

SOSIALISASI MANAJEMEN WIRUSAHA BAGI PEMUDA KAMPUNG KEMANGI DALAM MEMPERTAHANKAN UMKM BATU BATA KAMPUNG KAMANGI DISTRIK TANAH MIRING

¹Florentina B. Parapaga, ²Maria Kaok
^{1,2}Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Musamus-Merauke
flopaga@unmus.ac.id

Abstract

UMKM in Kampung Kamangi face the problem of a lack of good entrepreneurial management skills. This has an impact on the low ability to produce, market and manage business finances. The problem is further complicated due to limited knowledge of access to capital, which has resulted in MSME actors borrowing business capital from brick collectors, which has an impact on controlling selling prices below market prices. This service activity aims to carry out an entrepreneurial management socialization activity, with lecture and discussion methods. The benefits achieved are an increase in understanding related to good entrepreneurial management and creating strong entrepreneurs, so that it can have an impact on the economy of the Kamangi village community.

Keywords : *Outreach, Entrepreneurial Management, UMKM*

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian terpenting dalam sistem ekonomi nasional di berbagai negara termasuk Indonesia. UMKM mempunyai peran percepatan pertumbuhan ekonomi melalui misi penyediaan lapangan usaha dan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat dan berperan dalam perolehan devisa negara termasuk memperkokoh struktur usaha nasional (Sulastri, 2015). Oleh karena itu, sektor ini menjadi perhatian pemerintah baik pusat maupun daerah untuk terus dikembangkan. Sektor UMKM yang berkembang di Indonesia meliputi berbagai bidang antara lain kuliner, kecantikan, produk kerajinan tangan, pertanian dan lain-lain. Di kabupaten Merauke sendiri, salah satu UMKM yang bisa kita jumpai adalah yang memproduksi batu bata.

Kampung Kamangi, salah satu kampung di Kabupaten Merauke, memiliki potensi yang cukup baik untuk dikembangkan sebagai sentra usaha batu bata. Usaha batu bata di kampung Kamangi telah dimulai sejak tahun 2016 dan dikelola secara berkelompok maupun individu. Akan tetapi UMKM batu bata di Kampung Kamangi ini masih menghadapi beragam tantangan untuk lebih berdaya saing. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor seperti kurangnya pengetahuan dan ketrampilan dalam manajemen wirausaha serta keterbatasan sumber daya.

Berdasarkan survei awal terdapat beberapa permasalahan yang ditemui antara lain kurangnya pengetahuan dalam mengelolah usahanya mulai dari proses produksi sampai dengan pencatatan/ pengelolaan keuangan secara sederhana. Selain itu terbatasnya akses untuk modal usaha, sehingga para pelaku UMKM batu bata ini menggunakan sistem pemodalannya dari para penampung atau dikenal dengan istilah “bakul batu”. Sistem permodalan seperti ini mengakibatkan terkontrolnya harga jual, sehingga berdampak pada penghasilan dan keberlangsungan usaha batu bata di Kampung Kamangi.

Hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM batu bata di Kampung Kamangi merupakan masalah klasik yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di tanah air. Merujuk pada berbagai kajian, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM antara lain ketersediaan bahan baku, akses pasar, rendahnya produktivitas, menggunakan modal yang berbunga tinggi, dan rendahnya pelatihan atau pembinaan dari pemerintah (Hartono & Hartomo, 2014). Sedangkan kajian yang dilakukan oleh Rosmadi (2019), yang menjadi faktor penghambat berkembangnya UMKM, khususnya UMKM di desa Mulya adalah permodalan dan pemasaran. Lebih lanjut, faktor-faktor yang menghambat perkembangan UMKM antara lain, rendahnya kualitas SDM, kurang memanfaatkan teknologi, akses modal yang terbatas, kemitraan yang minim, inovasi yang rendah serta manajemen usaha yang tidak tepat atau tradisi pengelolaan secara kekeluargaan dalam hal ini tidak pembagian struktur kerja yang jelas, minimnya pengetahuan pembukuan maupun pemasaran yang tepat (Nuraini, 2019).

