

Pelatihan Kewirausahaan Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Kekalik Jaya Kecamatan Sekarbela Kota Mataram

Supriadin¹, Muhammad Ikhsan²

¹²Dosen Universitas Pendidikan Mandalika

Email: supriadin.undikma@gmail.com

Abstrak

Pelatihan kewirausahaan bagi pelaku UMKM di Kelurahan Kekalik Jaya, Kecamatan Sekarbela Kota Mataram bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan usaha pelaku UMKM agar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penciptaan kesempatan kerja, peningkatan ekspor dan peningkatan daya saing, sementara itu pengembangan usaha skala mikro diarahkan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan masyarakat berpendapatan rendah. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan secara tatap muka yang diikuti oleh 15 peserta yang terdiri dari pelaku UMKM yang masuk di wilayah Kelurahan Kekalik Jaya, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram. Kegiatan pengabdian ini berjalan dengan lancar sesuai dengan perencanaan. Sedangkan metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah dengan melakukan pelatihan dan diskusi yang berkaitan dengan materi pengembangan kewirausahaan bagi pelaku UMKM. Berdasarkan uraian pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, dapat disimpulkan bahwa partisipasi peserta pengabdian sebesar 100%. Peserta aktif bertanya dan mendengarkan berbagai hal tentang materi yang telah diberikan sampai kegiatan pelatihan kewirausahaan dan meningkatkan pengetahuan manajemen pemasaran berakhir. Peserta mengharapkan agar program serupa diadakan kembali dengan program pelatihan kewirausahaan dan meningkatkan pengetahuan manajemen pemasaran tingkat lanjut dan keterampilan memasarkan hasil barang dengan baik dan efektif.

Kata Kunci: *Pelatihan Kewirausahaan, UMKM*

PENDAHULUAN

Pelatihan kewirausahaan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman serta informasi dibidang kewirausahaan dengan berbagai macam materi yang memadai antara lain: penumbuhan ide bisnis, solusi masalah dalam merintis usaha, meningkatkan motivasi serta kepercayaan diri dalam merintis usaha UMKM. Dengan diselenggarakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan dapat memberikan pengetahuan mengenai kewirausahaan.

Usaha pengembangan UKM secara umum diarahkan untuk mengatasi kemiskinan dan kesenjangan di dalam masyarakat serta penciptaan kesempatan kerja dan peningkatan ekspor, penyegaran usaha pertanian dan perdesaan, menjadi prioritas pembangunan nasional. Dalam konteks tersebut, pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) diarahkan untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penciptaan kesempatan kerja, peningkatan ekspor dan peningkatan daya saing, sementara itu pengembangan usaha skala mikro diarahkan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan masyarakat berpendapatan rendah,

khususnya di sector pertanian dan perdesaan. Menurut Sumadi & Fitria, (2020), untuk menyelesaikan persoalan ekonomi bangsa diantaranya adalah dengan penguatan berbagai aspek di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Fenomena implementasi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia yang paling sering terjadi adalah tingkat produktivitas yang rendah, nilai tambah rendah, dan kualitas produk yang rendah. Walaupun pada kenyataannya UMKM diakui menjadi lapangan kerja bagi sebagian besar pekerja di Indonesia, tetapi kontribusi dalam output nasional di kategorikan masih rendah. Hal ini dikarenakan UMKM, khususnya usaha mikro dan sektor pertanian yang selama ini banyak menyerap tenaga kerja, mempunyai tingkat produktivitas yang sangat rendah. Sedangkan upah merefleksikan biaya tenaga kerja untuk setiap tingkat produktivitas. Sehingga jika tingkat produktivitas rendah maka upah relatif jg rendah. Kondisi memperlihatkan produktivitas sektor mikro dan kecil yang rendah bila di bandingkan dengan usaha yang lebih besar.

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi perusahaan dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Hal ini juga didukung oleh pendapat Swastha “Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya. Sehingga dalam menjalankan usaha kecil khususnya diperlukan adanya pengembangan melalui strategi pemasarannya. Karena pada saat kondisi kritis justru usaha kecil yang mampu memberikan pertumbuhan terhadap pendapatan masyarakat. Pemasaran menurut W. Y. Stanton pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial. Berdasarkan definisi di atas, proses pemasaran dimulai dari menemukan apa yang diinginkan oleh konsumen.

Kebijakan pemberdayaan UKM dalam secara umum diarahkan untuk mendukung upaya-upaya penanggulangan kemiskinan dan kesenjangan, penciptaan kesempatan kerja dan peningkatan ekspor, serta revitalisasi pertanian dan perdesaan, yang menjadi prioritas pembangunan nasional dalam tahun 2006. Dalam kerangka itu, pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM) diarahkan agar memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penciptaan kesempatan kerja, peningkatan ekspor dan peningkatan daya saing, sementara itu pengembangan usaha skala mikro diarahkan untuk memberikan kontribusi dalam peningkatan pendapatan masyarakat berpendapatan rendah, khususnya di sektor pertanian dan perdesaan.

