

MENINGKATKAN EKSISTENSI ENTERPRENEUR MELALUI STRATEGI MANAJEMEN BISNIS DI ERA PANDEMI

by Sri Rahayu

Submission date: 02-Apr-2023 03:17PM (UTC+0700)

Submission ID: 2053307341

File name: 395-Article_Text-1119-1-10-20210716.pdf (966.43K)

Word count: 2539

Character count: 17342

4
**MENINGKATKAN EKSISTENSI ENTERPRENEUR MELALUI
STRATEGI MANAJEMEN BISNIS DI ERA PANDEMI**

Ika Fitriyani^{1*}
Universitas Samawa
Sumbawa Besar/Indonesia
ikaekonomi@gmail.com

Elly Karmeli²
Universitas Samawa
Sumbawa Besar/Indonesia
ellykarmeli@gmail.com

SriRahayu³
Universitas Samawa
Sumbawa Besar/Indonesia
rahmaayu272@gmail.com

Nining Sudiyarti⁴
Universitas Samawa
Sumbawa Besar/Indonesia
niningsudiyarti04@gmail.com

Marisa Sutanty⁵
Universitas Samawa
Sumbawa Besar/Indonesia
marisasutanty@gmail.com

Abstrak: Pandemi yang melanda menyebabkan ekonomi global mengalami penurunan, UMKM atau pelaku usaha yang menjadi salah satu komponen bisnis yang terkenan imbasnya. Supaya dapat bertahan atau berkembang, pelaku usaha harus dapat beradaptasi dengan situasi. Pentingnya manajemen bisnis dalam meminimalisir masalah UMKM. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan solusi kepada mahasiswa yang memiliki usaha untuk tetap mengembangkannya melalui inovasi. Mengajak enterpreneur muda untuk kreatif dan inovatif dalam mengembangkan produknya. Metode sosialisasi, wawancara, diskusi dan pendampingan dapat memberikan hasil melalui peningkatan informasi dan pengalaman para mahasiswa, pelaku usaha, akademisi serta masyarakat terhadap strategi manajemen bisnis dalam meningkatkan eksistensi entrepreneur di masa pandemi. Peran penguatan tata kelola manajemen melalui bidang pemasaran, SDM, keuangan dan operasional merupakan wujud efektivitas strategi pengembangan usaha. Oleh karena itu, kegiatan yang dilakukan di Sumbawa baik daring maupun offline ini di masa pandemic oleh pelaku usaha atau masyarakat sangat antusias dalam meningkatkan kemampuan dan ketrampilan mereka untuk tetap bersemangat dalam berwirausaha.

Kata Kunci: *Entrepreneur, Strategi Manajemen Bissnis, Pandemi Covid-19*

Pendahuluan

Entrepreneurship atau kewirausahaan merupakan profesi yang sedang naik daun sekarang ini. Jatuh bangun dalam dunia entrepreneur merupakan hal yang lumrah. Adapun faktor penghambat pertumbuhan wirausaha yaitu pola pikir masyarakat yang lebih tertarik untuk mencari pekerjaan dibanding berwirausaha, rendahnya kapasitas SDM pelaku wirausaha yang belum mampu mengatasi persoalan sehingga menghambat perkembangan usaha serta kendala dalam mengakses modal. Masalah lainnya yaitu sistem pendidikan Indonesia yang tidak mengajarkan wirausaha sejak dini. Sistem pendidikan Indonesia cenderung mencetak lulusan bermental pegawai daripada mental wirausahawan. Hal ini didukung dengan pemikiran orang tua yang mewajibkan putra putri mereka mencetak akademik berprestasi. Saat mendapati anaknya memperoleh nilai yang kurang maksimal, mereka akan cenderung memarahi anaknya. Peran orang tua dalam meluangkan waktunya untuk berdiskusi tentang apa keinginan anak mereka. Agar dapat mencetak wirausahawan, elemen penting dalam pendidikan ini adalah pendidikan kewirausahaan. Lebih mirisnya, beberapa orang tua kerap memaksa anaknya untuk masuk ke jurusan yang mereka inginkan demi gengsi semata. Bahkan hal ini masih terjadi hingga anak masuk ke perguruan tinggi negeri, orang tua rela mengeluarkan uang cukup besar demi memaksa anaknya untuk masuk ke program studi dan jurusan yang mereka inginkan melalui jalur yang tidak seharusnya. Peranan Perguruan Tinggi Dalam Peningkatan Sosial Mahasiswa melalui