Faktor penghambat pada kajian yang dilakukan oleh Adwiyah (2013) dibagi menjadi dua yakni faktor penghambat internal dan eksternal. Faktor internal antara lain: terbatasnya modal, terbatasnya kemampuan SDM, lemahnya jaringan usaha dan akses pasar, adaptasi inovasi teknologi, kendala operasi (pemasaran dan pengendalian persediaan), kendala administratif (pembukuan dan manajemen secara umum). Sedangkan faktor penghambat eksternal antara lain: infrastruktur/ sarana prasarana, iklim usaha, otonomi daerah, dan Globalisasi. Sedangkan kajian yang dilakukan oleh Yuwono dan Ardianti (2019), faktor-faktor penghambat meliputi infrastruktur institusi dan infrastruktur di luar institusi, kemampuan managerial dan sumber daya, tenaga kerja dan teknologi, finansial, lokasi dan jaringan, kompetisi, serta keadaan usaha. Dalam hal ini, faktor-faktor penghambat pertumbuhan UMKM terbesar terutama berasal dari lingkungan bisnis, seperti adanya banyak pesaing dengan kekuatan yang besar dan ketidakstabilan harga barang baku. Kompleksitas faktor penghambat ini,

seringkali menjadi penghalang serius bagi UMKM untuk perkembangan dan kesuksesan usaha UMKM.

Selanjutnya, untuk mengurai faktor penghambat yang dihadapi UMKM dapat dilakukan dengan pelatihan manajemen wirausaha. Menurut Holst (dalam Sukmana C., dkk., 2019) mendefinisikan pelatihan sebagai sebuah metode penyampaian informasi melalui pemahaman pembelajaran yang instrumental dan terorganisasi serta hasil yang diinginkan. Dengan kata lain, pelatihan dapat membantu peserta pelatihan dalam memahami dan mencapai tujuan yang spesifik.

Kewirausahaan dalam lampiran Keputusan Menteri Koperasi dan Pembinaan Pengusahaan Kecil Nomor 961/KEP/M/XI/1995 adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menangani usaha atau kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang lebih baik dan atau memperoleh keuntungan yang lebih besar. Seorang wirausaha, menurut Steinhoff dan Burgess (dalam Arisena, 2017), adalah individu yang berani mengorganisir, mengelola, dan menanggung risiko untuk menciptakan usaha baru dan mengambil peluang berbisnis. Kewirausahaan juga melibatkan penerapan kreativitas dan inovasi, seperti yang dijelaskan oleh Kasmir (2011), dalam memecahkan masalah dan menemukan peluang guna meningkatkan kehidupan dan usaha.

Dalam konteks pelatihan manajemen wirausaha dapat diartikan sebagai proses penyampaian informasi dan pembelajaran yang terstruktur dan terorganisir untuk membantu peserta pelatihan memahami sikap, perilaku, dan kemampuan dalam menangani usaha atau rangkaian kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, serta menerapkan cara kerja, teknologi dan produk dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan penawaran layanan atau produk yang lebih baik untuk memperoleh keuntungan yang lebih besar. Maka dari itu, pelatihan kewirausahaan harus dirancang untuk membantu peserta pelatihan mengembangkan ketrampilan, pengetahuan dan sikap yang dibutuhkan untuk memulai, mengelola dan mengembangkan bisnis secara kreatif. Dengan pelatihan yang tepat, peserta pelatihan dapat membangun kemampuan wirausaha yang kuat.

Oleh karena itu, pelatihan kewirausahaan menjadi salah satu komponen dalam sosialisasi ini, yang dirancang untuk membantu mempertahankan UMKM batu Bata di Kampung Kamangi Distrik Tanah Miring, diperlukan upaya untuk memberikan sosialisasi manajemen wirausaha kepada para pelaku UMKM batu bata khususnya para pemuda. Melalui sosialisasi

ini, diharapkan para pelaku UMKM dapat memahami pentingnya manajemen wirausaha dan menerapkannya dalam mempertahankan UMKM batu bata.

