



Pelatihan Kewirausahaan bagi Pelaku UMKM di Desa Labulanda Kabupaten Buton Utara

Acoci^{1(*)}, Safiudin², Asrita³, Wa Ode Nur Fitasari⁴, Nurafni⁵

^{1,2,3,4,5}Pendidikan Guru Sekolah Dasar FKIP UM Buton

Article Info

Article history:

Received : 27 Maret 2022

Revised : 13 April 2022

Accepted : 25 April 2022

Keywords:

training; entrepreneurship; micro, small, and medium enterprises

ABSTRACT

Empowerment of Micro, Small and Medium Enterprises aims to support initiatives in implementing micro small and medium enterprises. Thus, increasing the income of low- and middle-income people, and creating jobs. However, the existing Micro, Small and Medium Enterprises, especially in Labulanda Village, West Kulisusu District, and North Buton District, have not been able to reduce the unemployment rate. So that entrepreneurship training is needed for Micro, Small and Medium Enterprises in Labulanda Village, North Buton Regency. The method and implementation of this activity include conducting training discussions and coordination first with the Lurah as the partner in charge, then holding a conference to discuss the implementation and goals of the local community. For Micro, Small and Medium Enterprises, this service provides marketing and entrepreneurship training in Labulanda Village, West Kulisusu District, North Buton Regency. The results of this activity show how to assess the effectiveness of the overall training program. Indicators of the success of training activities show that 80% of participants can understand business strategies, entrepreneurial tactics, and product marketing aimed at consumers.

(*) Corresponding Author:

acociumbuton@gmail.com

How to Cite: Acoci, A., Safiudin, S., Asrita, A., Fitasari, W. O. N., & Nurafni, N. (2022). Pelatihan Kewirausahaan bagi Pelaku UMKM di Desa Labulanda Kabupaten Buton Utara. *Pelita: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 2 (2): 63-66.

PENDAHULUAN

Secara umum, kebijakan pemberdayaan UKM mendorong inisiatif untuk menurunkan kemiskinan dan ketimpangan, meningkatkan lapangan kerja dan ekspor, serta menghidupkan kembali pertanian dan pedesaan, yang kesemuanya merupakan prioritas pembangunan nasional pada tahun 2006 (Yuwinanto, 2020). Dalam teori tersebut, pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM) dimaksudkan untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan ekspor, dan peningkatan daya saing, sedangkan pertumbuhan usaha mikro dimaksudkan untuk memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. peningkatan pendapatan masyarakat berpenghasilan rendah, khususnya di sektor ini. pedesaan dan pertanian (Yusup, Zulher, Abshor Marantika, Auzar Ali, 2021).

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 (Istiatin et al., 2021). Meskipun diakui pula bahwa UMKM menyediakan pilihan pekerjaan bagi sebagian besar pekerja Indonesia, kontribusi mereka terhadap output nasional dianggap kecil. Hal ini disebabkan produktivitas UMKM yang sangat rendah, terutama dalam hal usaha mikro dan industri pertanian (yang mempekerjakan banyak orang). Dalam usaha mikro kecil dan menengah, upah rata-rata biasanya kurang dari upah minimum ketika gaji dihitung berdasarkan produktivitas. Jika dibandingkan dengan perusahaan besar, sektor usaha mikro kecil dan menengah menunjukkan produktivitas yang rendah (Moita et al., 2021).

Minimnya penguasaan teknologi dan keterampilan kewirausahaan di kalangan UMKM merupakan masalah saat ini, di antara banyak penyebab yang menyebabkannya (Hanifa et al., 2021). Tingkat daya saing kita telah tertinggal dari tetangga kita, seperti Malaysia, sebagai akibat