kewirausahaan sangat penting, penelitian ini diperkuat oleh Akhmad Zaini (2020) yang menjelaskan bahwa dampak entrepreneur harus mampu memiliki dampak permasalahan di masyarakat, keberanian memulai usaha, mampu mencari pembeda dan value proposition dari bisnisnya, melihat potensi, mengadopsi inovasi dan mereplikasi ketrampilan mereka.

Permasalahan-permasalahan tersebut menuntut para pemangku kepentingan untuk bekerja sama demi mempertahankan keberlanjutan pelaku usaha dan melakukan strukturisasi serta revitalisasi setelah pandemi Covid-19 pada sektor UMKM dengan tujuan untuk melahirkan komitmen serta kepercayaan UMKM (Hadi et al., 2020). Untuk mengurangi dampak negatif pada sektor pelaku UMKM dibutuhkan inovasi yang tepat dan cepat untuk menciptakan aktivitas baru untuk tetap memastikan keberlanjutan usahanya (Septina, 2020). Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi seperti pemanfaatan media sosial dan *online shop* sebagai alternatif solusi akibat penutupan paksa usaha oleh pemerintah. Pelaku UMKM dihadapkan pada persoalan kehilangan lapak yang disebabkan oleh diberlakukannya PSBB dan WFH (Salam, 2020).

Mengatasi permasalahan di atas dibutuhkan strategi untuk mengembalikan eksistensi pelaku bisnis di sektor UMKM pada masa pandemi Covid-19. Salah satu strateginya adalah dengan menggunakan konsep strategi yang dikemukakan oleh Henry Mintzberg dalam Pedersen dan Ritter (2020) yang mendefinisikan strategi sebagai 5P yaitu (*Plan, Ploy, Pattern, Position and Perspective*). Pedersen dan Ritter (2020) menjelaskan bahwa definisi strategi sebagai *plan* adalah strategi rencana sebelum diimplementasikan dan ditindaklanjuti melalui implementasi. Strategi sebagai *ploy* adalah aktivitas khusus yang membedakan strategi bisnis pelaku usaha dengan pesaing yang tujuan untuk mengungguli para pesaing. Strategi sebagai *pattern* menunjukkan aktivitas perusahaan yang dapat dijelaskan melalui pola-pola yang muncul dari aktivitas yang telah direncanakan dan dilaksanakan sebelumnya. Strategi sebagai *position*, yaitu pelaku usaha dapat menggunakan sumber daya yang ada, baik fisik maupun pengetahuan untuk menyediakan produk yang khas menemukan ceruk pasar yang bertujuan menghalangi dan mengungguli pesaing. Terakhir, strategi sebagai *perspective* mengacu kepada budaya organisasi pada pelaku bisnis untuk memandang dirinya sendiri dan lingkungannya sebagai sebuah strategi.

