

Implementasi *Soft Skill Entrepreneurship* Desa Sadu Soreang Kabupaten Bandung Pada UMKM RIZ Batik Berbasis *Marketing*

Asep Mulyana¹, Wawan Asad Sutrisna², Fotuho Waruwu³, Vini Rizqi⁴, Toto Heryanto⁵,
Maman Suherman⁶

^{1,2,3,4} Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung

^{5,6} Fakultas Ekonomi Universitas Nurtanio Bandung

Email: asepdiumulyana@gmail.com¹, wawanasad8@gmail.com²,
fotuhwaruwu@yahoo.co.id³, viniriski73@gmail.com⁴, toto.heryanto617@gmail.com⁵,
mamanvilar@gmail.com⁶

Abstrak

Saat ini kewirausahaan terus mengalami perubahan sesuai dengan kemajuan zaman di bidang teknologi, sehingga menjadi pengusaha tidak hanya perlu menguasai kemampuan *hard skill* saja namun seorang wirausaha juga harus menguasai *soft skill entrepreneurship* agar dapat memahami dan mempraktekan ilmu kewirausahaan dalam menjalankan dan mempertahankan bisnis. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu UMKM Riz Batik di Desa Sadu Soreang Kabupaten Bandung agar mampu meningkatkan *soft skill entrepreneurship* dalam pemasaran produk, baik secara langsung maupun tidak langsung. Melalui pengabdian ini diharapkan pemilik usaha Riz Batik dapat lebih menggali potensi dalam pemasaran baik secara langsung maupun tidak langsung terutama pemasaran di media sosial manapun agar tidak terpaku pada salah satu media sosial saja.

Kata Kunci: *Soft Skill, Entrepreneurship*

Abstract

Currently, entrepreneurship continues to change according to advances in technology, so that to become an entrepreneur you not only need to master hard skill, but an entrepreneur must also master entrepreneurship soft skill so that you can understand and practice entrepreneurship knowledge in running and maintaining a business. This service activity aims to help Riz Batik MSMEs in Sadu Soreang Village, Bandung Regency to be able to improve entrepreneurship soft skill in product marketing, both directly and indirectly. Through this service, it is hoped that Riz Batik business owners can further explore their potential in marketing, both directly and indirectly, especially marketing on any social media so that they are not fixated on just one social media.

Keywords: *Soft Skill, Entrepreneurship*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang sangat kaya akan sumber daya alam yang melimpah, dengan sumber daya manusia yang cukup kompetitif di dunia kerja. Tetapi masih sangat minim dalam berwirausaha. Hanya sedikit dari penduduknya yang bercita-cita untuk menjadi seorang pengusaha. Widodo dalam (Maisaroh, 2019) mendefinisikan wirausaha sebagai suatu kemampuan (ability) dalam berpikir kreatif dan berperilaku inovatif yang dijadikan dasar, sumber daya, penggerak tujuan, siasat kiat dan proses dalam menghadapi tantangan hidup. Maka dari itu seorang wirausaha harus memiliki karakter yang kreatif, inovatif dalam mengelola sumber daya dan peluang yang dimiliki.

Pola dan *trend* kewirausahaan terus mengalami perubahan sesuai dengan kemajuan zaman di bidang teknologi sehingga menjadi pengusaha tidak hanya harus bisa menguasai ilmu kewirausahaan dari segi *hardskill* saja, namun seorang wirausaha juga harus menguasai *soft skill* khususnya *interpersonal skill* memiliki peranan yang sangat penting terhadap kesuksesan seseorang daripada *hardskill* yang melekat pada dirinya. (Arifin, 2013)

Menurut Diandra (2019) menjelaskan tentang kemampuan *soft skill* dalam berwirausaha yang menjelaskan bahwa pelaku usaha harus memahami dan mempraktekan ilmu kewirausahaan dalam berbisnis dengan segala kemampuan dan persiapan mental. Kondisi persaingan usaha yang semakin ketat ditambah lagi dengan kemajuan teknologi akhirnya

memaksa mereka untuk menjadi lebih kompetitif dengan menguasai segala kemampuan dalam berwirausaha.

Dengan berwirausaha akan memunculkan para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang perlu memiliki keterampilan yang kuat dalam bidang *entrepreneurship* atau kewirausahaan. Keberhasilan UMKM dalam menghadapi persaingan yang ketat di pasar ditentukan oleh sejauh mana para pengusaha mampu mengimplementasikan *soft skill entrepreneurship*, khususnya dalam pemasaran.

Definisi pemasaran menurut Kotler & Armstrong dalam (Boer dkk., 2019) adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang dibutuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. Jadi dapat dikatakan bahwa orientasi manajemen pemasaran adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan penilaian dari pasar yang menjadi sasaran dan menyesuaikan kegiatan organisasi sedemikian rupa agar dapat memberikan kepuasan secara lebih berdaya guna dan berhasil guna". Pemasaran menjadi kunci dalam kesuksesan UMKM untuk mencapai tujuan bisnis pengusaha. Dalam konteks ini, *soft skill entrepreneurship* perlu diterapkan dalam strategi pemasaran UMKM berbasis *marketing*. *Soft skill entrepreneurship* mencakup berbagai keterampilan dan sikap yang berperan dalam mengembangkan dan menjalankan bisnis secara efektif.

Keberhasilan UMKM dalam pemasaran bergantung pada kemampuan mereka untuk mengenali peluang pasar dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat. Kemampuan ini mencakup kemampuan analisis pasar, identifikasi target pasar, dan pemahaman terhadap kebutuhan dan preferensi pelanggan. Dengan memiliki *soft skill entrepreneurship* yang kuat, UMKM dapat mengidentifikasi peluang-peluang baru dan mengadopsi strategi yang inovatif dalam memasarkan produk atau jasa mereka.

Soft skill entrepreneurship juga berperan dalam pengembangan merek dan citra bisnis UMKM. Membangun merek yang kuat dan mengkomunikasikan nilai-nilai bisnis kepada konsumen memerlukan keterampilan dalam branding, desain grafis, dan komunikasi efektif. UMKM yang mampu mengimplementasikan *soft skill entrepreneurship* dalam hal ini akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih besar di pasar.

Selain itu, *soft skill entrepreneurship* juga berhubungan dengan keterampilan komunikasi dan negosiasi yang baik. Kemampuan untuk menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, mitra bisnis, dan pihak terkait lainnya sangat penting dalam membangun jaringan dan menjalankan bisnis secara efektif. UMKM yang mampu mengimplementasikan *soft skill entrepreneurship* dalam komunikasi dan negosiasi akan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi orang lain, menciptakan kesepakatan yang saling menguntungkan, dan membangun hubungan yang langgeng.

