

## **Pendampingan UMKM melalui buku kewirausahaan guna mewujudkan wirausahawan desa sepanjang yang produktif dan inovatif**

**Ahmad Abdullah\*, Martha Ayu Devitasari, Laili Indah Sari Rohmawati**

Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No. 5 Malang, Jawa Timur, Indonesia

\*Penulis korespondensi, Surel: ahmad.abdullah.fik@um.ac.id

Paper received: 28-9-2021; revised: 12-10-2021; accepted: 19-10-2021

### **Abstract**

As an important skill to have, entrepreneurship will bring various benefits for someone who is going to do business or has started a business. However, in the current pandemic situation and conditions, entrepreneurs, especially SMEs, are still experiencing several obstacles. Among these obstacles are limited access to information and insight related to tips for maintaining a business during a pandemic, lack of knowledge about appropriate marketing strategies, and financial management that has not been properly planned. For this reason, the work program initiated by the Throughout Village KKN team aims to aid and share information through written entrepreneurship books so that MSME actors in the Panjang Village can obtain information and understanding related to the business world during the COVID-19 pandemic. The work program was carried out on June 9, 2021, by visiting and distributing entrepreneurship books to several MSME actors in the Panjang Village. The results obtained are that MSME actors in Panjang Village still have their own obstacles in running businesses during the pandemic. Among them are difficulties in adjusting marketing strategies, the number of consumers who are uncertain, difficult to manage business finances, and this of course has an impact on the amount of income that decreases. With the books that were distributed, the MSME players in the Village of Throughout felt helped to increase their information and insight about the business world during the pandemic.

**Keywords:** entrepreneurship; UMKM; accompaniment; entrepreneurship book

### **Abstrak**

Sebagai keterampilan yang penting dimiliki, kewirausahaan akan mendatangkan berbagai manfaat bagi seseorang yang akan berbisnis maupun sudah memulai bisnisnya. Namun pada situasi dan kondisi pandemi seperti saat ini, para wirausaha khususnya pelaku UMKM masih mengalami beberapa hambatan. Diantara hambatan tersebut yakni terbatasnya akses terhadap informasi maupun wawasan terkait kiat-kiat mempertahankan usaha di masa pandemi, kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran yang tepat, dan pengelolaan keuangan yang belum terencana dengan tepat. Untuk itu, program kerja yang digagas oleh tim KKN Desa Sepanjang ini bertujuan untuk melakukan pendampingan serta berbagi informasi melalui buku kewirausahaan yang ditulis sehingga pelaku UMKM di Desa Sepanjang dapat memperoleh informasi dan pemahaman terkait dunia usaha dikala pandemi covid-19. Program kerja dilaksanakan pada tanggal 9 Juni 2021 dengan mendatangi dan membagikan buku kewirausahaan kepada beberapa pelaku UMKM Desa Sepanjang. Hasil yang didapatkan adalah pelaku UMKM di Desa Sepanjang masih memiliki hambatan tersendiri dalam usaha yang dijalankan selama masa pandemi. Diantaranya, kesulitan menyesuaikan strategi pemasaran, jumlah konsumen yang tidak menentu, sulit mengelola keuangan usaha, dan hal ini tentu berimbas pada jumlah pendapatan yang berkurang. Dengan buku yang dibagikan, pelaku UMKM Desa Sepanjang merasa terbantu guna menambah informasi serta wawasan mereka seputar dunia usaha dikala pandemi.

**Kata kunci:** kewirausahaan; UMKM; pendampingan; buku kewirausahaan

## 1. Pendahuluan

Memasuki era revolusi industri 4.0 menjadikan keterampilan kewirausahaan yang dimiliki seseorang tidak hanya lagi sebatas mampu menjalankan usahanya saja namun juga harus mampu berpikir inovatif dan memiliki daya cipta atau kreativitas yang baik. Menurut Kirzner (1973) dan Drucker (1985) dalam Noor, dkk (2020) kewirausahaan didefinisikan sebagai sikap yang dimiliki seseorang yang memiliki kemampuan untuk mencari dan membidik peluang baru, serta kemampuan untuk melakukan inovasi dengan sumber daya yang ada sehingga menghasilkan sesuatu yang bernilai dan bermanfaat. Hasil penelitian menyebutkan bahwa kemampuan kreativitas dan inovasi memiliki pengaruh kepada skill kewirausahaan (Hadiyati, 2011). Sehingga bagi seorang pengusaha, tidak hanya membutuhkan jiwa kewirausahaan saja, namun juga harus memiliki kemampuan daya cipta maupun berpikir kritis untuk menghasilkan inovasi.

Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa kewirausahaan dapat menjadi solusi bagi pemerintah dalam menanggulangi masalah kemiskinan, khususnya di Indonesia, terlebih lagi jika dipraktikkan sesuai dengan ilmu dan kaidah kewirausahaan tepat (Diandra, 2019). Dengan semangat kewirausahaan yang dimiliki seseorang, maka hal ini akan mendatangkan banyak manfaat. Manfaat kewirausahaan menurut Nagel (2012) diantaranya adalah dapat mengontrol kemampuan diri, karena proses mendirikan usaha akan memakan waktu yang tidak sedikit dan cukup berisiko sehingga dibutuhkan kemampuan diri dalam mengontrol apa yang dilakukan. Selain itu manfaat kewirausahaan diantaranya dapat memaksimalkan potensi yang dimiliki serta melakukan perubahan, mendapat manfaat atau keuntungan finansial, dan berkontribusi kepada masyarakat terutama dalam pembukaan lapangan kerja baru.

Jiwa kewirausahaan merupakan hal yang perlu ditingkatkan lagi terlebih selama kondisi pandemi covid-19 seperti saat ini. Pengusaha juga dituntut beradaptasi dengan keadaan baru dan harus mampu melihat peluang yang ada di sekitar demi resistensi usahanya (Adinugraha & dkk, 2021). Pandemi covid-19 juga menyebabkan perubahan yang signifikan dalam dunia usaha. UMKM sektor non-kuliner di Indonesia bahkan mengalami penurunan sebesar 35% sejak munculnya wabah covid-19 pertama kali (Bahtiar & Saragih, 2020). Padahal keadaan UMKM di Indonesia sendiri tidak hanya sebagai pembantu roda perekonomian nasional, namun sebagai penyokong utama perekonomian nasional. Bahkan saat ini, tidak jarang ditemui pengusaha atau pemilik UMKM yang masih sulit beradaptasi dengan pandemi kemudian terlilit masalah dalam usahanya. Menurut penelitian Firdaus, dkk (2020) terdapat beberapa masalah UMKM di Indonesia akibat adanya pandemi covid-19, diantaranya: 1) penjualan menurun akibat pemberlakuan pembatasan mobilitasi; 2) kesulitan dalam strategi pemasaran; 3) bermasalah dalam permodalan usaha; 4) kegiatan produksi dan distribusi mengalami hambatan; dan 5) bahan baku yang sulit didapatkan.

Untuk itu bagi pelaku UMKM diperlukan menyiapkan beberapa strategi atau cara agar usaha yang dijalankan dapat bertahan selama kondisi pandemi. Salah satu strategi untuk mempertahankan usaha di tengah pandemi adalah dengan mengelola keuangan usaha dengan tepat (Farwitawati, 2018). Selain pengelolaan keuangan ini menjadi sebuah aspek penting dalam berbisnis, dengan mengelola keuangan dengan tepat juga akan menghindarkan pemilik usaha dari pengeluaran yang tidak perlu. Strategi lain adalah dengan memanfaatkan intensif pajak yang maupun bantuan yang diberikan oleh pemerintah (Kumala & Junaidi, 2020). Akan tetapi, pelaku UMKM alangkah lebih baik tidak hanya bergantung pada bantuan dari pemerintah agar usaha mereka tetap berjalan (Firdaus & dkk, 2020). Para pelaku UMKM

hendaknya memulai digitalisasi usaha seperti pemanfaatan *e-commerce* untuk memasarkan produknya, memperbaiki atau mempertahankan kualitas produk, serta menjalin dan meningkatkan pelayanan kepada pelanggan (Hardilawati, 2020).

Namun pada kenyataannya, berdasarkan observasi yang dilakukan oleh tim KKN UM Semester Antara 2020/2021, Desa Sepanjang, Kecamatan Gondanglegi, Kabupaten Malang, UMKM yang ada di Desa Sepanjang nampaknya masih kesulitan beradaptasi selama masa pandemi covid-19 ini. Kebanyakan dari pelaku UMKM di Desa Sepanjang masih belum menentukan strategi khusus dalam menjalankan usahanya selama masa pandemi. Padahal strategi seperti menentukan segmentasi pasar, melakukan inovasi produk, memberikan jaminan keamanan produk kepada konsumen, menjaga hubungan baik dengan konsumen, menetapkan standar kualitas produk, dan pemberian promo-promo menarik, dapat menjadi strategi yang diterapkan oleh pelaku UMKM selama masa pandemi guna menjaga eksistensi usaha (Ariyanto & dkk, 2021). Disisi lain, masih terdapat beberapa pelaku UMKM yang belum memanfaatkan *e-marketing* atau pemasaran daring dengan maksimal, baik melalui media sosial maupun *marketplace*. Alasan yang mendasarinya yakni kurangnya informasi dan pengetahuan terkait pemasaran daring tersebut.

