

MENINGKATKAN KAPASITAS USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BINAAN BANK INDONESIA DAN INDONESIA FASHION CHAMBER MAKASSAR: ANALISIS PERTUMBUHAN BISNIS

^{1*}Elia Ardyan, ²Mahesha Al Mubarak, ³Edelshia Salli Padang

¹⁻³)Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ciputra Makassar

^{*})Program Studi Manajemen, Fakultas Manajemen dan Bisnis, Universitas Ciputra Surabaya

elia.ardyan@ciputra.ac.id^{1*}

ABSTRAK

Perguruan tinggi seharusnya juga memberikan kontribusi pada peningkatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di wilayahnya masing-masing. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kapasitas usaha mikro, kecil dan menengah agar mampu berkembang dan berkelanjutan dengan pendekatan analisis bisnis. Metode yang digunakan di dalam pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan yang ditujukan kepada UMKM binaan Bank Indonesia (BI) dan Indonesia Fashion Chamber (IFC). Topik utama pelatihan ini adalah "How to Upscaling Business". Pelatihan dilaksanakan tanggal 8-10 April 2023. Fokus pembahasan di dalam paper ini adalah pelatihan yang dilaksanakan pada tanggal 8 April 2023 dengan tema analisis perkembangan bisnis. Hasil pelatihan ini adalah peserta memahami beberapa tools untuk meningkatkan bisnis mereka. Peserta harus mampu belajar dari perusahaan yang lebih mapan, dan berusaha mengadaptasi strategi perusahaan yang lebih mapan di dalam konteks bisnis mereka. Ada 3 tool yang disimulasikan, antara lain tool di dalam pemasaran, sumber daya manusia, dan kinerja bisnis. Kesimpulan pelatihan di hari pertama adalah bagaimana mereka harus selalu berupaya untuk belajar dan mengembangkan bisnisnya agar bisnisnya memiliki kinerja yang tinggi.

Kata Kunci : *Kapasitas UMKM, Pertumbuhan UMKM, dan Analisis Pertumbuhan Bisnis*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia membutuhkan bantuan baik dari pemerintah maupun perguruan tinggi agar dapat berkembang. Perguruan tinggi dapat memainkan peran penting dalam memberdayakan UMKM di Indonesia. Dengan melakukan penelitian, mendorong kewirausahaan, menyediakan program pelatihan dan pengembangan, memfasilitasi kemitraan, dan mendukung akses pendanaan dan peluang investasi, Perguruan tinggi dapat membantu UMKM tumbuh dan berkembang. Lebih jauh lagi, dengan mendukung UMKM, perguruan tinggi dapat berkontribusi dalam pembangunan ekonomi Indonesia dan menciptakan masyarakat yang lebih sejahtera dan berkeadilan.

Banyak penelitian membahas tentang pemberdayaan UMKM di Indonesia yang dilakukan oleh perguruan tinggi (Al Rasyid et al., 2018; Maksum et al., 2020; Murdiono et al., 2018; Santoso & Olilingo, 2018). Melalui studi, inovasi, dan kewirausahaan, perguruan tinggi dapat melakukan banyak hal untuk membantu pertumbuhan UMKM. Riset dapat menemukan masalah dan peluang yang dihadapi UMKM dan memberikan saran bagaimana mengatasi masalah tersebut. UMKM juga dapat memperoleh manfaat dari penelitian yang dapat dilakukan Perguruan

tinggi tentang teknologi, barang, dan layanan baru. UMKM dan Perguruan tinggi juga dapat bekerja sama dalam proyek penelitian dan pengembangan, yang dapat mengarah pada penciptaan barang dan jasa baru.

Perguruan tinggi dapat membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) menemukan cara untuk mengelola uang dan berinvestasi (Ardyan & Susanti, 2021). Perguruan tinggi dapat membantu UMKM membuat rencana bisnis dan menyampaikan ide mereka kepada investor dengan memberi mereka pelatihan dan dukungan. Selain itu, perguruan tinggi dapat membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) terhubung dengan dana modal ventura dan investor malaikat yang ingin berinvestasi di UMKM.