Terakhir, *soft skill entrepreneurship* juga melibatkan kemampuan dalam mengelola risiko dan beradaptasi dengan perubahan pasar yang cepat. UMKM yang mampu mengimplementasikan *soft skill entrepreneurship* ini akan memiliki kemampuan untuk mengantisipasi risiko yang mungkin terjadi, mengambil keputusan yang tepat dalam situasi yang tidak pasti, dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis.

Banyaknya para wirausaha yang menciptakan inovasi baru untuk mengembangkan bisnisnya agar mampu bersaing dengan dunia pasar. Selain itu dibantu dengan adanya teknologi digital yang canggih, para pengusaha harus cekatan dalam menyesuaikan diri untuk mengikuti perubahan. Sehingga *soft skill entrepreneurship* sangat penting bagi para wirausaha, seperti yang dilakukan oleh UMKM Riz Batik selain memiliki *gallery* untuk orang berbelanja langsung Riz Batik juga memiliki toko online yang dapat diakses oleh mancanegara.

Dalam memasarkan tas batik ini pemilik usaha sudah berupaya untuk mempromosikan produknya ke media sosial. Menurut informasi yang didapat pada saat melakukan *company visit*, pemilik usaha saat ini mengalami kesulitan dalam memasarkan produk di media sosial

sehingga tidak ada perubahan yang signifikan dalam penjualan produk. Kegiatan penelitian ini bertujuan untuk membantu UMKM Riz Batik di Desa Sadu Soreang Kabupaten Bandung agar mampu meningkatkan *soft skill entrepreneurship* dalam pemasaran produk, baik secara langsung maupun tidak langsung agar dapat mempertahankan bisnisnya di tengah gempuran para pesaing dan canggihnya teknologi saat ini. sehingga para pelaku usaha harus bisa beradaptasi dengan baik dan mengikuti perubahan jaman.

SOLUSI DAN TARGET

Memberikan edukasi dan pelatihan bagaimana tatacara melakukan pemasaran dengan menggunakan strategi marketing yang dapat meningkatkan penjualan di UMKM Riz Batik Yaitu Dengan *Soft Skill Entepreunership Pada Umkm Riz Batik Berbasis Marketing di Desa Sadu Soreang Kabupaten*.

METODE PELAKSANAAN PKM

Metode PKM yang digunakan dalam kegiatan ini adalah dimana membuat gambaran umum mengenai situasi dan kejadian yang sedang berlangsung dan melakukan *company visit* serta edukasi pelatihan *marketing* ke UMKM Riz Batik yang berada di Desa Sadu Soreang Kabupaten Bandung.

PEMBAHASAN DAN HASIL



Soft skill adalah kemampuan yang dimiliki oleh individu secara alami yang mencakup kecerdasan, baik emosional maupun sosial, komunikasi atau berinteraksi dengan individu lain, dan semacamnya. Dalam hal ini, *soft skill* adalah karakter bawaan individu.

Soft skill bisa saja dipelajari, akan tetapi tidak dengan cara belajar formal layaknya di bangku sekolah atau perkuliahan. Hal itu dapat dipelajari dengan lebih banyak melakukan komunikasi atau berinteraksi dengan individu lain, serta dengan melatih kepekaan sosial. Dengan begitu, individu itu dapat menerapkannya pada perilaku yang nantinya akan berpengaruh pada kemampuan *soft skill*.

Seiring berkembangnya zaman, di samping individu memiliki kemampuan *hard skill*, ia juga dituntut untuk harus memiliki *soft skill*. Hal itu karena dalam suatu organisasi dan lingkungan sosial lainnya, banyak dijumpai kasus kekerasan yang disebabkan ketidakmampuan individu dalam mengendalikan emosi, pikiran, tindakan, juga tuntutan organisasi atau lingkungan sosial yang semakin pelik.

Maka dari itu, kemampuan *soft skill* dinilai sangat penting karena bisa dikatakan seorang individu itu akan terlihat lebih menonjol dan kompeten dibandingkan dengan individu lain.

Adapun kemampuan *soft skill* mencakup pada hal-hal sebagai berikut.

1. Kecerdasan Emosi (*Emotional Intelligence*)
2. Kepemimpinan (*Leadership*)
3. Komunikasi (*Communication*)
4. Berpikir Kritis (*Critical Thinking*)
5. Penyelesaian Masalah (*Problem Solving*)
6. Menyelesaikan Konflik (*Conflict Resolution*)
7. Manajemen Waktu (*Time Management*)
8. Keterampilan Manajemen (*Management Skill*)
9. Keterampilan Berbisnis (*Business Skill*)
10. Negosiasi (*Negotiation*)
11. Kerja Sama (*Teamwork*)
12. Bekerja di Bawah Tekanan (*Working under Pressure*)
13. Mengatasi Individu yang Sulit (*Handling Difficult People*)

Sebenarnya, kemampuan *soft skill* tidak hanya mencakup poin-poin di atas saja, masih banyak aspek-aspek yang mencakup di dalamnya.

Elfindri, dkk *soft skill*. mengungkapkan sebagai bentuk keterampilan hidup dalam bermasyarakat, baik itu untuk individu itu sendiri, berkelompok, maupun dengan Sang Pencipta. Dalam hal ini, keterampilan yang dimaksud ialah komunikasi atau interaksi, berbahasa, menata emosional, berkelompok, mempunyai moral dan etika, sikap sopan dan santun, serta keterampilan dalam aspek spiritual.

Yuliani mengatakan *soft skill* sebagai bentuk kompetensi perilaku sehingga dikenal pula sebagai keterampilan interpersonal yang meliputi keterampilan komunikasi atau interaksi, negosiasi dan putusan konflik, pemecahan masalah kreatif, pandangan strategis, efektivitas pribadi, membangun tim, keterampilan memengaruhi dan keterampilan ide atau gagasan.

Aprinto mengemukakan *soft skill* adalah kepandaian sosial dalam berinteraksi dengan individu lainnya. Kemampuan ini dikembangkan, baik segi nilai maupun prinsip, yang implementasinya berupa keterampilan khusus atau tertentu. Kemampuan itu, diantaranya bernegosiasi, mengomunikasikan suatu hal, melayani individu lain, pemecahan masalah, menjual, dan semacamnya.

Putra berpendapat bahwa *soft skill* merupakan kemampuan dalam melaksanakan komunikasi atau interaksi sosial dan pendidikan kepribadian. Hal-hal tersebut didapatkan dari bermacam keterampilan khusus yang bisa membantu dalam meraih kesuksesan.

Manfaat dari *Soft Skill*

Dengan memiliki *soft skill* dapat memberikan berbagai manfaat untuk dirinya sendiri dan juga orang lain. Berikut beberapa manfaat menarik dari kemampuan ini.

Manfaat pertama yang didapatkan seseorang dengan memiliki kemampuan ini adalah, mendukung dan mendorong profesionalisme yang ada dalam diri seseorang ketika mengerjakan sesuatu baik tugas yang diberikan hingga usaha yang sedang dijalankan. Dengan memiliki sikap profesionalisme ini dapat memberikan nilai tambah serta kesan positif bagi orang yang melihat.