Untuk itu, timbul gagasan pelaksanaan program kerja terkait UMKM ini yang bertajuk pendampingan UMKM melalui buku kewirausahaan. Program kerja dilaksanakan dengan mendatangi pemilik UMKM di Desa Sepanjang dan berbagi informasi terkait kewirausahaan di masa pandemi. Selain itu, guna tetap menjaga protokol kesehatan dengan tidak mengadakan perkumpulan di satu tempat, maka pendampingan yang dilakukan yakni melalui buku yang telah ditulis sebelumnya dan dibagikan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan informasi-informasi inti kepada pelaku UMKM Desa Sepanjang terkait berbagai hal yang berhubungan dengan bisnis selama pandemi, sehingga pelaku UMKM di Desa Sepanjang dapat menentukan strategi terbaiknya dalam mempertahankan bahkan mengembangkan usaha.

## 2. Metode

Pendampingan UMKM melalui buku kewirausahaan dilaksanakan di Desa Sepanjang, tepatnya beberapa UMKM yang berlokasi di Dusun Krajan dan Dusun Kasin, pada tanggal 9 Juli 2021. Target atau sasaran program kerja yakni pemilik UMKM di Desa Sepanjang, diantaranya pemilik usaha opak, roti, madu murni dan peternakan lebah, serta usaha toko sekaligus warung. Pembagian buku dilakukan dengan mendatangi tempat UMKM dan didampingi oleh perangkat desa yang bertugas. Pada saat pembagian buku juga dilaksanakan diskusi dengan pemilik UMKM mengenai awal mula usaha tersebut terbentuk, hambatan yang biasa ditemui, dan perkembangan usaha pada saat pandemi.

## 3. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan pelaksanaan program kerja, berikut adalah dokumentasi beserta serta hasil temuan lapangan terkait kondisi UMKM yang didapatkan pada saat pelaksanaan program kerja;



**Sumber: Dokumentasi Pribadi**  
**Gambar 1. UMKM Opak**

UMKM pertama yakni usaha pembuatan opak yang berlokasi di Dusun Krajan. Pemilik usaha saat ini telah mempekerjakan 25 karyawan untuk memproduksi opak. Pemasaran dilakukan di daerah Malang dan kabupaten/kota sekitarnya, terutama di toko oleh-oleh khas Malang. Untuk penjualan opak, yang ukuran kecil dengan harga lebih murah dan keuntungan yang lebih sedikit jauh lebih laris daripada opak dengan ukuran yang lebih besar dengan keuntungan yang lebih banyak namun harganya sedikit lebih mahal. Sehingga permasalahan yang ada dalam UMKM ini adalah dibutuhkan penyesuaian kembali dalam bidang produksi dan penghitungan biaya produksi.



**Sumber: Dokumentasi Pribadi**  
**Gambar 2. UMKM Roti**

UMKM selanjutnya yakni pembuatan roti dengan branding Eno Bakery. Pemasaran Eno Bakery hanya dilakukan di sekitar Kecamatan Gondanglegi dan sekitarnya. Pemasaran usaha pembuatan roti ini dilakukan dengan menitipkan produk di toko-toko maupun pedagang roti keliling. Kendala yang dihadapi oleh UMKM ini adalah selama masa PPKM Darurat diberlakukan, banyak konsumen yang membatalkan atau menunda pesannya padahal bahan baku sudah siap digunakan. Selain itu pemilik UMKM masih terkendala untuk membuka toko atas nama brand yang telah digunakan. Alasannya, karena pemilik UMKM masih belum mendapatkan lokasi yang strategis dan belum menyiapkan strategi-strategi ketika akan membuka toko offline.



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 3. UMKM Madu Murni dan Ternak Lebah

Ketiga, terdapat UMKM madu murni dan ternak lebah yang telah dijalankan lebih dari 25 tahun. Jangkauan pemasarannya sudah mencapai seluruh Indonesia dan dilakukan dengan mencari agen-agen serta dibantu oleh dinas perhutani. Namun dari pemilik UMKM ini sendiri tidak menetapkan brand atau merek dari produknya dan membebaskan agen-agen atau distributor memberikan label sendiri. Maka daripada itu, dapat disimpulkan bahwa UMKM ini memiliki bisnis dengan model *white label*.



