

Pendampingan Kewirausahaan bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Jakamulya Kota Bekasi

Entrepreneurship Assistance for MSMEs in the Jakamulya Village, Bekasi City

Ria¹, Kumba Digdowiseiso^{2*}

^{1,2} Universitas Nasional, Indonesia

* Correspondence e-mail: kumba.digdo@civitas.unas.ac.id

Article history

Submitted: 2023/01/14; Revised: 2023/03/14; Accepted: 2023/07/02

Abstract

The real performance faced by most businesses, especially micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Indonesia, is characterized by the low level of productivity, low added value, and low product quality. Among the various contributing factors, the main issue currently surfacing is the low level of mastery of technology and entrepreneurial skills among MSMEs. Therefore, the objectives to be achieved through entrepreneurship training activities for MSME actors in Jakamulya Village, Bekasi City, are to develop and enhance the entrepreneurial spirit of MSME actors and increase the marketing management knowledge of MSME actors. The partial development of MSMEs so far has not yielded maximum results in improving their performance.

Keywords

assistance; entrepreneurship; MSMEs; performance.



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY SA) license, <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>.

1. PENDAHULUAN

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 (Suyahya, 2017). 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 (Digidowiseiso, 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 (Faradannisa & Supriyanto, 2022). Walau diakui pula bahwa UMKM menjadi lapangan kerja bagi sebagian besar pekerja di Indonesia, tetapi kontribusi dalam output nasional di kategorikan rendah (Digidowiseiso & Lestari, 2021).

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 bahwa produktivitas UMKM dari sektor mikro dan kecil, lebih rendah bila dibandingkan dengan usaha yang lebih besar (perusahaan) (Supriyanto et al., 2023). Di antara berbagai faktor penyebabnya, rendahnya tingkat penguasaan teknologi dan kemampuan wirausaha di kalangan UMKM menjadi issue yang mengemuka saat ini (Darwanto, Tri, & Danuar, 2013), (Sarwoto et al., 2021). Pengembangan UMKM secara parsial selama ini tidak banyak memberikan hasil yang maksimal terhadap peningkatan kinerja UMKM, perkembangan ekonomi secara lebih luas mengakibatkan tingkat daya saing kita tertinggal dibandingkan dengan negara-negara tetangga kita seperti misalnya Malaysia. Karena itu kebijakan bagi UMKM bukan karena ukurannya yang kecil, tapi karena produktivitasnya yang rendah (Hutabarat, 2015), (Tanan & Dhamayanti, 2020). Peningkatan produktivitas pada UMKM akan berdampak pada perbaikan kesejahteraan rakyat, kondisi ini dikarenakan UMKM adalah sektor banyak orang mencari sumber kehidupan (Supriyanto, 2022).

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 (Jefri & Ibrohim, 2021). Kewirausahaan dan UMKM adalah "anak tiri" dari perekonomian Indonesia. Karena walaupun sektor ini menyerap banyak sekali tenaga kerja namun entah kenapa pemerintah kita (sebelumnya) kurang begitu memperhatikan dan membantu perkembangan para pelaku wirausaha dan UMKM (Hamzah et al., 2023). UMKM memerikan kontribusi tinggi terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia (Digdowiseiso & Lestari, 2021). Namun sayangnya pemerintah kita tidak memiliki kebijakan komprehensif untuk membantu perkembangan wirausaha dan UMKM. Memang ada beberapa kebijakan pro UMKM, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR). Namun dampaknya masih kurang terasa karena pada faktanya hanya sedikit dari pelaku UMKM yang sudah bisa mendapatkan akses ke lembaga finansial (Ichsan et al., 2022). Selain itu, kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintahan SBY hanyalah menyentuh satu aspek, yaitu pembiayaan. Padahal ada banyak aspek yang perlu distimulasi oleh pemerintah untuk mengembangkan sektor wirausaha dan UMKM lebih lanjut.

Permasalahan pelaku UMKM di Kelurahan Jakamulya Kota Bekasi adalah disamping dana yang kurang juga penyuluhan atau pelatihan yang perlu di lakukan 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.