Manfaat kedua yang didapatkan seseorang dengan memiliki kemampuan ini adalah, mampu menambah nilai penciptaan jasa yang ada dalam diri seseorang, sehingga orang tersebut memiliki nilai tambah yang membuatnya menonjol dari orang yang ada di sekitarnya dalam cara yang positif.

Manfaat ketiga yang didapatkan seseorang dengan memiliki kemampuan ini adalah, mampu membantu dalam meningkatkan nilai ekonomis dalam menciptakan suatu barang atau melakukan suatu barang. Hal ini dikarenakan dengan memiliki kemampuan ini, kamu dapat menciptakan suatu barang yang mungkin saja memiliki nilai jual yang tinggi serta mampu mengerjakan tugas secara efektif dan juga efisien.

Manfaat keempat yang didapatkan seseorang dengan memiliki kemampuan ini adalah, secara tidak langsung dengan memiliki kemampuan ini memiliki kemungkinan untuk kamu meningkatkan atau menambah pendapatan. Karena memiliki berbagai kemampuan dan keterampilan, kamu dapat memanfaatkannya untuk berbagai hal lain yang dapat menguntungkan secara ekonomis.

Manfaat kelima yang didapatkan seseorang dengan memiliki kemampuan ini adalah, mampu mendukung usaha seseorang walaupun hanya dalam ruang lingkup pribadi. Karena memiliki keterampilan lain, segala pekerjaan yang kamu lakukan akan lebih efisien dan tidak memerlukan banyak tenaga kerja.

Pentingnya *Soft Skill*

Alasan mengapa penting bagi setiap orang untuk memiliki *soft skill* dalam kehidupannya sehari-hari.

Alasan yang pertama adalah *hard skill* kurang efektif tanpa adanya *soft skill*. Hal ini dikarenakan dalam setiap pekerjaan, seringkali kemampuan teknis saja tidak cukup dan agar pesan yang ingin disampaikan dengan efektif harus dibarengi dengan berbagai kemampuan lain.

Seperti contohnya seorang *salesman* yang memiliki pengetahuan akan produk serta pasar yang baik, jika dia tidak dapat mengkomunikasikan produk tersebut kepada konsumen maka kemungkinannya berhasil akan berkurang. Contoh lainnya adalah seorang manajer bisnis, dimana selain harus dapat mengerjakan tanggung jawabnya dengan baik, dia harus dapat mendengarkan karyawannya dengan baik, memiliki kemampuan komunikasi, serta berpikir kreatif serta kritis dalam segala situasi.

Alasan yang kedua adalah *soft skill* yang lebih sulit untuk dikuasai dibandingkan dengan *hard skill* yang mudah untuk dipelajari serta disempurnakan seiring berjalannya waktu. Hal ini dikarenakan *soft skill* seringkali tidak memiliki kaitan dengan pengetahuan atau keahlian yang dimiliki oleh seseorang, tapi lebih ke karakter orang tersebut.

Alasan yang ketiga adalah saat ini banyak tempat kerja yang lebih mengedepankan keterampilan interpersonal, seperti mampu mendengarkan dengan baik, bekerja sama dengan

anggota, mempresentasikan diri dan ide yang dimiliki dengan baik, serta mampu berkomunikasi dengan baik dengan anggota kerja yang lain.

Alasan yang keempat adalah *soft skill* dapat digunakan untuk menangani konsumen. Dalam dunia bisnis, seringkali ketika seseorang ingin membeli sesuatu dapat dengan mudah mencarinya melalui internet dengan pilihan dan harga yang beragam, oleh sebab itu layanan yang diberikanlah yang sering menjadi faktor penentu dari konsumen menentukan pilihannya.

Pengertian *Entrepreneur* Secara Umum

Pengertian *entrepreneur* secara umum, dapat diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam berfikir kreatif, imajinatif. Dari hasil kreativitas dan pemikiran imajinatifnya akan melahirkan ide bisnis dan membangun sebuah usaha.

Dimana usaha yang dibangun itulah yang akan memberikan dampak kepada masyarakat di sekitarnya, membuka lapangan kerja dan intinya memberikan manfaat bagi orang lain. Dengan kata lain, *entrepreneur* adalah jiwa yang inovatif yang mampu mengelola apa yang terjadi di kanan kirinya menjadi sesuatu yang lebih bernilai. Dalam dunia wirausaha, seorang *entrepreneur* sebagai seseorang yang melakukan aktivitas wirausaha.

Pengertian *Entrepreneur* Menurut Ahli

Jika sebelumnya kita sudah tahu pengertian *entrepreneur* secara umum, maka kali ini kita akan mengintip pengertian *entrepreneur* menurut para ahli, tentu memiliki perspektif yang beragam.

1. Zimmerer

Entrepreneur menurut Zimmerer adalah seseorang yang berani menghadapi ketidakpastian dan risiko terhadap bisnis yang sedang dijalankan. Semakin besar risiko, maka saat risiko berhasil ditaklukan semakin tinggi laba. Berlaku sebaliknya.

Zimmerer menyebutkan bahwa tujuan dari risiko dan ketidakpastian sebagai upaya identifikasi peluang melalui kombinasi sumber daya untuk mendapatkan manfaat.

2. Winardi

Menurut Prof. Dr. J. Winardi, SE *entrepreneur* tidak sekedar memiliki jiwa kreatif dan imajinatif. Tetapi juga memiliki karakteristik yang meliputi sebagai berikut.

1. Lokus Pengendalian

Para *entrepreneur* memiliki keyakinan bahwa merekalah yang akan menentukan nasib mereka sendiri, maka mereka menggerakkan dirinya sendiri, tentu saja dengan caranya sendiri-sendiri.

2. Tingkat Energi Tinggi

Seorang *entrepreneur* memiliki rasa percaya diri yang tinggi disertai dengan kerja keras dan ekstra demi keberhasilan.

3. Memiliki Motivasi Berprestasi

Karakteristik seorang *entrepreneur* adalah memiliki kebutuhan tinggi akan prestasi. Bentuk prestasi yang dimaksud tidak melulu prestasi akademik, tetapi lebih ke pencapaian pada tujuan yang menantang.

4. Berani Terhadap Risiko

Seorang *entrepreneur* memiliki mentalitas baja. Mereka tidak takut dengan risiko besar. Meskipun demikian, mereka juga tetap bisa mentolerir ketidakpastian yang tinggi.

5. Berorientasi Pada *Action*

Ciri yang terakhir, seorang *entrepreneur* sangat menghargai waktu dan tidak rela

menghamburkan waktu berharga mereka. Maka tidak heran jika mereka bekerja cepat dan tidak ada kata santai.

3. Rhenald Kasali

Analogi yang menarik tentang *entrepreneur* dari Rhenald Kasali. Seorang *Entrepreneur* yang baik itu seperti bola tenis, bukan seperti telur. Telur memang lebih keras dibandingkan bola tenis. Namun saat terjadi masalah dalam bisnisnya, telur saat jatuh akan pecah.