Sumber: Dokumentasi Pribadi

Gambar 4. UMKM Toko/Warung

UMKM terakhir yang menjadi sasaran yakni Warung Almira 3. Menurut pemilik usaha ini, selama pandemi konsumen yang datang ke warung beliau rata-rata hanya dari anak-anak pondok. Untuk konsumen selain itu, cukup berkurang drastis dan tentu saja hal ini berpengaruh terhadap berkurangnya pendapatan. Usaha warung ini tidak hanya menjual makanan saja namun juga menjual pakaian siap pakai. Namun pemilik belum memahami cara pemasaran melalui marketplace, sehingga pemasaran masih dilakukan dengan *mouth-to-mouth marketing strategy* dan secara dilakukan secara offline.

Pendampingan UMKM melalui buku kewirausahaan ini, menyiapkan masyarakat sekaligus pelaku UMKM untuk merencanakan, mengelola, dan mengembangkan usaha atau bisnis mereka. Melalui pembagian buku kewirausahaan, masyarakat sekaligus pelaku UMKM dapat mengetahui dan memperoleh informasi seputar bisnis di kala pandemi. Efektivitas program kerja ini dapat dilihat dari *feedback* yang didapat dari target atau sasaran yang berpendapat bahwa materi atau informasi yang dimuat akan sangat berguna dan bermanfaat terlebih lagi karena beberapa informasi yang ada di buku masih terbilang baru. Informasi tersebut meliputi *consumer targeting*, strategi pemasaran, maupun pengelolaan keuangan bagi UMKM. Selain bermanfaat bagi masyarakat, pelaksanaan program kerja ini juga memberikan manfaat bagi TIM KKN, yaitu memperoleh informasi mengenai usaha maupun bisnis dan

kondisi riil di lapangannya. Hal tersebut dapat menjadi inspirasi bagi untuk semangat dan berinovasi dalam berwirausaha.

#### 4. Simpulan

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat diketahui bahwa UMKM sasaran masih memiliki beberapa kendala selama pandemi, diantaranya kesulitan menyesuaikan strategi pemasaran, jumlah konsumen yang tidak menentu, sulit mengelola keuangan usaha, dan hal ini tentu berimbas pada jumlah pendapatan yang berkurang. Berdasarkan hasil wawancara kepada pelaku UMKM yang telah membaca sekilas isi buku, menurut mereka materi yang dituangkan dalam buku dapat bermanfaat guna menambah informasi serta wawasan. Sehingga program kerja ini telah memenuhi tujuan awal yakni dapat memberikan manfaat baik bagi masyarakat, pelaku UMKM, dan bagi tim KKN Desa Sepanjang. Rekomendasi yang diberikan untuk pelaksanaan program kerja serupa pada waktu mendatang adalah hendaknya jangkauan target UMKM diperluas dan akan lebih baik dilakukan pelatihan dengan tema serupa apabila situasi dan kondisi memungkinkan. Selain itu, isi materi buku hendaknya diperbanyak lagi, baik dari segi materi teoritis atau informasi yang dapat langsung dipraktekkan.

#### Daftar Rujukan

- Adinugraha, H. H., & dkk. (2021). *Tetap Kreatif dan Inovatif di Tengah Pandemi Covid-19 (Jilid 1)*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Ariyanto, A., & dkk. (2021). *Strategi Pemasaran UMKM di Masa Pandemi*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Bahtiar, R. A., & Saragih, J. P. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Perlambatan Ekonomi Sektor UMKM. *Jurnal Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 7(6), 19-24.
- Diandra, D. (2019). *Kewirausahaan Dan Urgensinya Dalam Revolusi Industri 4.0*. Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi, Akuntansi, 1 (1), pp. 205-2011. Kediri.
- Farwitawati, R. (2018). *Pengelolaan Keuangan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kelurahan Airputih Kecamatan Tampan Kota Pekanbaru*. Prosiding Sembadha. 1, pp. 225-229. Politeknik Keuangan Negara STAN.
- Firdaus, S. A., & dkk. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46-62.
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (Journal of Management and Entrepreneurship)*, 13(1), 8-16.
- Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan W. L.* (2020). Strategi Bertahan UMKM di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 10(1), 89-98.
- Kumala, R., & Junaidi, A. (2020). *Strategi Bisnis Dan Pemanfaatan Kebijakan Pajak Di Masa Pandemi COVID-19 Dan Era New Normal (Studi Kasus Pelaku UKM Marketplace)*. Prosiding Seminar STIAMI, 7 (2), pp. 98-103.
- Nagel, P. J. (2012). *Inovasi dan Kewirausahaan yang Berkesinambungan*. Konferensi Nasional Universitas Pelita Harapan Surabaya (pp. 100-104). Surabaya: Universitas Pelita Harapan.
- Noor, J., Zakaria, H. R., & Rahmani, G. (2020). *Kewirausahaan: Manajemen Wirausaha Bisnis Kecil*. Rangkasbitung: La Tansa Publisher.ri Malang, Malang, Indonesia.