Kinerja nyata yang dihadapi oleh sebagian besar usaha terutama mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia yang paling menonjol adalah rendahnya tingkat produktivitas, rendahnya nilai tambah, dan rendahnya kualitas produk. Walau diakui pula bahwa UMKM menjadi lapangan kerja bagi sebagian besar pekerja di Indonesia, tetapi kontribusi dalam output nasional

di kategorikan rendah. Hal ini dikarenakan UMKM, khususnya usaha mikro dan sektor pertanian (yang banyak menyerap tenaga kerja), mempunyai produktivitas yang sangat rendah. Bila upah dijadikan produktivitas, upah rata-rata di usaha mikro dan kecil umumnya berada dibawah upah minimum. Kondisi ini merefleksikan produktivitas sektor mikro dan kecil yang rendah bila di dibandingkan dengan usaha yang lebih besar.

Salah satu faktor penyebab rendahnya tingkat produktivitas dikarenakan tingkat penguasaan teknologi dan kemampuan wirausaha di kalangan UMKM masih rendah. Pengembangan UMKM selama ini tidak banyak memberikan hasil yang maksimal terhadap peningkatan kinerja UMKM yang menyebabkan perkembangan ekonomi secara global mengakibatkan tingkat daya saing kita tertinggal dibandingkan dengan negara-negara tetangga kita seperti misalnya Malaysia. Oleh karena itu kebijakan bagi UMKM bukan karena ukurannya yang kecil, tapi karena produktivitasnya yang rendah. Peningkatan produktivitas pada UMKM, akan berdampak luas pada perbaikan kesejahteraan rakyat karena UMKM adalah tempat dimana banyak orang menggantungkan sumber kehidupannya. Salah satu alternatif dalam meningkatkan produktivitas UMKM adalah dengan melakukan modernisasi sistem usaha dan perangkat kebijakannya yang sistemik sehingga akan memberikan dampak yang lebih luas lagi dalam meningkatkan daya saing daerah (Kusuma et al., 2021).

Permasalahan pelaku UMKM di Kelurahan Kekalik Jaya Kecamatan Sekarbela Kota Mataram adalah disamping dana yang kurang juga penyuluhan atau pelatihan yang perlu dilakukan secara berkelanjutan sehingga dapat memberi mereka bekal dalam menghadapi persaingan di masa yang akan datang, di samping itu memberi mereka pengetahuan berwirausaha yang mempunyai etika bisnis, menangani keluhan pelanggan dan cara mengelola keuangan yang baik.

METODE PELAKSANAAN

Pelatihan kewirausahaan dan pemasaran

kepada pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di kelurahan Kekalik Jaya, Kecamatan Sekarbela, Kota Mataram. Dalam pelatihan ini memiliki tujuan akhir memberikan keterampilan bagi pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk mengembangkan dan meningkatkan jiwa kewirausahaan dan meningkatkan pengetahuan manajemen pemasaran.

Evaluasi dalam kegiatan ini dilaksanakan dalam tiga tahap, yaitu:

1. Tahap perencanaan kegiatan.

Tim pelaksana dengan para mahasiswa pada awal kegiatan mengundang para anggota pelaku UMKM di Kelurahan Kekalik Jaya. Selanjutnya tim pelaksana menentukan sasaran pelatihan ini adalah masyarakat kelurahan pelaku UMKM yang berada di Kekalik Kelurahan Kekalik Jaya.

2. Selama proses kegiatan.

Evaluasi pada tahap ini ditujukan untuk mengetahui tingkat pemahaman para pesertapelatihan disertai umpan balik berupa pertanyaan-pertanyaan dari para peserta undangan yang telah mendapatkan transfer pengetahuan terkait kewirausahaan dan strategi bisnis serta pemasaran produk unggulan.

3. Tahap akhir kegiatan.

Evaluasi pada akhir kegiatan ini dilakukan untuk mengukur keberhasilan dari seluruh program pelatihan. Adapun indikator keberhasilan dari kegiatan ini ditetapkan 80% peserta dalam kegiatan pelatihan ini dapat memahami teknik kewirausahaan, strategi bisnis dan pemasaran produk yang akan dijual kepada pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh dari pengabdian ini adalah sebagai berikut.

1. Peserta yang hadir pada acara pengabdian itu sejumlah 15 orang.
2. Materi yang diberikan pada pengabdian ini meliputi materi mengembangkan dan meningkatkan jiwa kewirausahaan dan

meningkatkan pengetahuan manajemen pemasaran.

3. Para peserta yang mengikuti pelatihan merasa senang dan puas dengan kegiatan pengabdian ini, hal ini terlihat dari ungkapan kepuasan serta keantusiasan peserta mendengarkan dan bertanya berbagai hal tentang materi yang telah diberikan oleh para pengabdian.
4. Kegiatan pengabdian ini dianggap oleh peserta sebagai sarana jiwa kewirausahaan dan pengetahuan manajemen pemasaran.
5. Pada acara penutupan, hampir seluruh para peserta mengharapkan agar program serupa diadakan kembali untuk lebih memahami mengenai kewirausahaan dan pengetahuan manajemen pemasaran.