Sementara bola tenis saat jatuh akan memantul. Ia pun juga menyampaikan bahwa seorang *entrepreneur* harus terus belajar, untuk bekal mengembangkan usaha bisnis mereka. Seorang *entrepreneur* yang baik, mereka selalu bisa melihat peluang. Itulah beberapa pengertian tentang *entrepreneur*.

Pengertian *Entrepreneurship*

Secara singkat, *entrepreneurship* adalah proses seseorang untuk menerapkan kreativitas dan inovasi agar melahirkan sesuatu yang baru, serta menciptakan sebuah perubahan. Adanya perubahan dan inovasi inilah yang memiliki nilai tambah.

Barangkali ada diantara kalian yang masih bingung antara *entrepreneurship* dan *entrepreneur*? Jadi *entrepreneurship* fokus pada proses dan bentuk kegiatannya. Sementara *Entrepreneur* fokus pada orangnya, atau pelakunya atau individunya.

Perbedaan Antara *Entrepreneur* Dan *Entrepreneurship*

Cara Menjadi *Entrepreneur*

Sudah membahas tentang pengertian *entrepreneur*, maka sekarang waktunya kita akan ulas cara menjadi *entrepreneur*. Terutama buat kamu yang memiliki mimpi jadi seorang pengusaha nih. Tenang, caranya mudah kok, yang susah itu kemauan dan aksi dari dalam diri masing-masing. Langsung saja kita simak sebagai berikut.

1. Jangan Bicara Bahagia-Bahagia Di Awal Menjalankan Usaha

Cara menjadi *entrepreneur* yang paling utama, terutama buat para pemula nih, jangan bicara yang enak-enak dulu. Padahal, saat menjalankan usaha kita justru harus rela mengeluarkan uang untuk modal usaha. Jadi, jalani saja dulu, biarkan kebahagiaan menyusul.

2. Menjalankan Bisnis Dengan Senang

Jika melihat penjelasan di pengertian *entrepreneur* di atas, mereka adalah orang yang inovatif dan imajinatif. Nah, salah satu langkah memiliki kemampuan imajinatif dan inovatif adalah dengan perasaan bahagia. Perasaan bahagia mampu mendorong kita untuk berpikir eksploratif, kreatif dan unik.

3. Tidak Harus Punya Modal

Memang menjalankan bisnis, umumnya mengeluarkan modal untuk usaha. Ternyata buat kamu kamu yang tidak punya modal, tetap bisa menjalankan bisnis kok. Misalnya bekerja sama atau berpartner dengan *platform* yang sesuai dengan passion kamu.

4. Konsisten Menjalankan Bisnis

Cara menjadi *entrepreneur* yang tidak kalah penting adalah konsistensi. Sebenarnya konsistensi ini tidak hanya berlaku untuk menjalankan bisnis saja. Dalam hal apapun, segala sesuatu yang dijalankan atas dasar keajekan akan membuahkan hasil.

5. Berpikiran *Long Term* Tidak Boleh *Short Term*

Penting juga nih buat kamu yang ngaku ingin jadi seorang *entrepreneur* handal, pastikan untuk berpikiran *long term*, jangan berpikiran jangka pendek. Gimana usaha akan langgeng jika di konsep dalam waktu jangka pendek. Maka dari itu, penting banget membuat konsep jangka panjang agar uptodate.

6. Bisnis Tidak Boleh Statik

Dalam menjalankan sebuah bisnis itu juga harus up to date agar tidak ketinggalan jaman. Jangan menjalankan usaha dengan cara dan pandangan yang begitu-begitu saja. Jika bisnis ingin langgeng, ya harus terus belajar dan selalu mengembangkan usaha agar tetap diterima oleh masyarakat.

7. Jangan Mengejar Uang

Pastikan saat kita ingin menjadi seorang *entrepreneur*, harus memiliki niat yang jelas. Ternyata menjalankan bisnis berorientasi pada uang tidak selalu benar. Terutama bagi para pemula. Cara menjadi *entrepreneur* bagi pemula jangan fokus pada uang, tetapi fokus pada membangun Nama Baik, Keahlian, Kepercayaan, Jaringan, Harga Diri Dan Kualitas. Apabila semuanya sudah dijalankan, maka uang akan mengikuti. Bukan justru sebaliknya.

Pengertian UMKM

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya, UMKM adalah arti usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi.

Perkembangan UMKM di Indonesia terus meningkat dari segi kualitasnya, hal ini dikarenakan dukungan kuat dari pemerintah dalam pengembangan yang dilakukan kepada para pegiat usaha UMKM, yang mana hal tersebut sangat penting dalam mengantisipasi kondisi perekonomian ke depan serta menjaga dan memperkuat struktur perekonomian nasional. Dengan adanya revolusi digital 4.0, membuat banyak perubahan kepada UMKM dimana adanya pergeseran gaya belanja konsumen dari offline ke online. Oleh sebab itu, sangat penting bagi calon UMKM atau wirausaha skala UMKM memiliki wawasan yang cukup. Pelajari hal tersebut melalui buku UMKM 4.0 dibawah ini.

Kriteria UMKM

Ada beberapa kriteria-kriteria tertentu supaya sebuah usaha dapat dikatakan sebagai UMKM, berikut ini adalah penjelasannya:

1. Usaha Mikro

Sebuah usaha bisa dikatakan sebagai UMKM bila memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp. 300.000.000, dan memiliki aset atau kekayaan bersih minimal sebanyak Rp. 50.000.000. Kriteria dalam UMKM adalah sebuah usaha yang dimiliki oleh suatu lembaga atau badan usaha, atau perseorangan.

2. Usaha Kecil

Usaha kecil adalah usaha yang memiliki pendapatan atau keuntungan dengan jumlah yang lebih kecil. Hasil keuntungan dari penjualan yang masuk kategori usaha kecil ini berkisar dari angka Rp. 300.000.000 sampai dengan Rp. 2.500.000.000.

3. Usaha Menengah

Usaha menengah adalah usaha yang dijalankan oleh seseorang, lembaga, atau kelompok yang berpatokan dengan peraturan UU. Untuk dapat disebut sebagai usaha menengah, terdapat dua ciri-ciri. Pertama, usaha menengah memiliki keuntungan dari usahanya sebesar Rp. 2.500.000.000 sampai dengan Rp. 50.000.000.000 dalam satu tahun. Sementara kekayaan bersih yang dimiliki oleh usaha menengah adalah sebesar Rp. 500.000.000 dalam satu tahun.

Undang-undang yang Mengatur UMKM

Secara lebih jelas, pengertian UMKM diatur dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM, disebutkan bahwa pengertian UMKM didefinisikan sesuai dengan jenis usahanya, yaitu:

Usaha Mikro

Usaha Mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU tersebut.