dari pengembangan UMKM secara parsial, yang belum memberikan hasil terbaik untuk meningkatkan kinerja UMKM. Karena produktivitasnya yang rendah daripada ukurannya yang kecil, UMKM tunduk pada kebijakan khusus (Maya Widyana Dewi, Indra Lila Kusuma, 2022). Mengingat UMKM merupakan usaha yang banyak menggantungkan mata pencahariannya kepada masyarakat, maka peningkatan produktivitas UMKM akan memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Modernisasi sistem bisnis dan instrumen kebijakan sistemiknya agar lebih berpengaruh dalam meningkatkan daya saing daerah merupakan salah satu pilihan untuk meningkatkan produktivitas UMKM (Langga et al., 2022).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia. karena mempengaruhi tidak hanya lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi tetapi juga bagaimana hasil pembangunan didistribusikan (Masduki, 2021). Oleh karena itu, sebagian besar negara industri terus berupaya untuk memantau pertumbuhan dan perkembangan UMKM. Selain itu, UMKM dapat memanfaatkan sumber daya alam lokal secara maksimal melalui pengolahan yang efektif, yang secara signifikan dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat di setiap wilayah Indonesia (Hidayati et al., 2018).

Menurut data UMKM dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia dari tahun 2012, sektor UMKM menyumbang 97,16% dari angkatan kerja, atau 107 juta pekerja, dan menghasilkan sekitar 59,08% dari PDB Indonesia, atau lebih dari 528,7 miliar USD. Kita bisa melihat seberapa besar kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia dengan melihat angka ini (Syam et al., 2022). Namun sayangnya, pemerintah kita kurang memiliki strategi yang koheren untuk mendukung tumbuhnya wirausaha dan UKM. Ada beberapa kebijakan yang pro UMKM, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang digulirkan pemerintah di era SBY. Karena baru sekitar 25% (13 juta) pelaku UMKM yang bisa mengakses lembaga keuangan, dampaknya belum terasa (perbankan) (Sukmana et al., 2022). Apalagi, pemerintahan SBY hanya membahas satu bidang, yakni pembiayaan, dalam program-programnya. Padahal pemerintah perlu mendorong berbagai faktor untuk memajukan pertumbuhan sektor UMKM dan kewirausahaan (Moh. Afan Suyanto, Moh. Arif Novriansyah Biki, Saprudin, 2021).

Permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM di Desa Labulanda Kecamatan Kulisusu Barat Kabupaten Buton Utara adalah selain minimnya dana, juga diperlukan penyuluhan atau pelatihan berkelanjutan untuk membekali mereka dengan perangkat yang mereka butuhkan untuk bersaing di masa depan, serta sebagai pengetahuan kewirausahaan yang meliputi penanganan keluhan nasabah, memiliki etika bisnis, dan pengelolaan keuangan yang baik.

METODE

Metode yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan ini adalah melakukan diskusi pelatihan dan koordinasi terlebih dahulu dengan Lurah selaku penanggung jawab, dilanjutkan dengan pertemuan yang berkaitan dengan pelaksanaan dan tujuan masyarakat di wilayah setempat (Rahyono & Alansori, 2021). Bagi UKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah), layanan ini memberikan pelatihan pemasaran dan kewirausahaan di Desa Labulanda, Kecamatan Kulisusu Barat, Kabupaten Buton Utara. Ada tiga langkah untuk tindakan ini, sebagai berikut:

1. Proses perencanaan.

Di awal kegiatan, tim pelaksana bersama mahasiswa mengajak pelaku UMKM ke Desa Labulanda. Tim pelaksana juga mengidentifikasi bahwa masyarakat desa pelaku UMKM yang berada di Lingkungan II Desa Labulanda menjadi target audiens dalam pelatihan ini.

2. Selama kegiatan berlangsung.

Tujuan dari evaluasi pada poin ini adalah untuk memastikan tingkat pemahaman peserta diklat, beserta feedback dari peserta undangan yang telah mendapatkan transfer ilmu terkait kewirausahaan dan strategi bisnis serta pemasaran produk unggulan berupa pertanyaan.