Pentingnya manajemen bisnis bagi pelaku bisnis di sektor UMKM dapat dilihat dalam beberapa bidang penguatan manajemen yaitu pemasaran, SDM, keuangan dan operasional (Wahyuni, Endang, dan Wibawani, 2020). Di bidang pemasaran, perlu dikembangkan sistem pemasaran digital yang tepat sasaran dan dapat menjangkau masyarakat luas (Rangkuti, 2013; Tasruddin, 2015). Misalnya dengan menyebar brosur pada lokasi strategis, melakukan promosi melalui radio, koran, media sosial seperti Facebook, Instagram, Whatsapp, Telegram, Twitter atau jejaring sosial yang lain. Pada bidang penguatan manajemen sumber daya manusia, peningkatan pengetahuan, wawasan dan keterampilan sehingga mampu mengelola usahanya dengan lebih terencana dan terorganisir dengan baik (Sandiasa dan Widnyani, 2017). Penguatan di bidang manajemen keuangan meliputi pengelolaan keuangan yang efektif dan efisien berkaitan dengan akses modal dan administrasi pembukuan/keuangan (Putri, 2018; Setyawardani et al, 2019). Terakhir, penguatan di bidang manajemen operasional yang mencakup peningkatan kualitas, efisiensi biaya dan sasaran distribusi yang tepat.

Pendekatan yang dilakukan sebagai tawaran menyelesaikan masalah dalam kegiatan

pengabdian masyarakat adalah dengan metode diskusi kepada pengusaha senior. Tujuan pengabdian ini adalah untuk menyampaikan pengetahuan dan ketrampilan kepada pelaku usaha dalam mengelola bisnis. Kegiatan ini dilakukan sebagai implementasi hasil publikasi jurnal ilmiah tahun sebelumnya. Motivasi dan semangat pelaku usaha dengan disampaikannya strategi manajemen bisnis di masa pandemi saat ini telah dirasakan manfaatnya oleh mereka. Antusias mereka dalam mendapatkan informasi berimplikasi pada usaha-usaha yang dilakukan dalam mempertahankan dan membangkitkan bisnisnya pada kondisi sekarang ini. Untuk mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut, pelaku usaha perlu menerapkan strategi manajemen bisnis. Penyelesaian masalah melalui kegiatan diskusi, sosialisasi dan lainnya bertujuan untuk memperluas wawasan dan informasi tentang keberlangsungan usaha entrepreneur pada masa pandemi Covid-19.