Program kegiatan pengabdian ini untuk mengembangkan dan meningkatkan jiwa kewirausahaan pelaku UMKM (Tadjuddin & Mayasari, 2019). Kegiatan ini juga berguna untuk meningkatkan pengetahuan manajemen pemasaran pelaku UMKM. Adapun manfaat yang diharapkan dalam kegiatan ini, yakni secara teoritis hasil pengabdian pada masyarakat ini bermanfaat sebagai sumbangan pemikiran dan keilmuan bagi pengembangan kewirausahaan dan bermanfaat bagi pengembangan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Manfaat Praktis kegiatan ini yaitu adanya transfer pengetahuan tentang pengembangan dan peningkatan jiwa kewirausahaan (*Entrepreneurship*) dan adanya transfer pengetahuan tentang manajemen pemasaran pelaku UMKM.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan dengan metode ABCD (*Asset-Based Community Development*), ini merupakan pendekatan yang digunakan dalam pengabdian pada masyarakat (Digdowiseiso, 2017). Pendekatan ini berfokus pada pemanfaatan dan penguatan sumber daya yang ada di dalam

masyarakat untuk mengatasi masalah dan mencapai perkembangan yang berkelanjutan. Metode ABCD melibatkan empat langkah utama, yaitu:

1. *Appreciation* (Menghargai): Langkah pertama adalah menghargai dan mengenali sumber daya yang ada di dalam masyarakat. Ini termasuk mengidentifikasi keahlian, bakat, pengalaman, dan koneksi sosial yang dimiliki oleh individu dan kelompok dalam komunitas.
2. *Building* (Membangun): Langkah berikutnya adalah membangun hubungan yang kuat antara individu, kelompok, dan organisasi dalam masyarakat. Hal ini dilakukan melalui kolaborasi, pengembangan jaringan, dan memanfaatkan keahlian dan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan bersama.
3. *Connecting* (Menghubungkan): Langkah ketiga adalah menghubungkan sumber daya di dalam masyarakat dengan kesempatan dan sumber daya eksternal yang dapat mendukung perkembangan komunitas. Ini melibatkan membangun kemitraan dengan lembaga pemerintah, organisasi non-pemerintah, dan sektor swasta untuk memperluas akses dan dukungan.
4. *Development* (Pengembangan): Langkah terakhir adalah mengembangkan inisiatif dan proyek yang didasarkan pada sumber daya yang ada di dalam masyarakat. Ini termasuk mengidentifikasi dan memanfaatkan potensi yang ada untuk mengatasi masalah sosial, meningkatkan kesejahteraan, dan memperkuat komunitas.

3. TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian dilaksanakan dengan menggunakan metode ABCD, pengabdian pada masyarakat dapat memberdayakan komunitas untuk mengidentifikasi dan menyelesaikan masalah mereka sendiri dengan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki (Digdowiseiso, Lestari, & An'nisa, 2021). Pendekatan ini mendorong partisipasi aktif masyarakat dan membangun kapasitas mereka untuk mencapai perkembangan yang berkelanjutan, yaitu:

1. Pemberian materi melalui pelatihan dan pemasaran bagi pelaku UMKM di Kelurahan Jakamulya
2. Mengenalkan internet sebagai media baru dalam berkomunikasi
3. Pelatihan kepada pelaku UMKM mengenai pembuatan market place dan akun-akun media sosial yang menjadi trend dalam media promosi bisnis saat ini.
4. Memberikan pemahaman bagaimana mengelola market place tersebut
5. Tahapan edukasi berkelanjutan dilakukan sebagai upaya peningkatan efektivitas media promosi digital dengan memberikan evaluasi dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh pelaku UMKM.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan selama 3 (tiga) minggu yaitu setiap pada hari Sabtu dan/atau Minggu pukul 10.00 – 17.00 WIB di Kelurahan Jakamulya Kota Bekasi. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan beberapa media seperti kamera dan kuisisioner. Khalayak sasaran dalam kegiatan pengabdian ini adalah para pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Kelurahan Jakamulya Kota Bekasi serta masyarakat sekitar umumnya. Berikut rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan:

1. Pembukaan dan Perkenalan
2. Pemberian materi bagi para pelaku UMKM
3. Mengenalkan internet sebagai media dalam berkomunikasi
4. Mengenalkan digital marketing seperti instagram, facebook, youtube.
5. Mengajarkan bagaimana pembuatan akun media sosial dan mengelola akun tersebut.
6. Selanjutnya akan dilakukan tahapan edukasi berkelanjutan dilakukan sebagai upaya peningkatan kewirausahaan dan pemasaran dengan memberikan evaluasi dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan adalah untuk mengoptimalkan penggunaan beberapa aplikasi media sosial oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Jakamulya, Kota Bekasi. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada pelaku UMKM dalam memanfaatkan aplikasi media sosial secara efektif guna meningkatkan visibilitas, pemasaran, dan penjualan produk atau layanan mereka.