II. METODE

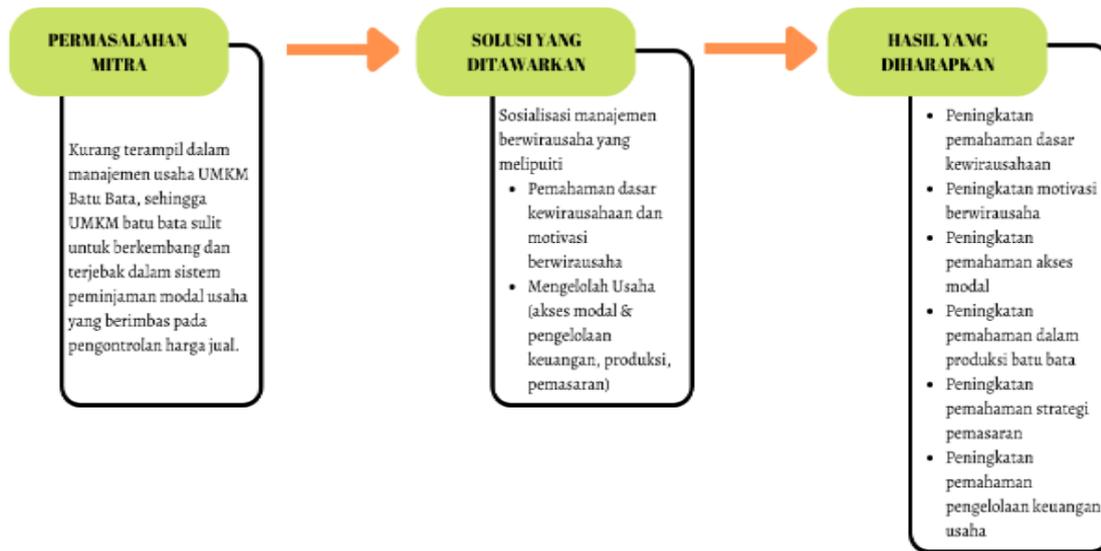
Kegiatan ini dipandu oleh narasumber sebagai fasilitator kegiatan sosialisasi kewirausahaan, dengan metode:

1. Ceramah. Metode ceramah adalah suatu cara mengajar yang digunakan untuk menyampaikan keterangan atau informasi atau uraian tentang suatu pokok persoalan serta masalah secara lisan. (Roestiyah, 2001). Alat utama perhubungan dengan kelompok pendengar adalah bahasa lisan. Kegiatan PKM ini dilaksanakan dalam bentuk ceramah atau sosialisasi kepada mitra, yakni para pelaku usaha batu bata di Kampung Kamangi Distrik Tanah Miring. Sosialisasi ini diharapkan memberikan pemahaman dan motivasi dalam mengelolah dan mempertahankan usaha batu bata.
2. Diskusi. Pemateri memberikan kesempatan kepada para peserta untuk bertanya (sesi tanya-jawab) terkait materi yang disampaikan. Diskusi ini diharapkan akan memberikan pemahaman holistik baik bagi peserta maupun pemateri, peserta memahami materi secara mendalam dan mampu mengaplikasikan dalam praktek wirausaha, sedangkan pemateri dapat memperoleh informasi terkait permasalahan yang dihadapi oleh peserta.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Hasil dan pembahasan

Kegiatan pengabdian ini, diawali dengan survei permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Selanjutnya, tim pengabdian merumuskan solusi yang ditawarkan atas permasalahan yang telah diidentifikasi, dan kemudian merancang output atau hasil yang diharapkan pada kegiatan pengabdian (lihat gambar 1).



Gambar 1. Rancangan Penyelesaian Masalah Mitra

Setelah *output* kegiatan pengabdian dirumuskan, selanjutnya tim melaksanakan kegiatan sosialisasi kepada mitra. Kegiatan sosialisasi wirausaha ini dilaksanakan pada hari Jum'at, 27 September 2022. Peserta sosialisasi ini diikuti oleh 28 orang, dari target awal sebanyak 35 orang atau tingkat kehadiran peserta mencapai depalan puluh persen. Peserta sosialisasi didominasi oleh peserta berjenis kelamin laki-laki sebanyak 92,9% dan sisanya 7,1% peserta berjenis kelamin perempuan. Sebagaimana telah ditetapkan diawal bahwa target peserta adalah para pemuda atau mereka yang berusia 18 – 35 tahun dan telah sesuai dengan sasaran yakni mencapai 85% dan sisanya adalah mereka yang berusia 35 tahun ke atas. Profesi peserta pelatihan sendiri bervariasi baik sebagai pelaku UMKM batu bata yang aktif maupun yang sedang tidak produksi serta para tenaga buruh yang bekerja pada UMKM batu bata yang ada di Kampung Kamangi dan sekitarnya.