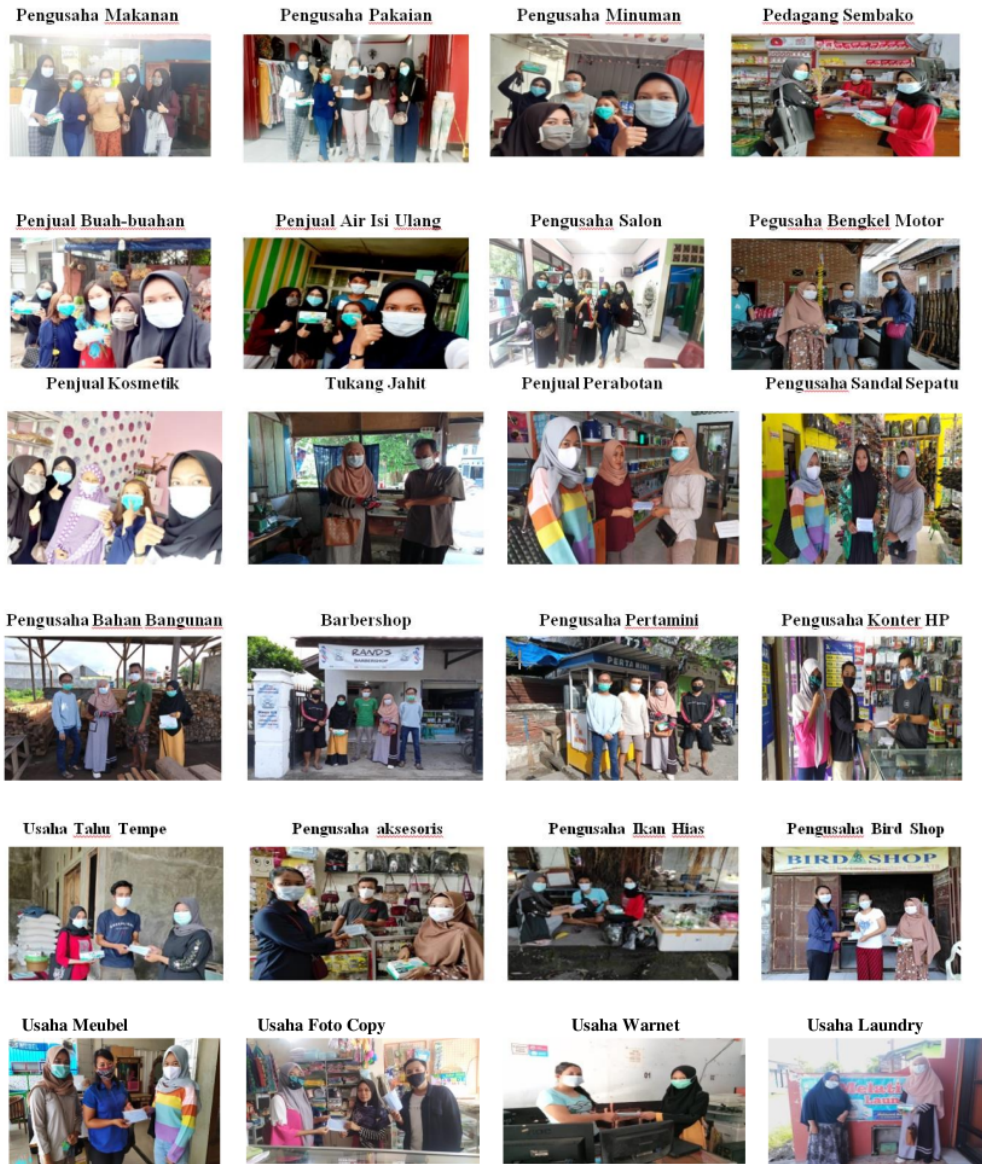
Metode

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah melakukan sosialisasi, motivasi, gambaran tentang strategi manajemen bisnis kepada pelaku usaha secara daring dan luring. Metode diskusi dengan pengusaha sukses/senior untuk berbagi pengalaman mengenai keberlangsungan bisnis pada masa paandemi sehingga memperdalam informasi tentang eksistensi enterprenuer. Aktivitas kegiatan BEM FEM UNSA dalam menunjang kegiatan pengabdian ini. Subyek sasaran program pengabdian ini adalah para pelaku usaha/UMKM khususnya dan masyarakat pada umumnya yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka dalam dunia bisnis. Cara mendapatkan responden/informan melalui wawancara yang mendalam (*in deep interview*) dan bertahap. Wawancara tersebut melalui *voicenote*, *videocall*, telepon dan email yang masing-masing diwawancarai selama 1 jam karena mengingat masih berlakunya penerapan *social distancing*. Cara penyebaran wawancara ini dimulai dari penulis mengirimkan permohonan sebagai calon responden, melalui pesan singkat yang berisi tentang identitas penulis dan alasan melakukan kegiatan, meminta izin merekam percakapan, perihal lama waktu wawancara, meminta kesediaan waktu responden dan melakukan kontak lanjutan jika tidak ada respon. Oleh karena itu, untuk menganalisis kegiatan ini, maka metode yang digunakan adalah melakukan sosialisasi, motivasi gambaran tentang strategi manajemen bisnis, metode diskusi dengan pengusaha sukses dan pendampingan dosen Pembina kewirausahaan untuk memperdalam teori enterprenuer.