Usaha Kecil

Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut.

Usaha Menengah

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam UU tersebut.

Usaha Besar

Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

Dalam Undang-Undang ini juga mengatur beragam aspek terkait UMKM, seperti asas dan tujuan serta prinsip dan pemberdayaannya. Asas dan tujuannya yaitu bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berasaskan:

1. Kekeluargaan
2. Kemandirian
3. Demokrasi ekonomi
4. Kebersamaan

5. Berkelanjutan
6. Berwawasan lingkungan
7. Keseimbangan kemajuan
8. Efisiensi berkeadilan
9. Kesatuan ekonomi nasional.

Di Indonesia prinsip pemberdayaan dan tujuan pemberdayaan UMKM juga diatur sebagai berikut:

1. Penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan UMKM untuk berkarya dengan prakarsa sendiri
2. Pengembangan usaha yang berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar
3. Perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel dan berkeadilan
4. Peningkatan daya saing UMKM
5. Penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, pengendalian secara terpadu

Kelima hal tersebut dijadikan sebagai prinsip dalam pengembangan dan pemberdayaan UMKM yang dilakukan sebagai tujuan untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Hal lain juga untuk mengembangkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang Tangguh dan mandiri, serta meningkatkan peran Usaha Mikro, Kecil, Menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

Pembahasan lebih lanjut mengenai sistem yang mengatur operasional perusahaan UMKM juga dapat Grameds temukan melalui buku SOP dan KPI untuk UMKM & Startup dibawah ini.

Peran UMKM dalam Perekonomian di Indonesia

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sebagai salah satu sektor ekonomi terbesar yang ada di Indonesia tentu memiliki peran yang besar dan penting dalam sektor perekonomian di Indonesia.

UMKM dapat dikatakan berperan sebagai penyedia sarana pemerataan tingkat ekonomi rakyat kecil, hal ini dikarenakan UMKM berada di berbagai tempat yang juga menjangkau berbagai daerah yang bisa membantu meningkatkan kualitas ekonomi masyarakat desa. Dengan banyaknya aspek penting yang terkait UMKM di Indonesia, sangat penting untuk memiliki pemahaman lebih lanjut mengenai hal tersebut. Kemudian UMKM juga secara tidak langsung berperan dalam mengatasi masalah kemiskinan yang belum hilang dari Indonesia. Merupakan hal yang tidak mudah bagi Indonesia sebagai negara berkembang untuk meningkatkan kualitas pembangunan sektor ekonomi. Oleh karena itu, UMKM menjadi salah satu jawaban dalam mengentas kemiskinan karena dapat menyerap tenaga kerja yang cukup tinggi.

Selain itu, UMKM juga berperan dalam perluasan kesempatan kerja. Seiring dengan terus meningkatnya angka penduduk di Indonesia, UMKM menjadi salah satu solusi dalam meningkatkan kualitas individu. Selain dapat menyerap tenaga kerja, UMKM bisa menjadi pendorong bagi masyarakat lain untuk ikut bersaing sehingga menciptakan usaha dan peluang baru bagi masyarakat lain.

UMKM yang ada di Indonesia beragam dan memiliki khasnya masing-masing. Berikut ini adalah beberapa contoh bidang dalam UMKM:

1. UMKM Bidang Kuliner

Usaha di bidang kuliner memang tidak ada habisnya, kita bisa berkreasi dengan berbagai macam ide untuk mengembangkan bisnis tersebut. Begitu pula dengan UMKM, banyak sekali jenis UMKM dalam bidang kuliner.

Meskipun sedang dilanda pandemik, tetapi para wirausaha tidak kehabisan akal. Makanan-makanan yang biasa dijual di pinggir jalan kini bisa dialihkan menjadi makanan berupa frozen food atau makanan kering.

Contohnya seperti seblak, mie ayam, sampai lauk-lauk khas nusantara. Kini makanan-makanan itu bisa kita nikmati tanpa harus keluar rumah di tengah situasi pandemik seperti ini.

2. UMKM Bidang Kecantikan

Kosmetik adalah salah satu yang sangat diperlukan, tidak hanya berkaitan dengan make up. Namun juga skincare yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Saat ini, banyak muncul jenis-jenis kosmetik yang merupakan UMKM.

Produk yang dijual pun sangat bervariasi dan berasal dari berbagai negara. Terutama saat ini banyak sekali produk kosmetik dari Korea Selatan dan Tiongkok yang sangat digemari oleh masyarakat luas. Namun di samping masuknya berbagai macam produk luar, banyak juga UMKM yang gencar untuk memasarkan produk lokal yang juga tidak kalah bagus.

3. UMKM Bidang *Fashion*

Bidang *fashion* juga selalu berkembang mengikuti trend atau zamannya. Pakaian adalah barang yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat, sehingga bisnis jual beli pakaian selalu ramai. Oleh karena itu, banyak sekali UMKM yang membuka usaha pakaian rumahan.

Barang yang dijual pun bermacam-macam. Mulai dari pakaian, tas, kerudung, sepatu, dan lain-lain. Umumnya mereka memang tidak memproduksi secara langsung, melainkan menjadi seorang reseller atau impor pakaian thrift untuk dijual kembali. Temukan pembahasan lebih lanjut mengenai hal ini pada buku Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif.

4. UMKM Bidang Agribisnis

Beberapa waktu ini banyak sekali masyarakat yang tertarik dengan bidang agribisnis. Salah satu contohnya yaitu dengan tanaman hias, banyak sekali masyarakat yang mulai mencari tanaman hias untuk koleksi. Salah satu tanaman yang terkenal adalah tanaman “Janda Bolong”, tanaman ini bahkan mencapai jutaan untuk harganya.

Akibatnya, banyak UMKM dalam bidang agribisnis bermunculan. Selain jual beli tanaman, barang yang dijual dalam bidang agribisnis ini bisa berupa alat-alat berkebun, pupuk, bibit tanaman, zat untuk tanaman, dan lain sebagainya.

5. UMKM Bidang Otomotif

Meskipun terlihat sulit, tetapi kini sudah banyak UMKM yang menjajal dunia otomotif. Tidak selalu mengenai mesin, usaha-usaha yang banyak dirintis UMKM di bidang ini seperti bengkel, tempat pencucian motor atau mobil, rental mobil atau motor, sampai usaha jual beli barang-barang yang dibutuhkan oleh kendaraan.

Cara Mengembangkan UMKM

1. Meningkatkan kualitas dalam pelayanan

Meningkatkan kualitas pelayanan adalah salah satu cara ampuh untuk mengembangkan UMKM. Cara tersebut akan membuat konsumen menjadi tertarik bahkan nyaman untuk memakai jasa atau produk yang dijual.

Ketika menerima suatu saran bahkan kritik, jangan menganggap itu adalah suatu kegagalan. Justru saran dan kritik tersebut akan membantu untuk mengembangkan lagi kualitas pelayanan atau produk yang dijual. Jangan ragu untuk bertanya mengenai kepuasan pelanggan, jika memungkinkan bahkan bisa belajar dari kompetitor bisnis.