3. Fase terakhir dari proses.

Keberhasilan seluruh program pelatihan dievaluasi pada akhir kegiatan ini. Indikator keberhasilan kegiatan pelatihan menunjukkan bahwa 80% peserta dapat memahami strategi bisnis, taktik kewirausahaan, dan pemasaran produk yang ditujukan untuk konsumen.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemasaran produk umum dilengkapi dengan perlengkapan pemasaran. Ketika pelatihan diberikan, kurang fokus pada pengajaran teori dan lebih banyak berbicara tentang kesulitan yang mereka hadapi. Ruang pelatihan disusun menjadi beberapa bagian bagi para pelaku usaha yang memproduksi komoditas, jasa, perdagangan, atau penjualan dalam bidang kewirausahaan. Masalah yang mereka hadapi dapat didiskusikan. Peserta dalam acara pelatihan ini mendapatkan wawasan tentang pentingnya pelaku UMKM. Perencanaan pemasaran baru melibatkan berbagai proses, antara lain:

Langkah 1: Menentukan Kebutuhan dan Keinginan Pelanggan

Tentukan kebutuhan dan keinginan pelanggan pada Riset pasar, juga dikenal sebagai riset pemasaran, pertama-tama harus dilakukan untuk menentukan kebutuhan dan keinginan audiens sasaran. Tuntutan konsumen, seperti produk atau jasa apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen, dalam jumlah berapa, kualitas apa, siapa yang membutuhkannya, dan kapan mereka membutuhkannya, harus menjadi fokus riset pasar. Tujuan dari riset pasar adalah untuk mengidentifikasi segmen pasar sasaran dan ciri-ciri konsumen sasaran.

Langkah 2: Memilih Target Pasar Tertentu

Tahap 2 ini adalah memilih target pasar yang spesifik jika Anda mengetahui permintaan dan keinginan dari target pasar Anda. Ada tiga jenis pasar sasaran yang berbeda, yaitu: 1) Pasar pribadi (individual market). 2) Pasar unik (niche market). 3) Divisi pasar (market segmentation). Perusahaan kecil dan usaha baru harus memilih ceruk pasar dan pasar individu dari tiga target pasar potensial. Untuk usaha menengah dan besar sebaiknya memilih segmen pasar (market segmentation).

Langkah 3: Membedakan Rencana Pemasaran dari Kompetisi

Keadaan lingkungan persaingan pasar yang sedang berlangsung memiliki dampak signifikan pada bagaimana rencana pemasaran dilaksanakan. Potensi yang menggambarkan permintaan dari lingkungan persaingan sangat penting untuk keberhasilan segmentasi pasar.



Gambar 1. Pemberian Materi Tentang Penting UMKM

Gambar 1 menjelaskan bahwa tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM terkait dengan kebutuhan pelatihan untuk menjawab isu-isu terkini. Sektor keuangan ternyata yang paling bermasalah, entah itu dengan manajemen yang masih campur aduk dengan pengelolaan uang keluarga dan keuangan usaha, dengan kekurangan uang tunai, atau kesulitan membangun jaringan dengan bank atau lembaga keuangan. Tantangan yang dihadapi industri pemasaran adalah menemukan tempat untuk menjual, memperluas pasar, tidak memahami nilai penciptaan produk, dan tidak mengetahui cara menggunakan alat promosi. Selain itu, dapat menjadi tantangan bagi pemilik bisnis untuk mengidentifikasi pemasok atau pemasok yang dekat dengan tempat operasi mereka, dan dapat menjadi tantangan untuk mendapatkan barang.

PENUTUP

Simpulan

Tim pelaksana dengan para mahasiswa pada awal kegiatan mengundang para anggota pelaku UMKM di Desa Labulanda. Selanjutnya tim pelaksana menentukan sasaran pelatihan ini



adalah masyarakat desa pelaku UMKM yang berada di Lingkungan II Desa Labulanda. Evaluasi pada tahap ini ditujukan untuk mengetahui tingkat pemahaman para peserta pelatihan disertai umpan balik berupa pertanyaan-pertanyaan dari para peserta undangan yang telah mendapatkan transfer pengetahuan terkait kewirausahaan dan strategi bisnis serta pemasaran produk unggulan. 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.