Hasil dan Pembahasan

Sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan, dimulai dengan tahapan sosialisasi oleh beberapa mahasiswa BEM FEM UNSA yang disertai dengan pemberian masker kepada pelaku usaha, hasil sosialisasi terhadap beberapa permasalahan pelaku bisnis di Sumbawa Besar pada masa pandemi yang berimplikasi pada penurunan penjualan usaha. Dengan melakukan sosialisasi, motivasi tersebut bertujuan untuk membangkitkan kembali semangat entrepreneur dalam mempertahankan dan meningkatkan eksistensi usahanya. Hasil sosialisasi beberapa mahasiswa yang telah mendokumentasikan pelaku usaha sebanyak 26 orang mulai dari usaha makanan, minuman, pakaian, air isi ulang, buah-buahan, usaha salon, usaha kosmetik, tukang jahit, perabotan, alat bahan bangunan, *barbershop*, usaha POM Mini, pedagang tahu dan tempe,

penjual asesoris khusus perempuan, pedagang sembako/kelontong, usaha bengkel motor, usaha konter, penjual sandal dan sepatu, pengusaha penyedia jasa tour/travel, warung internet, usaha fotochopy, usaha laundry, dan pengusaha mebel ini telah berjalan dengan lancar meskipun pada masa pandemic.



Gambar 1. Aktifitas Mahasiswa FEM UNSA saat melakukan survey lapangan yang dirangkaikan dengan pembagian masker.

Selama kegiatan pengabdian berlangsung beberapa mahasiswa telah berpartisipasi dan bergerak secara aktif meskipun dalam kondisi pandemi. Melalui sosialisasi tersebut, masyarakat merasa bangga telah dikunjungi sehingga mayoritas dari mereka merasa antusias dan yakin bahwa konsumen atau pelanggan mereka akan semakin bertambah dengan adanya kegiatan tersebut.

Selain itu, kemampuan manajerial harus bersinergi dengan keterampilan komunikasi dan jiwa semangat entrepreneur dalam mengembangkan bisnisnya. Peran teknologi harus benar-benar dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha apalagi pada masa pandemi. Perlunya program-program atau usaha yang layak dalam mendukung eksistensi enterprenneur dalam manajemen startegi bisnis harus dilakukan secara kompherensif. Membekali diri dalam mengatur dan mengelola keuangan baik secara konvensional dan digital. Strategi bertahan ditengah pandemi adalah pelaku usaha harus memanfaatkan teknologi digital terutama dalam memaksimalkan promosi penjualan usahanya.



Gambar 2. Acara Seminar Nasional Kewirausahaan yang diisi oleh CEO PT. Borsya Cipta Communica (CEO Borsya Group (Boris Syaifullah), Rektor Universitas Samawa (Dr. Syafruddin, SE.,M.M) Dekan Fakultas Ekonomi dan Manajemen (Elly Karmeli, S.E.,M.E), Wakil Dekan (Suprianto, S.E,M.E)(, Kaprodi Keuangan dan Perbankan (Nining Sudiyarty, S.E,M.SA), Kaprodi Ekonomi Pembangunan (Binar Dwi Pamungkas Saputra, S.E.,M.E)).

Organisasi kemahasiswaan yang dalam kegiatan ini diwakili oleh BEM FEM UNSA telah mengadakan kegiatan Kuliah Umum Dengan Tema “Menumbuhkan Semangat Jiwa Enterpreneur Bagi Generasi Muda yang Kreatif dan Inovatif” yang diselenggarakan pada hari Selasa, 1 Maret 2021 pukul 8.30 WITA di Auditorium Universitas Samawa, Hasil kuliah umum menyimpulkan bahwa seorang entrepreneur harus mampu menumbuhkan semangat, wawasan, keterampilan dan

modal nekat untuk bisa memulai dan mengembangkan usaha. Peran strategis pelaku bisnis dalam meningkatkan kualitas usaha dimulai dengan terampil dan pandai berkomunikasi dengan baik, kemampuan komunikasi yang baik merupakan kunci keberhasilan suatu bisnis. Pentingnya peran *fintech* merupakan salah satu faktor penting untuk menjamin keberlanjutan usaha UMKM terutama di era industry sekarang ini. Antusias peserta sebanyak 50 orang yang terdiri dari mahasiswa dan pelaku usaha telah berjalan dengan baik dan lancar selama kegiatan seminar berlangsung, Tanya jawab peserta dengan narasumber terbilang menarik dan cukup puas. Dalam kegiatan tersebut, sekaligus melakukan penandatanganan dan kerja sama MoU antara Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa dengan Borsya Group. Tujuan dari kerja sama ini untuk memperluas dan membina ikatan formal antara pihak akademisi dan praktisi.