Perguruan tinggi dapat membantu UMKM tumbuh dan berkembang dengan menawarkan program pelatihan dan pengembangan. Program-program ini dapat diubah agar sesuai dengan kebutuhan UMKM. Mereka dapat membantu dengan hal-hal seperti manajemen, pemasaran, dan teknologi. Selain itu, Perguruan tinggi dapat memberikan akses kepada usaha kecil dan menengah (UMKM) terhadap fasilitas dan peralatan yang mungkin tidak dimiliki oleh UMKM, seperti laboratorium dan peralatan belajar.

Mengidentifikasi peluang pertumbuhan adalah bagian penting dari analisis pertumbuhan bisnis. Ini melibatkan penelitian tren industri, perilaku konsumen, dan teknologi baru untuk mengidentifikasi peluang inovasi dan pertumbuhan. Ini mungkin juga melibatkan penjelajahan pasar baru atau pengembangan produk dan layanan baru untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berubah. Mengembangkan strategi pertumbuhan adalah langkah terakhir dalam analisis pertumbuhan bisnis. Ini melibatkan pembuatan peta jalan untuk mencapai pertumbuhan berkelanjutan dalam jangka panjang. Strategi pertumbuhan mungkin melibatkan investasi dalam penelitian dan pengembangan, memperluas lini produk, memasuki pasar baru, atau meningkatkan efisiensi operasional.

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kapasitas usaha mikro, kecil dan menengah agar mampu berkembang dan berkelanjutan dengan pendekatan analisis bisnis. Pelatihan dilakukan 3 hari, namun fokus paper ini adalah pelatihan yang dilaksanakan di hari pertama.

METODE PENGABDIAN

Mitra adalah sebuah istilah yang merujuk pada hubungan kolaboratif atau kemitraan antara dua entitas yang saling bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama.

Di bidang pendidikan, mitra dapat merujuk pada institusi pendidikan dan non pendidikan yang bekerja sama untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan memberikan pengalaman belajar yang lebih baik untuk siswa. Mitra pendidikan dapat berupa lembaga pendidikan, pemerintah, perusahaan, atau masyarakat lokal. Mitra pengabdian masyarakat ini adalah UMKM binaan Bank Indonesia dan Indonesia Fashion Chamber. Total peserta adalah 33 pemilik UMKM yang mengikuti pameran dan pelatihan (Lihat Lampiran 1).

Pelatihan dilakukan di Hotel Claro, Makassar pada tanggal 8-10 April 2023. Pelaksanaan pelatihan untuk UMKM binaan Bank Indonesia dan Indonesia Fashion Chamber ini dilaksanakan dalam beberapa kegiatan.

Pertama, pihak Indonesia Fashion Chamber memberikan surat permohonan untuk membantu

memberikan workshop dan pelatihan kepada kampus. Di dalam surat tersebut IFC dan Bank Indonesia akan menggelar salah satu Rangkaian pameran Pekan Ekonomi Syariah yang diawali oleh pameran busana muslim yaitu TREND HIJAB X IN2MOTIONFEST SULSEL, di Hotel CLARO Makassar, event ini terbagi dalam dua fokus yaitu Penjualan Produk dan Pelatihan Pengembangan usaha UMKM. Khusus untuk sesi pelatihan kami mengajukan kerjasama dengan Perguruan tinggi Ciputra agar menjadi Narasumber dalam pelatihan tersebut.

Tahap kedua, pihak perguruan tinggi (diwakili oleh ibu Brigitta sebagai PIC Kerjasama) berdiskusi dengan panitia terkait kebutuhan pelatihan. Yang dibahas antara lain: tema utama pelatihan, detail kebutuhan pelatihan, susunan acara.

Ketiga, Ibu Brigitta menyampaikan kepada Pak Elia Ardyan, Pak Erwin, dan Ibu Carolina terkait dengan kebutuhan pelatihan di tanggal 8-10 April. Lalu diputuskan tema besar pengabdian masyarakat adalah "How to Upscaling Business". Dari tema besar tersebut dibagi kedalam 3 bagian utama:

Tabel 1. Rencana Kegiatan Pengabdian

Hari, Tanggal	Tema	Narasumber
Sabtu, 8 April 2023	Analisis Pertumbuhan Bisnis	Dr. Elia Ardyan, SE., MBA
Minggu, 9 April 2023	Business Model Canvas	Erwin, SE., MM
Senin, 10 April 2023	Business Plan	Dr. Carolina Novi Mustikarini, M.Sc.