2. Mulai beralih ke media sosial untuk melakukan promosi produk

Media sosial sudah menjadi bagian dari hari-hari seseorang. Bahkan sebagian besar orang lebih sering menggunakan media sosial daripada berinteraksi langsung dengan orang lain. Maka dari itu, media sosial menjadi wadah yang sangat tepat untuk melakukan promosi produk yang dijadikan usaha.

Melalui media sosial, promosi yang dilakukan akan cepat sampai dari satu orang ke orang lain. Bahkan bisa menjangkau seluruh negeri, ini sangat menguntungkan bagi orang yang menjalankan UMKM. Semakin sering melakukan promosi, maka semakin banyak orang yang melihat.

3. Sering melakukan survei atau analisis terhadap perkembangan produk

Jangan lupa untuk melakukan survei dan analisis perkembangan produk yang anda jadikan usaha. Mulailah dengan mereview produk-produk yang sudah anda tawarkan atau jual kepada pelanggan. Terus kenali lebih jauh mengenai produknya, telusuri bisa ada kekurangan yang perlu diperbaiki untuk proses produksi selanjutnya. Selain itu, perlu juga adanya pengembangan dari produk-produk yang dibuat. Tidak bisa dipungkiri bahwa saat ini apa yang sedang terkenal yang akan lebih diminati, jadi jangan sampai tertinggal dalam mengembangkan produk anda.

Lakukan juga analisis produk di pasaran, juga pada kompetitor. Tidak masalah untuk melihat peluang dari perkembangannya, dengan begitu menjadikan produk yang anda jual lebih baik lagi.

4. Mengikuti acara-acara bazar atau pekan raya untuk mengenalkan produk

Acara-acara besar seperti bazar adalah tempat yang sangat cocok bagi seorang UMKM yang ingin langsung menjelaskan apa yang dijual kepada masyarakat. Melalui acara seperti ini, maka akan memungkinkan menjelaskan lebih detail terkait produk. Selain itu juga bisa dengan leluasa menjawab pertanyaan-pertanyaan pelanggan yang tertarik dari produk tersebut.

Mengikuti acara seperti bazar akan sangat menguntungkan bagi pelaku UMKM, anda juga bisa melihat langsung bagaimana reaksi pelanggan tentang produk yang ditawarkan. Dapat melihat seperti apa produk mana yang lebih diminati pelanggan. Tidak hanya memperkenalkan produk secara langsung, tetapi dapat melihat pangsa pasarnya juga.

5. Menjual produk dengan menggunakan *platform e-commerce*

Mulai menggunakan *platform e-commerce* adalah salah satu Langkah yang tepat untuk mengembangkan usaha. Saat ini, berbagai macam produk sudah dijual dalam *e-commerce*. Menggunakan *e-commerce* membantu para pegiat umkm dalam mempercepat perkembangan perekonomian usaha mereka.

E-commerce memberikan keuntungan agar memperluas wilayah pasar dari produk yang dihasilkan dari sebuah umkm. Selain itu, promosi yang dilakukan dalam meraih konsumen juga lebih mudah dan efisien tanpa harus tatap muka dengan target pasar dari usaha yang dikembangkan.

6. Mencoba menggunakan uang atau pembayaran secara elektronik

Tidak hanya cara penjualan yang sudah berbasis internet, tetapi pembayaran pun juga bisa dilakukan melalui uang elektronik. Banyak orang beralih ke uang elektronik karena dirasa lebih praktis dan sering kali mendapat banyak potongan.

Cobalah untuk mulai menggunakan uang elektronik dalam urusan pembayaran kepada konsumen. Hal itu akan lebih menarik minat konsumen dalam berbelanja, apalagi jika ditambah mendapatkan promo berupa potongan-potongan dengan syarat dan ketentuan khusus.

7. Membangun hubungan baik dan memperluas relasi

Cara lain yang tidak kalah penting yaitu membangun hubungan baik serta memperluas relasi. Selain berhubungan baik dengan pelanggan, cobalah untuk membangun relasi dengan mitra-mitra yang bisa membantu usaha UMKM yang sedang dijalankan.

Khususnya bagi UMKM yang ingin melebarkan sayapnya dengan menambah kemitraan baru. Meskipun memperluas relasi adalah hal yang penting, tetapi perlu juga diingat untuk menemukan yang tepat. Jangan sampai bekerja sama dengan orang yang salah dan membahayakan usaha yang sudah dibangun.

8. Mengikuti perkembangan trend

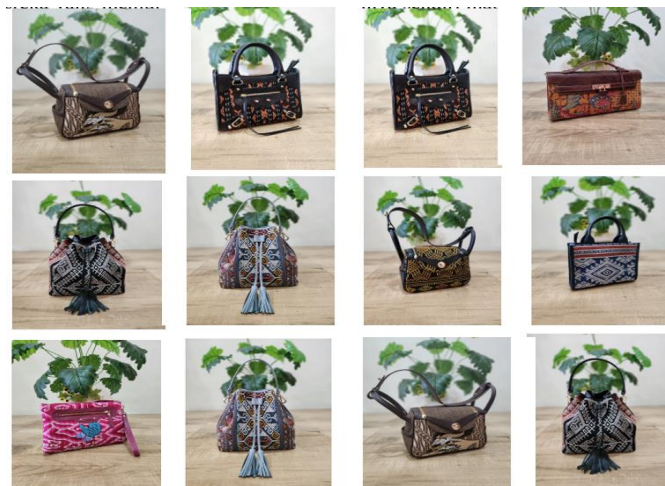
Untuk memikat pelanggan, produk-produk perlu terus dikembangkan menjadi lebih baik dan lebih baru. Jika produk-produk yang ditawarkan kepada pelanggan adalah produk yang sedang terkenal dan banyak diminati, maka peluang pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan akan semakin besar.