Kemudian setelah kuliah umum berakhir, dilanjutkan dengan bicang-bincang santai sore harinya pukul 17.00 Wita di Hotel Kaloka, Sumbawa besar. Dari hasil bincang ini disimpulkan hasil bahwa permasalahan/kesulitan pelaku usaha saat ini tidak bisa bertahan dan berkembang adalah manajemen yang kurang tertata dengan baik, perbaikan kualitas manajemen perlu dilakukan untuk kelancaran bisnis, adanya kolaborasi akademisi dan praktisi akan melahirkan eksistensi bisnis yang lebih baik. Penguatan manajemen di bidang pemasaran, dimana pelaku usaha harus memiliki akses pasar dan jaringan usaha yang luas untuk bisa bertahan dan mengembangkan bisnisnya, sementara penguatan di bidang manajemen sumber daya manusia bahwa pelaku UMKM di tengah pandemi Covid-19 harus membekali diri dengan banyak menambah pengetahuan, keterampilan, dan wawasan dalam memanfaatkan teknologi yang tersedia untuk meningkatkan produktivitas bisnis. Selain itu pelaku usaha harus mampu merencanakan dan mengelola keuangan atau akses modal usaha dengan baik untuk keberlanjutan usaha sedangkan penguatan di bidang manajemen operasional oleh pelaku UMKM dalam masa pandemi Covid-19 adalah harus memiliki ketersediaan bahan baku, mempermudah proses produksi dan distribusi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan yang dilaksanakan tidak hanya praktisi, pihak akademisi maupun mahasiswa telah meresponden dengan baik selama proses kegiatan pengabdian tersebut. Tidak hanya ilmu teoritis yang ditekuni namun secara praktis harus sejalan. Memahami secara mendalam tentang bagaimana kuntungan bisnis saat ini yang tekuni dalam mempertahankan atau mengembangkan bisnis, bagaimana dampak pemanfaatan teknologi bagi pelaku usaha dan bagaimana strategi usaha/program yang dijalankan oleh entrepreneur supaya bangkit ditengah pandemi. Pentingnya penerapan strategi manajemen bisnis dalam memperbaiki manajemen atau tata kelola yang lebih baik dari sebelumnya tentunya harus berlandaskan pada strategi sebagai *ploy* yaitu pelaku usaha harus berkompetitif secara sehat pada lingkungan bisnis, Strategi sebagai *pattern* yaitu menghubungkan aktivitas dan startegi pelaku usaha terhadap situasi pasar sekarang ini harus dapat menyesuaikan, serta strategi sebagai *position* dan *perspective* adalah bahwasanya pelaku usaha dapat menggunakan sumber daya yang ada, baik fisik maupun pengetahuan serta mampu menyesuaikan diri dengan bugaya organisasi. Oleh karena itu, melalui kegiatan pengabdian tersebut diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pelaku usaha melalui pengembangan pelatihan-pelatihan secara kompherensif agar tumbuh

menjadi usaha besar sehingga lebih meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang strategi manajemen bisnis di era pandemi.

UcapanTerima Kasih

Dengan diselenggarakan kegiatan pengabdian ini, tentunya ¹ penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Rektor Universitas Samawa, ² Dekan Fakultas Ekonomi dan Manajemen beserta jajarannya yang telah memfasilitasi dan memb³ikan dukungan terselenggaranya kegiatan ini, kepada owner sekaligus CEO Borsya Group yang telah meluangkan waktu dan bersedia berbagi cerita dan pengalaman kepada akademisi tentang kesuksesan sebagai entrepreneur. Kepada pelaku UMKM atas kesempatan waktunya yang telah menerima kunjungan kami dan telah bersedia untuk diwawancarai serta kepada mahasiswa-mahasiswa yang tergabung di dalam BEM Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa yang telah terlibat langsung pada kegiatan pengabdian ini.