Materi yang diberikan pada kegiatan sosialisasi manajemen wirausaha ini terbagi menjadi beberapa pokok bahasan utama, antara lain:

1. Gambaran umum tentang wirausaha, yakni memuat tentang apa yang dimaksud dengan wirausaha, karakteristik seorang wirausaha, serta keuntungan dan kerugian dalam berwirausaha. Pada bagian ini juga tim memberikan motivasi kepada para peserta untuk tertarik menjadi wirausaha yang tangguh baik sebagai pelaku usaha batu bata maupun bidang lainnya.
2. Pemahaman umum terkait produksi, yakni memuat tentang bagaimana memproduksi batu bata secara manual, otomatisasi dan diperkenalkan juga eco bricks yaitu pemanfaatan limbah dalam memproduksi batu bata yang ramah lingkungan. Selain

itu, peserta juga diberikan pemahaman terkait pendekatan produksi yang efisien sehingga bisa mengoptimalkan pendapatan.

3. Pemahaman mengenai pemasaran yang sederhana 4 P serta pemanfaatan sosial media untuk memperkenalkan produk serta memperluas jangkauan pemasarannya.
4. Pemahaman terkait modal/permodalan, yakni memuat informasi terkait dengan bagaimana memperoleh modal baik lewat pinjaman maupun melalui program stimulus pemerintah.
5. Tepat dalam mengelolah keuangan usaha secara sederhana, yakni pengetahuan dasar terkait pencatatan pengeluaran dan pendapatan serta membagi penghasilan yang diperoleh.

Materi disampaikan lewat media presentasi yang menarik dan disampaikan secara interaktif, yang diakhiri dengan diskusi.

b. Luaran yang dicapai

Dari kegiatan sosialisasi ini diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Tercapainya tujuan.

Selama kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan, peserta antusias mengikuti kegiatan sosialisasi kewirausahaan ini mulai dari awal hingga akhir. Masyarakat Kampung Kamangi, khususnya pelaku UMKM batu bata pada dasarnya ingin mengembangkan potensi diri sebagai wirausaha agar mandiri secara ekonomi.

2. Tercapainya manfaat.

Adapun hasil yang diperoleh setelah melaksanakan kegiatan sosialisasi ini, para peserta sosialisasi mampu memahami arti dan pentingnya berwirausaha serta termotivasi menjadi wirausaha yang sukses di bidang produksi batu bata dengan target jangka Panjang menjadikan Kampung Kamangi sebagai salah satu sentra batu bata di kota Merauke. Selain itu, para peserta sosialisasi juga berhasil meningkatkan pemahaman terkait pengelolaan usaha yang baik. Para peserta kini memahami membuat perencanaan proses produksi yang efisien. Peserta juga memahami program pemasaran sederhana, dimulai dari menghasilkan produk batu bata yang bagus, penetapan harga yang baik, serta pengetahuan terkait menggunakan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan serta memperluas jangkauan pemasaran batu bata yang diproduksi. Selain itu, para peserta sosialisasi kini memahami cara mengelolah keuangan usahanya, mulai dari pencatatan uang masuk dan keluar, serta pembagian penghasilan, baik untuk

membiayai usaha (modal), maupun untuk pengeluaran konsumsi rumah tangga dan juga memperoleh sumber permodalan yang sehat baik dari bank dan bantuan stimulus pemerintah.

Dengan tercapainya hasil kegiatan pengabdian ini, akan memberikan manfaat besar bagi peserta dalam mengelolah usaha mereka di masa mendatang sehingga mampu mempertahankan UMKM batu bata di Kampung Kamangi. Pengelolaan usaha yang baik diharapkan pelaku UMKM tidak terikat dengan sistem permodalan dari pihak “bakul batu” yang cenderung akan mengontrol harga sehingga merugikan pelaku UMKM batu bata dan akhirnya sulit untuk mempertahankan usahanya. Oleh karena itu, untuk menjamin tercapainya manfaat kegiatan ini dalam jangka panjang tim pengabdian memandang perlu untuk melakukan suplemen (tambahan) dalam rangka monitoring walaupun kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berakhir. Program suplemen ini dilakukan secara *accidental* artinya dapat dilakukan baik secara tim maupun individu. Program suplemen ini diharapkan dapat mengontrol dan mempertahankan pola perubahan positif yang telah dicapai dan memastikan materi-materi yang disampaikan diaplikasikan oleh para peserta sosialisasi.