Pembahasan

Pemberian pembekalan bidang pemasaran diberikan dengan bahan pemasaran produk secara umum, serta tentang kewirausahaan serta bagaimana agar dapat bekerja dengan SMART. Pada saat pemberian pelatihan tidak hanya cerita tentang teori tetapi lebih terhadap pembahasan masalah yang mereka hadapi selama ini. Untuk bidang kewirausahaan, ruang pelatihan dibagi menjadi untuk para pelaku usaha yang memproduksi barang, jasa, serta berdagang atau berjualan. Mereka dapat membahas masalah-masalah yang mereka hadapi selama ini.

Lalu acara pelatihan dilanjut dengan FGD, tentang masalah-masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM menyelesaikan masalah yang ada. Ternyata masalah yang paling banyak memang masalah pada bidang keuangan, baik itu pada pengelolaannya yang masih tercampur akan pengelolaan keuangan keluarga serta keuangan usaha, kurangnya modal, sulitnya mendapatkan jejaring dengan pihak lembaga keuangan atau perbankan. Untuk bidang pemasaran masalah yang mereka hadapi adalah masalah dari sulitnya mendapatkan tempat untuk berjualan, sulitnya memperluas pasar, ketidaktahuan untuk melakukan alat promosi dan pentingnya pengembangan produk. Selain dari itu pada bidang operasi adalah sulitnya mendapatkan supplier atau pemasok yang lokasinya dekat

dengan tempat mereka berusaha serta sulitnya mendapatkan barang.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Kegiatan pengabdian ini dapat berhasil karena seluruh undangan pelaku UMKM hadir.
2. Peserta pengabdian sangat merasa senang dan puas dengan kegiatan pengabdian dan meminta agar pengabdian serupa dilaksanakan berkesinambungan mengingat pelatihan mengembangkan dan meningkatkan jiwa kewirausahaan dan meningkatkan pengetahuan manajemen pemasaran.
3. Berdasarkan uraian pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, dapat disimpulkan bahwa partisipasi peserta pengabdian sebesar 100%. Peserta aktif bertanya dan mendengarkan berbagai hal tentang materi yang telah diberikan sampai kegiatan pelatihan mengembangkan dan meningkatkan jiwa kewirausahaan dan meningkatkan pengetahuan manajemen pemasaran berakhir. Peserta mengharapkan agar program serupa diadakan kembali dengan program pelatihan mengembangkan dan meningkatkan jiwa kewirausahaan dan meningkatkan pengetahuan manajemen pemasaran tingkat lanjut.
4. Para peserta merasa memperoleh wawasan baru tentang mengembangkan dan meningkatkan jiwa kewirausahaan dan meningkatkan pengetahuan manajemen pemasaran.

SARAN

Saran yang diajukan berhubungan dengan hasil kegiatan pengabdian ini adalah:

1. Untuk menindaklanjuti pengabdian ini diharapkan para peserta dapat kembali mengajukan permohonan pelatihan mengembangkan dan meningkatkan jiwa kewirausahaan dan meningkatkan pengetahuan manajemen pemasaran kepada Universitas Pendidikan Mandalika melalui Jurusan Pendidikan Olahraga dan Kesehatan.

2. Pelaksanaan pengabdian untuk masa mendatang sebaiknya dilakukan dengan waktu yang lebih panjang untuk dapat memasukkan materi praktik meningkatkan jiwa kewirausahaan dan meningkatkan pengetahuan manajemen pemasaran yang lebih jelas dan lebih mudah dipahami serta di praktikkan.
3. Waktu pengabdian diselenggarakan selama lebih dari 1 hari disesuaikan dengan waktu yang tersedia bagi para pelaku UMKM dan tema yang akan dilatihkan pada kegiatan pengabdian.
4. Koordinasi antar pelaku UMKM dan pengabdian lebih ditingkatkan dengan mengembangkan model pengabdian yang dapat diakses oleh semua pelaku UMKM dan anggota pengabdian.

DAFTAR ISI

- Agustina, Tri Siwi. 2015. *Kewirausahaan: Teori dan Penerapan pada Wirausaha dan UKM di Indonesia*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Gitosudarmo, Indrianyo, 2000. *Manajemen Pemasaran*, Yogyakarta: BPFE
- Mulyana, Nandang, Ishartono. 2018. *Pelatihan Wirausaha Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (UKM) Di Desa Sakerta Barat Dan Sakerta Timur Kecamatan Darma Kabupaten Kuningan*. Prosiding KS Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Departemen Kesejahteraan Sosial, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Padjajaran
- Noor, Zulki Zulkifli, 2019. *Model Pemasaran Sinergitas Human Capital dan Teknologi Digital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Siagian, 2008, *Manajemen Stratejik*. Yogyakarta: Deepublish.