Referensi

- Amalia.(2020). Tugas Matakuliah Prof Dr Apollo (Daito).KOMPASIANA. <https://www.kompasiana.com/lotusbiru2/5e8b560f097f36082c7773a4/asimetri-informasi-covid-19-dan-keberlanjutan-bisnis>.
- Hadi, S., dan Supardi.(2020). Revitalization Strategy for Small and Medium Enterprises after Corona Virus Disease Pandemic (Covid-19) in Yogyakarta.Xi'an Jianzhu Keji Daxue Xuebao/Journal of Xi'an University of Architecture & Technology. April 2020.
- Hadi, S., Tjahjono, H. K., dan Palupi, M. (2020). Study of Organizational Justice in SMEs and Positive Consequences: Systematic Review. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(03), 14.
- Pedersen, C., Lund dan Ritter, T. (2020). *Preparing Your Business for a Post-Pandemic World.Hardvard Business Review*.
- Putri, E. (2018). *Pelatihan Pengembangan Diri Menjadi Wirausaha Mandiri dalam Efisiensi dan Efektifitas Produksi Karak Herbal di Cinderejo Kidul*, Gilingan, Surakarta.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi promosi yang kreatif dan analisis kasus*: Gramedia Pustaka Utama.
- Sandiasa, G., dan Widnyani, I. A. P. S. (2017). *Kebijakan Penguatan Lembaga Pemberdayaan dalam Meningkatkan Partisipasi Pemberdayaan Masyarakat di Perdesaan*. Dalam Locus Majalah Ilmiah Fisip, 8, 64-78.
- Septina.(2020). *7 Strategi Pemasaran Produk UKM saat Krisis Virus Covid-19.Jurnal Blog*. <https://www.jurnal.id/blog/7-strategipemasaran-produk-ukm-saat-krisis-virus-covid-19>.
- Wahyuni, Endang D., dan Wibawani, S. (2020). Pemberdayaan Pengurus Aisyiyah dengan Penguatan Manajemen Bisnis. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, vol 1 no 1, p. 13-17. <http://ejournal.umm.ac.id/index.php/janayu>.
- Zaini Akhmad, (2020). Peranan Perguruan Tinggi Dalam Peningkatan kepedulian Sosial Mahasiswa Melalui Pelatihan Kewirausahaan. *Jurnal Penelitian dan Pendidikan Islam*, Vol. 14 No.2 p.44-54.<http://ejournal.iainutuban.ac.id/index.php/tadris/article/view/100>.

MENINGKATKAN EKSISTENSI ENTERPRENEUR MELALUI STRATEGI MANAJEMEN BISNIS DI ERA PANDEMI

ORIGINALITY REPORT

4%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

eprints.umm.ac.id

Internet Source

<1 %

2

jurnal.unpad.ac.id

Internet Source

<1 %

3

mafiadoc.com

Internet Source

<1 %

4

www.e-journalppmunsa.ac.id

Internet Source

<1 %

5

Liana Dwi Septiningrum. "MANAJEMEN STRATEGI UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN FOOD AND BEVERAGE DI ERA PANDEMI COVID 19", JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)., 2021

Publication

<1 %

6

birohumas.jatimprov.go.id

Internet Source

<1 %

7

ejurnal.stikesprimanusantara.ac.id

Internet Source

<1 %

8

Alvian Alrasid Ajibulloh. "PEMANFAATAN MICROSOFT POWERPOINT SEBAGAI SOLUSI STRATEGI VISUAL DIGITAL MARKETING UNTUK UMKM DI MASA PANDEMI", SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan, 2020

Publication

<1 %

9

www.marketeers.com

Internet Source

<1 %

10

www.simulasikredit.com

Internet Source

<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On