Kegiatan sosialisasi yang telah dilaksanakan ini dapat dijadikan sebagai acuan untuk melaksanakan kegiatan serupa di masa mendatang. Beberapa hal perlu diperbaiki agar kegiatan ini dapat optimal dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi para peserta. Pertama, waktu pelatihan/sosialisasi hendaknya diperpanjang, agar peserta memiliki lebih banyak waktu untuk memahami materi yang disampaikan dan melatih kemampuan mereka dalam mengelola usaha. Kedua, perlu memperbanyak praktek bagi peserta agar mereka dapat lebih terampil dan percaya diri dalam mengelola usaha. Ketiga, perlu menghadirkan narasumber praktisi, khususnya terkait akses permodalan, baik dari perbankan maupun dinas terkait yang memiliki program bantuan stimulus usaha, sehingga para peserta dapat lebih mudah mendapatkan modal untuk mengembangkan usahanya. Dengan melakukan perbaikan-perbaikan tersebut, kegiatan pengabdian di masa mendatang dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi peserta dan mendorong perkembangan UMKM sebagai kekuatan ekonomi masyarakat.

IV. KESIMPULAN

Hasil pengabdian sosialisasi manajemen wirausaha bagi pemuda di Kampung Kamangi dalam mempertahankan UMKM batu bata dapat disimpulkan bahwa sosialisasi ini telah memberikan peningkatan pemahaman kepada peserta mengenai konsep-konsep dasar kewirausahaan. Mereka memperoleh pengetahuan baik dalam hal produksi yang

efisien, pengenalan dasar pemasaran melalui media sosial, dan manajemen keuangan sederhana yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM. Melalui kegiatan ini diharapkan dapat membantu UMKM batu bata di Kampung Kamangi mempertahankan usahanya. Namun, kegiatan semacam ini akan memiliki dampak yang lebih besar apabila pendampingan dilakukan secara berkala dan sinergi dengan berbagai *stakeholder* baik pemerintah daerah, Universitas, lembaga keuangan seperti bank, dan juga lembaga masyarakat untuk mendorong keberlanjutan khususnya dampak positif yang telah diperoleh pada saat sosialisasi dilaksanakan.

REFERENSI

- Arisena, G. M. K. 2017. *Diktat Kewirausahaan*. Fakultas Pertanian. Universitas Udayana.
- Adwiyah, W. R. 2013. *Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM): Studi di Kabupaten Banyumas*. <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/viewFile/134/139>. Hal 1-18.
- Hartono, Hartomo. 2014. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Umkm Di Surakarta*. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol. 14 No.1. Hal. 15-30
- Kasmir. *Kewirausahaan*. Rajagraffindo persada. Depok 2011
- Nuraini, M. 2019. *Analisis Faktor-Faktor Penghambat Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Sentra UMKM Keripik Pisang Jalan ZA. Pagar Alam Kota Bandar Lampung)*
- Rosmadi, L, M, N. 2019. *Analisis Faktor-faktor Penunjang Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/SNEB/issue/view/46>. Hal 41-48.
- Roestiyah N.K, *Strategi Belajar Mengajar*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2001),
- Sukmana, C., dkk *Model Konseptual Pelatihan Cefe Untuk Meningkatkan Kemandirian Umkm Di Kota Cimahi Provinsi Jawa Barat*.
- Sulastri, Lilis; *Manajemen, sebuah pengantar sejarah, Tokoh, Teori dan Praktik*; La good's publishing, Bandung; 2015.
- Yuwono, Ardianti. 2019. *Analisa Faktor-Faktor Penghambat Pertumbuhan Usaha Mikro Dan Kecil Pada Sektor Formal Di Jawa Timur*. Agora. Volume 1. Nomor 3.
- Laman: www.bi.go.id