Gambar 1. Poster Kegiatan

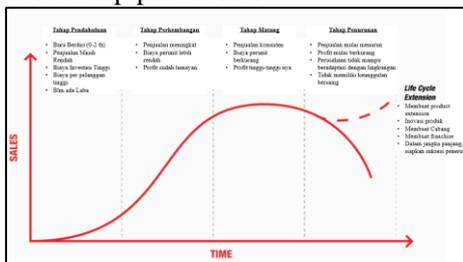
Keempat, pelaksanaan kegiatan. Kegiatan yang dilakukan pada 8-10 April 2023 diharapkan dapat meningkatkan kemampuan pemilik usaha untuk mampu mengembangkan bisnisnya. Yang dibahas di dalam paper ini adalah kegiatan di hari pertama, dengan fokus pembahasan analisis pertumbuhan bisnis. Inti pelatihannya adalah UMKM termotivasi untuk mau mengembangkan bisnisnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Topik pelatihan di tanggal 8 April adalah analisis pertumbuhan bisnis. Bagian pertama yang disampaikan oleh narasumber adalah pendahuluan sebelum melakukan analisis bisnis. Di dalam pendahuluan ini, ada beberapa hal penting yang disampaikan oleh narasumber.

Dr. Elia Ardyan menjelaskan bagaimana UMKM harus belajar dan mengadaptasi strategi yang diterapkan oleh perusahaan besar. Narasumber menjelaskan bagaimana di era tahun 1980 an, UMKM di Amerika selalu kalah apabila bersaing dengan perusahaan besar. Perusahaan besar memiliki budget yang besar untuk promosi dibandingkan dengan UMKM. Namun dalam perjalanannya, UMKM mengadaptasi kreatifitas perusahaan besar dan disesuaikan dengan kondisi UMKM. Muncul konsep Guerilla Marketing (Levinson & Neitlich, 2011).

Dr. Elia Ardyan menjelaskan bahwa pemilik bisnis juga harus paham tentang “daur hidup bisnis.” Bisnis itu seperti manusia. Bisnis itu dilahirkan, berkembang, menua, dan mati. Fokus yang dibahas adalah bagaimana perusahaan berupaya supaya bisnisnya tetap berkelanjutan dan berkembang dan membuat strategi saat memasuki tahap penurunan.



Gambar 2. Daur Hidup Bisnis

Bagian ketiga di pendahuluan, Dr. Elia Ardyan, SE., MBA menjelaskan pentingnya seorang pemilik usaha memiliki growth mindset. Pendekatan growthmindset diadopsi dari Dweck (2007). Growth mindset adalah perspektif tentang pembelajaran dan pengembangan pribadi yang menekankan gagasan bahwa kemampuan

dan keterampilan dapat dikembangkan dan ditingkatkan seiring waktu melalui dedikasi dan kerja keras. Ini kebalikan dari mindset tetap, yang melihat kecerdasan dan bakat sebagai sifat tetap yang tidak dapat diubah. Sebaliknya, mindset berkembang ditandai dengan keyakinan pada kekuatan usaha, ketekunan, dan belajar dari kesalahan. Pemilik bisnis yang ingin bisnisnya berkembang, maka harus mau selalu belajar, tekun, dan berupaya keras untuk mengembangkan bisnisnya.

Ketiga hal diatas menjadi bagian penting agar pemilik bisnis mampu mengembangkan bisnisnya dan bisnisnya akan bertahan.



Gambar 1. Pembukaan Kegiatan Pelatihan

Bagian kedua, narasumber menjelaskan beberapa tool penting di dalam mengembangkan bisnisnya, yaitu marketing tools, human capital tools, dan business performance tools.