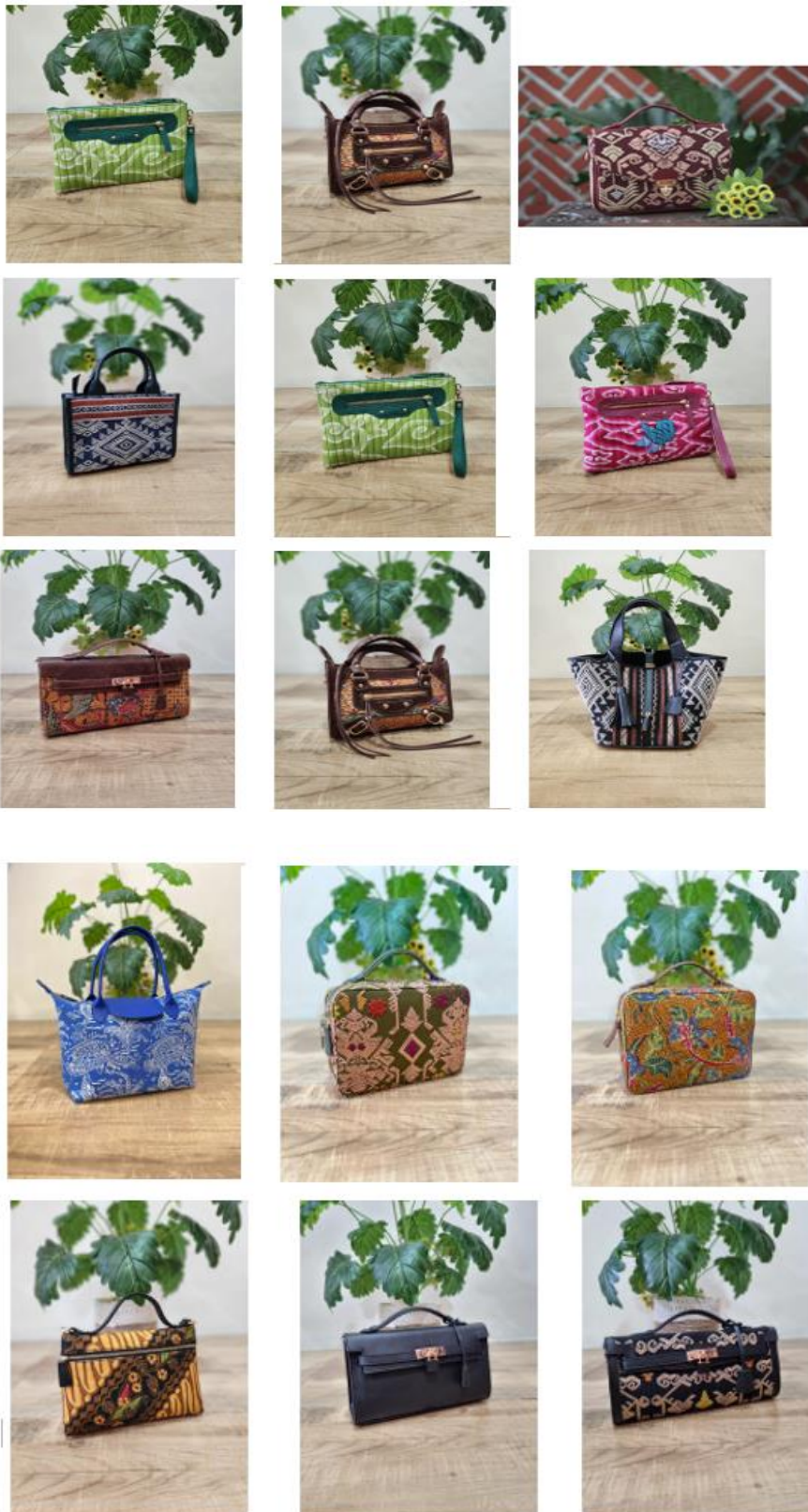
Pembahasan mengenai perkembangan UMKM baik usaha mikro, kecil, maupun menengah juga dapat ditemukan melalui buku Pengembangan UMKM: Kebijakan, Strategi, *Digital Marketing*, dan Model Bisnis UMKM yang ada di bawah ini. Itulah penjelasan mengenai apa itu UMKM, mulai dari pengertian sampai cara untuk mengembangkan bisnis UMKM.

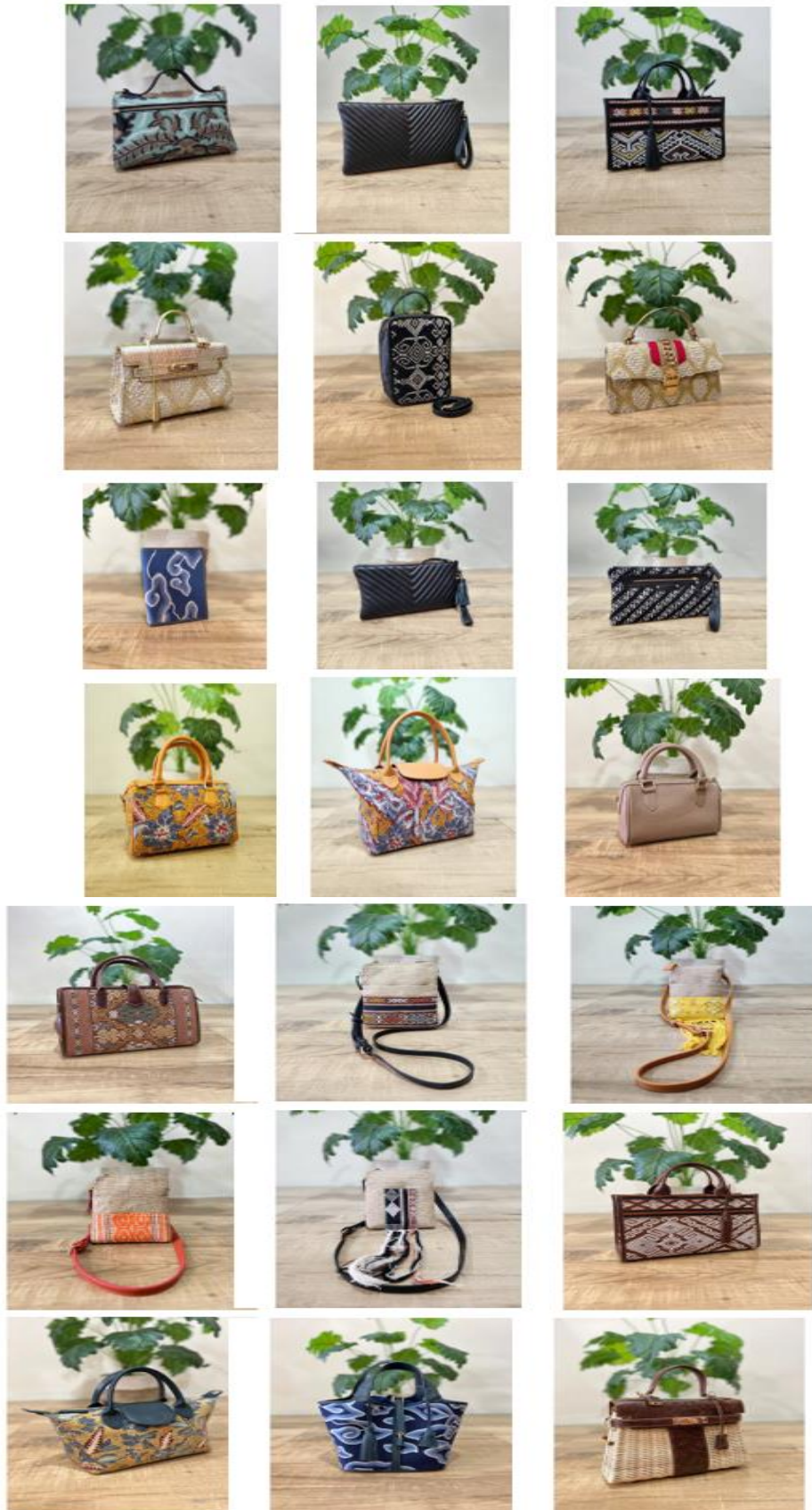
Hal-Hal Yang Dapat Dipelajari Di Riz Batik