Pertama-tama, dalam kegiatan pengabdian ini, akan dilakukan identifikasi dan evaluasi terhadap aplikasi media sosial yang belum digunakan secara optimal oleh pelaku UMKM di Kecamatan Jakamulya. Hal ini dilakukan untuk memahami hambatan dan kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengadopsi teknologi tersebut. Selanjutnya, akan dilakukan serangkaian pelatihan dan workshop untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai manfaat dan cara penggunaan aplikasi media sosial secara efektif. Pelatihan akan mencakup topik-topik seperti pembuatan dan manajemen akun media sosial, strategi pemasaran online, penggunaan konten visual yang menarik, dan interaksi dengan pelanggan melalui media sosial.

Selama pelaksanaan kegiatan pengabdian, akan ada pendampingan dan monitoring yang dilakukan untuk memastikan bahwa pelaku UMKM dapat mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan yang mereka peroleh dalam penggunaan aplikasi media sosial. Tim pengabdian akan memberikan bimbingan dan

masukan yang berguna dalam mengatasi kendala atau masalah yang mungkin muncul selama proses adaptasi. Dampak setelah dilakukan program pengabdian pada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan visibilitas dan eksposur: Dengan penggunaan aplikasi media sosial yang optimal, pelaku UMKM di Kecamatan Jakamulya akan mendapatkan peningkatan visibilitas dan eksposur produk atau layanan mereka. Hal ini akan membantu mereka mencapai khalayak yang lebih luas dan potensial, baik di tingkat lokal maupun regional.
2. Peningkatan penjualan dan pendapatan: Dengan adopsi yang lebih baik terhadap aplikasi media sosial, pelaku UMKM akan dapat memanfaatkan strategi pemasaran online untuk menarik konsumen dan meningkatkan penjualan produk atau layanan mereka. Dampaknya adalah peningkatan pendapatan bagi pelaku UMKM dan pertumbuhan ekonomi di Kecamatan Jakamulya secara keseluruhan.
3. Peningkatan kompetensi digital: Melalui pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM akan meningkatkan kompetensi digital mereka dalam penggunaan aplikasi media sosial. Mereka akan menjadi lebih terampil dalam mengelola akun media sosial, menciptakan konten yang menarik, dan berinteraksi dengan pelanggan secara online. Peningkatan kompetensi ini juga akan memberikan manfaat jangka panjang dalam menghadapi tantangan digitalisasi yang terus berkembang.
4. Peningkatan kolaborasi dan jaringan bisnis: Dengan mengoptimalkan penggunaan aplikasi media sosial, pelaku UMKM akan memiliki kesempatan untuk terhubung dengan pelaku bisnis lainnya dan membangun kolaborasi. Mereka dapat menjalin kemitraan, berbagi pengetahuan, dan memperluas jaringan bisnis mereka, yang dapat membawa keuntungan dalam pengembangan dan pertumbuhan UMKM di Kecamatan Jakamulya.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan keterampilan dan pengetahuan pelaku UMKM dalam memanfaatkan aplikasi media sosial. Dengan adopsi yang lebih baik terhadap teknologi digital, diharapkan pelaku UMKM dapat menghadapi tantangan bisnis modern dan memperoleh keuntungan yang lebih besar dalam pasar yang kompetitif. Dengan adopsi yang lebih baik terhadap teknologi digital, pelaku UMKM di Kecamatan Jakamulya diharapkan dapat menghadapi tantangan bisnis modern dengan lebih baik. Penggunaan aplikasi media sosial yang optimal akan membantu mereka memperoleh keuntungan yang lebih besar dalam pasar yang kompetitif.

Dalam era digital yang terus berkembang, konsumen semakin bergantung pada platform online dan media sosial untuk mencari informasi, membandingkan produk, dan berinteraksi dengan pelaku bisnis (Tadjuddin & Mayasari, 2019). Dengan memanfaatkan aplikasi media sosial secara efektif, pelaku UMKM dapat menjangkau audiens yang lebih luas, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan penjualan produk atau layanan mereka. Selain itu, adopsi teknologi digital juga memberikan peluang untuk inovasi dalam model bisnis dan pengembangan produk (Wiagustini, Mustanda, Meydianawathi, & Abundanti, 2017). Dengan mengikuti tren dan menggunakan fitur-fitur baru yang tersedia di aplikasi media sosial, pelaku UMKM dapat menarik perhatian konsumen, menciptakan pengalaman pelanggan yang unik, dan membedakan diri dari pesaing mereka. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang fokus pada penggunaan aplikasi media sosial, diharapkan pelaku UMKM di Kecamatan Jakamulya dapat memperoleh manfaat yang signifikan. Dengan peningkatan visibilitas, pemasaran yang lebih efektif, dan peningkatan kompetensi digital, mereka dapat mengoptimalkan potensi bisnis mereka dan meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif.