Saran

Adapun saran dari kegiatan ini adalah sebagai berikut: (1) perlu adanya peningkatan sumberdaya manusia pelaku UMKM dalam strategi pemasaran yang dimiliki; (2) perlu adanya pembinaan atau pelatihan kepada pelaku UMKM; serta (3) perlu adanya kegiatan pelatihan pengelolaan kegiatan pemasaran produk unggulan bagi pelaku UMKM di Desa Labulanda Kabupaten Buton Utara.

DAFTAR PUSTAKA

- Hanifa, F. H., Sastika, W., Disastra, G. M., Wahyuningtyas, R., Dewi, A. S., Muslih, M., Kusumahadi, K., & Dillak, V. J. (2021). Pelatihan Business Plan bagi Pelaku UMKM di Bandung. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 4(1), 29–38.
- Hidayati, R., Byarwati, A., Ekonomi, F., Yarsi, U., & Timur, C. P. (2018). Pelatihan dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk. *Jurnal Abdimas*, 5(1), 18–22.
- Istiatin, Fitriyana, A., & Asmawati, N. (2021). Jurnal Inovasi dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JIPkM). *Jurnal Inovasi dan Pengabdian Kepada Masyarakat (JIPkM)*, 1(2), 71–79.
- Langga, L., Se, H., & Flores, U. (2022). Pelatihan Manajemen Kewirausahaan sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Pelaku UMKM di Kecamatan Kota Baru Kabupaten Ende. *Resona: Jurnal Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 48–54.
- Masduki, T. (2021). Pelatihan Kewirausahaan dan Manajemen Usaha bagi Pelaku UMKM di Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Abdimas*, 2(2), 101–106.
- Maya Widyana Dewi, Indra Lila Kusuma, T. N. F. (2022). Pelatihan Kewirausahaan bagi Pelaku UMKM di Kecamatan Tasikmadu Karanganyar. *Jurnal BUDIMAS*, 04(01), 9–25.
- Moh. Afan Suyanto, Moh. Arif Novriansyah Biki, Saprudin, A. R. (2021). Menuju Kemandirian Usaha Kecil Mikro (UKM) Melalui Pelatihan Kewirausahaan Kecamatan Talaga Jaya Kabupaten Gorontalo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Gorontalo*, 3(1), 1–10.
- Moita, S., Monto, L. O., Kasim, S. S., & Sarmadan, S. (2021). Pelatihan Kewirausahaan bagi Perempuan Pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) Terdampak Pandemi Covid-19. *Jurnal Abdidias*, 2(2), 263–272.
- Rahyono, R., & Alansori, A. (2021). Pelatihan Kewirausahaan bagi Pelaku UMKM dan Masyarakat di Kelurahan Sukarame Bandar Lampung. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 100–104.
- Sukmana, C., Hatimah, I., Wahyudin, U., & Akhyadi, A. S. (2022). Model Konseptual Pelatihan Cefe untuk Meningkatkan Kemandirian UMKM di Kota Cimahi Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Visi Ilmu Pendidikan*, 14(1), 36.
- Syam, A. Y., Syahdan, S. A., Akbar, M., Amalia, W. R., & Yulistya, L. F. (2022). Pelatihan Kewirausahaan bagi Pelaku Usaha Pengrajin Sasirangan Kabupaten Hulu Sungai Tengah Provinsi Kalimantan Selatan. *BAKTI BANUA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 23–28.
- Yusup, Zulher, Abshor Marantika, Auzar Ali, H. (2021). Pelatihan Kewirausahaan bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Bangkinang Kecamatan Bangkinang Kota Kabupaten Kampar. *Wikipedia*, 4(2), 58–68.
- Yuwinanto, H. P. (2020). Pelatihan Keterampilan dan Upaya Pengembangan UMKM di Jawa Timur. *Jurnal Sosiologi Dialektika*, 13(1), 79.