Menjelaskan aktivitas-aktivitas yang diperlukan untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi, meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan penyelesaian masalah yang dihadapi, baik pada usaha bisnis yang dilakukan maupun pada aktivitas di tempat kerja untuk mencapai tujuan dirinya maupun untuk mencapai tujuan organisasi di tempat kerjanya. Merumuskan aktivitas-aktivitas kreatif, inovatif, berpikir kritis, dan mampu memecahkan permasalahan bagi mereka yang memulai usaha, baik untuk dirinya sendiri maupun bersama orang lain di dalam menjalankan bisnisnya agar bisnis yang dijalankan menjadi berkembang sesuai dengan tujuan dari usahanya tersebut. Agar dapat mengerjakan sesi ini, mahasiswa harus menjalankan aktivitasnya secara kreatif dan inovatif, dengan menerapkan dan cara berpikir kritis dan mampu menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang dihadapi pada bidang usahanya sendiri maupun bagi mereka yang bekerja di tempat kerjanya







Curah Pendapat (*Brainstorming*)

Metode curah pendapat merangsang orang untuk menjadi kreatif dengan bertemu orang lain dan berpartisipasi dalam pengalaman grup yang terorganisasi. Meskipun sebagian besar gagasan dihasilkan oleh kelompok tidak memiliki dasar untuk pengembangan lebih lanjut, terkadang ide yang bagus muncul. Ini terasa lebih bermanfaat ketika upaya curah pendapat berfokus pada produk spesifik atau area pasar. Saat menggunakan metode curah pendapat, terdapat empat aturan yang harus diikuti: a. Tidak boleh memberikan kritik maupun komentar negatif kepada siapa pun di dalam grup, b. Mendorong free-wheeling; semakin liar idenya, semakin baik, c. Memperbanyak ide yang diinginkan; semakin besar jumlah ide, semakin besar kemungkinan munculnya ide-ide yang berguna, d. Mendorong kombinasi dan peningkatan ide; ide orang lain bisa digunakan untuk menghasilkan gagasan baru lagi

Tukar Pikiran Tertulis (*Brainwriting*)

Brainwriting adalah bentuk tukar pikiran yang dilakukan secara tertulis. Metode ini diciptakan oleh Bernd Rohrbach di akhir 1960-an dengan nama Method 635. Metode tukar pikiran tertulis ini berbeda dengan metode tukar pikiran klasik yang memberikan waktu lebih banyak kepada peserta untuk berpikir, dengan ide-ide diungkapkan secara spontan

Diskusi Kelompok Terfokus (*Focus Group Discussion*)

Diskusi kelompok terfokus, biasa disebut diskusi kelompok terpumpun atau grup fokus, telah digunakan untuk berbagai tujuan sejak tahun 1950-an. Dalam grup fokus, moderator memimpin sekelompok orang melalui diskusi terbuka dan mendalam, dan tidak mengajukan pertanyaan untuk meminta tanggapan peserta. Untuk produk baru, moderator berfokus pada diskusi kelompok baik dengan mengarahkan atau cara non-directive. Kelompok yang terdiri dari 8-14 peserta dirangsang oleh komentar satu sama lain secara kreatif untuk membuat konsep dan mengembangkan ide barang atau jasa baru untuk memenuhi kebutuhan pasar. Contohnya, perusahaan yang tertarik dengan pasar sepatu wanita menerima konsep produk baru untuk “sandal hangat dan nyaman yang cocok seperti sepatu lama” dari grup fokus yang terdiri atas 12 wanita yang datang dari berbagai latar belakang sosial ekonomi. Konsep ini dikembangkan menjadi sandal wanita baru yang sukses di pasaran, bahkan tema dari pesan iklan berasal komentar anggota grup fokus. Selain menghasilkan ide-ide baru, grup fokus adalah metode yang bagus untuk awal penyaringan ide dan konsep. Hasilnya dapat dianalisis secara kuantitatif, membuat grup fokus merupakan metode yang lebih bermanfaat untuk menghasilkan ide-ide produk baru.

Inovasi

Inovasi adalah kunci untuk pengembangan ekonomi dari setiap perusahaan, suatu wilayah dalam suatu negara, atau negara itu sendiri. Seiring perubahan teknologi, barang atau jasa yang lama berkurang dalam penjualan dan industri lama. Penemuan dan inovasi adalah blok bangunan dari masa depan unit ekonomi. Thomas Alfa Edison mengatakan bahwa jenius inovatif adalah satu persen inspirasi dan 99 persen usaha. Berdasarkan keunikan ide, terdapat tiga jenis inovasi utama inovasi terobosan, inovasi teknologi, dan inovasi biasa. Inovasi paling jarang ditemukan adalah tipe terobosan. Ini merupakan inovasi yang sangat unik yang kerap membentuk platform inovasi masa depan di suatu daerah dikembangkan. Karena sering dijadikan dasar untuk inovasi lebih lanjut di suatu daerah, inovasi ini biasanya dilindungi oleh paten yang kuat, rahasia dagang, dan/atau hak cipta.

KESIMPULAN

Mengembangkan rencana bisnis atau usaha (business plan) adalah tahap akhir yang harus dikembangkan oleh seorang wirausaha sebelum menjalankan usahanya. Untuk bisa mengembangkan rencana usaha yang baik, maka seorang wirausaha harus terlebih dulu mampu memetakan keunggulan usahanya, dibandingkan barang atau jasa sejenis yang sudah ada di pasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Alter, S. K. . (2006). *Social Enterprise Models and Their Mission and Money Relationships*. In A. Nicholls (ed.), *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*. Oxford: Oxford University Press.
- Badan Pusat Statistik. (2015). Laporan Bulanan Data Sosial Ekonomi Agustus 2015, BPS.
- Cukier, Wendy, Susan Trenholm, dan Dale Carl. (2011). Social Entrepreneurship : A Content Analysis. *Journal of Strategic Innovation and Sustainability*.
- Dees, Gregory, Ayse Guclu, J. dan Beth Battle Anderson. (2002). *The Process of Social Entrepreneurship: Creating Opportunities Worthy of Serious Pursuit*. Center for the Advancement of Social Entrepreneurship.
- Drayton Bill. (2006). *Everyone a Changemaker, Social Entrepreneurship's Ultimate Goal, Innovations*. MIT Press.
- Grassl, Wolfgang. (2012). Business Models of Social Enterprise : A Design Approach to Hybridity. *ACRN Journal of Entrepreneurship Perspectives*.