Di dalam marketing tools, ada dua hal penting, yaitu: Bagaimana cara memahami pelanggan dan bagaimana cara menganalisis pesaing. Untuk memahami pelanggan, peserta diminta untuk mensimulasikan dengan cara mendefinisikan siapa pelanggan bagi mereka. Narasumber memberikan form yang harus diisi oleh peserta pelatihan dan didiskusikan untuk mendapatkan masukan. Untuk menganalisis pesaing, Narasumber memberikan tools dengan menggunakan competitive battle-card. Pemahaman yang baik tentang pelanggan dan pesaing kita, akan berdampak pada kinerja, perkembangan dan keberlanjutan bisnis.

Di dalam human resources tools, ada dua hal penting: yaitu membangun nilai budaya organisasi di dalam diri karyawan dan pengembangan kompetensi karyawan. Nilai budaya yang harus dikembangkan pada akhirnya harus berfokus pada kepuasan pelanggan kita. UMKM juga harus memperhatikan pengembangan kompetensi setiap karyawannya.

Nilai budaya organisasi dan pengembangan kompetensi diharapkan akan mampu mendorong kinerja setiap karyawan. Prinsip yang harus dikembangkan pada UMKM adalah apa yang kita lakukan pada karyawan seharusnya sama dengan apa yang kita lakukan pada karyawan kita. Apabila kita jadikan pelanggan kita sebagai raja, maka kita juga harus jadikan karyawan kita sebagai raja. Karyawan yang memiliki kinerja yang baik akan mampu memuaskan pelanggan kita dan akan berdampak pada perkembangan bisnis.

Di dalam Business performance tools, narasumber menjelaskan pentingnya membuat kinerja yang seobyektif mungkin. UMKM bisa menggunakan berbagai pendekatan. Narasumber mencoba menjelaskan salah satu alat yang bisa digunakan untuk mengukur kinerja bisnis, yaitu dengan menggunakan Balance Scorecard.



Gambar 3. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan kepada UMKM Binaan Bank Indonesia dan Indonesia Fashion Chamber di hari pertama, memberikan dampak kepada UMKM bahwa mereka harus mampu mengembangkan bisnis mereka dengan cara menganalisis bisnis mereka. Para peserta sangat antusias untuk belajar dan mengisi form yang

dijadikan simulasi pengembangan bisnis mereka masing masing. Mereka juga termotivasi untuk mengikuti kegiatan di hari kedua dan ketiga. Hari kedua mereka akan belajar bagaimana memetakan bisnis mereka dengan menggunakan Business Model Canvas. Pada hari ketiga, mereka akan belajar bagaimana merencanakan pengembangan bisnis dengan menggunakan Business Plan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Rasyid, H., Firmansyah, Susanti, & Nugraha, P. P. (2018). Penerapan Strategi Penjualan Online Bagi Pelaku UMKM di Masa Pandemi COVID-19 pada Komunitas UMKM Pusat Kuliner Pasar Lama kota Tangerang. Universitas Bina Sarana Informatika. Tangerang.
- Ardyan, E., & Susanti, A. (2021). Pelatihan strategi pemasaran dan pengelolaan keuangan pemilik UMKM Rotan desa Trangsan Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal ABDIDAS*, 2(2), 375-382.
- Dweck, C. S. (2007). *Mindset: The New Psychology of Success*. New York: Random House.
- Levinson, J. C., & Neitlich, A. (2011). *Guerrilla Marketing Job Escape Plan: The Ten Battles You Must Fight to Start Your Own Business, and How to Win Them Decisively*. UK: Morgan James Publishing.
- Maksum, I. R., Rahayu, A. Y. S., & Kusumawardhani, D. (2020). A social enterprise approach to empowering micro, small and medium enterprises (SMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3), 1-17. doi:10.3390/joitmc6030050
- Murdiono, A., Hadi Wira Prabowo, S., Shabrina, A., Tarianie, R., & dewi, Y. (2018). Empowerment of Small Medium Enterprises (SMEs) through Participation of Business World in Order to Support Regional Development Financing in East Java. Paper presented at the Proceedings of the 2nd International Research Conference on Economics and Business (IRCEB 2018).