bisnis ke dalam bisnis model kanvas, metode yang digunakan adalah ceramah, demonstrasi, diskusi, tanya jawab, dan pendampingan mitra.
- c. Kemampuan memasarkan produk dengan memanfaatkan media sosial, maka metode yang digunakan adalah ceramah, demonstrasi, diskusi, tanya jawab, dan pendampingan mitra.

III. PELAKSANAAN DAN HASIL KEGIATAN

A. Menjelaskan Konsep kewirausahaan

Pada tahapan ini, tim pengabdian memperkenalkan kepada mitra tentang konsep kewirausahaan, *mindset* wirausaha, *cash flow quadrant* (Kiyosaki, 2011), dan peran wirausaha dalam menciptakan lapangan kerja.



Gambar 1. Tim Pengabdian Menjelaskan Konsep Kewirausahaan

B. Melatih dan mendampingi mitra menuangkan rencana bisnis ke dalam Bisnis Model Kanvas

Pada tahapan ini tim pengabdian menjelaskan tentang bagaimana mitra dapat menuangkan ide bisnis yang telah dijalankan atau akan dikembangkan ke dalam bisnis model kanvas (BMC) (Osterwalder et al., 2010).

Diawali dengan menjelaskan sembilan blok BMC yaitu 1) segmen konsumen, 2) proposisi nilai, 3) saluran, 4) hubungan dengan konsumen, 5) aliran pendapatan, 6) sumber daya kunci, 7) aktivitas kunci, 8) mitra kunci, dan 9) struktur keuangan (Muis et al., 2016).



Gambar 2. Tim Pengabdian Menjelaskan Materi *Business Model Canvas* (BMC)

Selanjutnya, mendampingi mitra untuk mengisi blok sesuai dengan bisnis yang dikembangkan. Pada tahapan ini, tim pengabdian fokus pada empat blok yaitu 1) segmen konsumen, 2) proposisi nilai, 3) saluran, 4) hubungan dengan konsumen.

Hal tersebut, untuk memudahkan mitra memahami usaha yang mereka jalankan dan dapat diimplementasikan langsung setelah pelatihan.



Gambar 3. Peserta Antusias Mengisi Blok BMC

C. Melatih dan Mendampingi Mitra Memasarkan Produk Melalui Media Sosial.

Pada tahapan ini, tim pengabdi melatih dan mendampingi mitra memasarkan produk dengan memanfaatkan teknologi dan menggunakan media sosial. Mitra dibimbing untuk memilih aplikasi media sosial yang tepat sesuai dengan segmentasi konsumen yang telah ditetapkan sebelumnya.



Gambar 4. Tim pengabdi melatih dan mendampingi mitra memasarkan produk melalui media sosial.

IV. KESIMPULAN

Hasil pelaksanaan kemitraan masyarakat dapat ditarik kesimpulan:

- a. Mitra memiliki pengetahuan tentang konsep kewirausahaan.

- b. Mitra memiliki keterampilan membuat bisnis model kanvas dengan memprioritaskan pada empat blok.
- c. Mitra memiliki kemampuan meningkatkan penjualan produknya dengan memanfaatkan teknologi melalui media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Rektor UNM atas arahan dan bimbingannya selama proses kegiatan Pengabdian Masyarakat berlangsung. Demikian pula ucapan terima kasih disampaikan kepada Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat UNM dan Pemerintah Kabupaten Bulukumba Provinsi Sulawesi Selatan, yang telah memberi fasilitas, melakukan monitoring, dan mengevaluasi kegiatan PKM hingga selesai.

DAFTAR PUSTAKA

- Farid, M. (2014). Entrepreneurship dan Daya Saing Bangsa. *Opini, Fajar*. 11 Oktober 2014.
- Kiyosaki, R. T. (2011) *Cashflow quadrant guide to financial freedom*. USA: Plata Publishing, LLC.
- Muis, I., Usman, M., Anwar, H., Lukman, Irfan, Djangi, M.J., Syam, R., Diyahwati, Farid, M., Husain, H., Tawani, R. (2016) *Kewirausahaan, Edisi Pertama*, Makassar: Badan Penerbit UNM.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010) *Business Model Generation*. (Online) (<http://www.businessmodelgeneration.com/>, diakses tanggal 18 Agustus 2020).
- Umkm-id.com. 2018. Kontribusi UMKM Dalam Roda perekonomian Indonesia, online: <https://umkm-id.com/post/kontribusi-umkm-dalam-roda-perekonomian-indonesia>, diakses 7 Februari 2020.