4. SIMPULAN

Kesimpulannya, dengan mengadopsi teknologi digital dan memanfaatkan aplikasi media sosial secara efektif, pelaku UMKM di Kecamatan Jakamulya dapat menghadapi tantangan bisnis modern dan memperoleh keuntungan yang lebih besar dalam pasar yang kompetitif. Penting bagi mereka untuk terus belajar dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi serta memanfaatkan pelatihan dan pendampingan yang disediakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat untuk mencapai pertumbuhan dan keberlanjutan usaha mereka. Belum optimalnya penggunaan beberapa aplikasi media sosial oleh pelaku UMKM di Kecamatan Jakamulya Kota Bekasi. Oleh karena itu para peserta pelatihan membutuhkan pendampingan secara kontinuitas setelah kegiatan ini, sebab masih banyak peserta pelatihan yang kurang bisa mengembangkan dan meningkatkan jiwa kewirausahaan pelaku UMKM. Demikian juga terhadap upaya meningkatkan pengetahuan manajemen pemasaran pelaku UMKM. Perlu ditingkatkan kerja sama secara sinergis antara pemerintah daerah, pengusaha skala makro dan pelaku UMKM dalam pelatihan kewirausahaan terutama dalam pengembangan dan pemasaran produk melalui digital marketing.

REFERENSI

- Darwanto, D., Tri, U., & Danuar, D. (2013). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (umkm) berbasis ekonomi kreatif di kota semarang. *Diponegoro Journal of Economics*, 2(4), 19599.
- Digdowiseiso, K. (2017). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Lembaga Penerbitan Universitas Nasional (LPU-UNAS).
- Digdowiseiso, K. (2021). The Effects of Capital Adequacy Ratio, Non-Performing Loan, Loan to Deposit Ratio, and Return on Assets on Stock Prices in Banking Sector over the Period 2015–2019. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(4), 11286–11293.
- Digdowiseiso, K., & Lestari, R. (2021). Determinants of Competitive Advantage and Their Impact on Consumer Satisfaction at Chicken Restaurants in South Jakarta. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(4), 12047–12053.
- Digdowiseiso, K., Lestari, R., & An'nisa, B. (2021). The Effects of Brand Ambassador, Digital Marketing, and Instagram Use on Brand Trust: A Case Study of Scarlett Whitening Product. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(4), 12027–12033.
- Faradannisa, M., & Supriyanto, A. (2022). Kepuasan Pelanggan Ditinjau dari Store Atmosphere, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Etika Bisnis Islam. *Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1), 76–94.
- Hamzah, A. H. P., Kaligis, J. N., Yahya, S. R., Waoma, S., Samosir, H. E. S., Alfiana, A., & Nurhasanah, N. (2023). Pendampingan Pengembangan UMKM melalui Implementasi Financial Technology Era Society 5.0. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 4(2), 377–388.
- Hutabarat, L. B. R. F. W. M. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 7(1), 12–19.
- Ichsan, R. N., Panggabean, N. R., Syahbudi, M., & Nasution, L. (2022). Strategi Pengembangan Inovasi Berbasis Ekonomi Kreatif. *Jurnal Darma Agung*, 30(3), 865–882.
- Jefri, U., & Ibrohim, I. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 7(1), 86–100.
- Sarwoto, S., Wahyudi, L., Suyono, J., Risgiyanti, R., & Sarjiyanto, S. (2021). Pemberdayaan Pelaku Usaha Kuliner Melalui Pembentukan Kelompok Usaha Bersama (KUBE) di Karanganyar. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 2(2), 89–96.

- Supriyanto, A. (2022). Peran Nilai-Nilai Islami Dalam Kewirausahaan Untuk Menunjang Sebuah Kinerja Bisnis. *El -Hekam*, 7(1), 69. <https://doi.org/10.31958/jeh.v7i1.6515>
- Supriyanto, A., Permatasari, R. D., Prihastuti, A. H., Saputra, T., & Bora, M. A. (2023). Kesuksesan Muslimah Pelaku UMKM: Peran Dimensi Entrepreneurial Orientation. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 10(2), 267–286.
- Suyahya, I. (2017). Kelembagaan usaha mikro kecil dan menengah dan pembangunan ekonomi masyarakat. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 1(1), 24–30.
- Tadjuddin, T., & Mayasari, N. (2019). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo. *Dinamis: Journal of Islamic Management and Bussiness*, 2(1).
- Tanan, C. I., & Dhamayanti, D. (2020). Pendampingan UMKM dalam pengelolaan keuangan usaha guna peningkatan ekonomi masyarakat di distrik abepura jayapura. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 1(2), 173–185.
- Wiagustini, N. L. P., Mustanda, I. K., Meydianawathi, L. G., & Abundanti, N. (2017). Potensi Pengembangan Investasi Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Denpasar. *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 10(2), 155–173.