J-PIS, Vol 2, No 2 Juli 2023, Hal 163-171
E-ISSN 2828-7053

PELATIHAN MANAJEMEN PENGEMBANGAN BISNIS BAGI PELAKU UMKM

Ansarullah Lawi[1)], M. Ansyar Bora[2)], I Made Sondra Wijaya[3)], Firman Edi[4)], Rian Oktawanto[5)], Ronny Andri[6)]

[1,6)] Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Batam
[2,3,4,5)]Program Studi Manajemen Rekayasa, Fakultas Teknologi Industri, Institut Teknologi Batam

Email Correspondence: ansyar@iteba.ac.id

ABSTRAK

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini berfokus pada pengembangan bisnis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia khususnya di kota Batam. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, UMKM di Indonesia telah mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang berkelanjutan selama bertahun-tahun, dengan tingkat pertumbuhan tahunan rata-rata sebesar 2,7%. Di Batam, terdapat 555 UMKM, terutama yang bergerak di industri pakaian, makanan, dan minuman. Namun, terlepas dari tingginya tingkat aktivitas bisnis, banyak pemilik UMKM yang tidak memiliki pemahaman yang cukup tentang manajemen bisnis dan strategi pemasaran untuk mendukung pertumbuhan bisnis mereka. Untuk mengatasi masalah ini, Tim PKM mengusulkan program sosialisasi untuk mengedukasi pemilik UMKM tentang manajemen bisnis dan strategi pemasaran. Program ini terdiri dari tiga tahap: sesi berbagi, curah pendapat/studi kasus, dan inspeksi/diskusi. Para anggota Tim PKM memberikan metodologi terperinci untuk program ini, termasuk observasi, survei, sesi berbagi, dan evaluasi. Teknik atau metode yang diperkenalkan pada peserta adalah Fish Bone Diagram dan 5 whys. Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Tim PkM terhadap pelaku usaha UMKM di Kota Batam disimpulkan bahwa pertama, pelaksanaan pelatihan manajemen usaha dan strategi pemasaran telah memenuhi luaran yang ditargetkan, yaitu terjadi peningkatan pemahaman mengenai manajemen usaha dan strategi pemasaran produk, hal ini berdasarkan hasil evalusi yang telah dilakukan pasca pelaksanaan pelatihan didapatkan bahwa 39% mengatakan sangat baik, 48% mengatakan baik, dan 13% cukup.

Kata Kunci*:* UMKM, Manajemen Bsinis. Fish Bone Diagram, 5 Whys

ABSTRACT

The Community Service Program (PKM) focuses on the development of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in Indonesia, particularly in the city of Batam. According to data from the Ministry of Cooperatives and Small and Medium Enterprises, MSMEs in Indonesia have experienced sustained growth and development over the years, with an average annual growth rate of 2.7%. In Batam, there are 555 MSMEs, primarily engaged in the clothing, food, and beverage industries. However, despite the high level of business activity, many MSME owners lack sufficient understanding of business management and marketing strategies to support their business growth. To address this issue, the PKM Team proposes a socialization program to educate MSME owners about business management and marketing strategies. This program consists of three stages: sharing sessions, opinion sharing/case studies, and inspections/discussions. The PKM Team provides detailed methodologies for this program, including observation, surveys, sharing sessions, and evaluations. The techniques or methods introduced to the participants include Fish Bone Diagram and 5 Whys. Based on the activities carried out by the PKM Team towards MSME entrepreneurs in Batam City, it can be concluded that firstly, the implementation of business management and marketing strategy training has achieved the targeted outcomes. There has been an improvement in understanding business management and marketing strategies for products, as evidenced by the post-training evaluation results. It was found that 39% rated it as very good, 48% rated it as good, and 13% rated it as satisfactory.

Keywords: MSME, Business Management, Fish Bone Diagram, 5 Whys

PENDAHULUAN

Pelaku ekonomi di Indonesia meliputi Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Badan Usaha Swasta (BUMS) dan koperasi dengan ukuran usaha mulai dari usaha mikro, kecil, menengah dan besar (Indahwati & Suryasaputra, 2019). Menurut data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, UMKM secara keseluruhan mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang berkesinambungan dari tahun ke tahun. Menurut situs depkop.go.id, UKM di Indonesia mencapai hampir 63 juta unit usaha pada tahun 2017, terhitung sekitar 2% dari penduduk Indonesia (Tambunan, 2019). Terlihat bahwa jumlah pelaku bisnis UMKM di Indonesia tumbuh rata-rata 2,7% per tahun. Secara persentase, jumlah UMKM mencapai 99,9% dari total jumlah usaha di Indonesia (Martono et al., 2021). Hal ini menunjukkan pentingnya keberadaan pelaku UMKM tersebut bagi perekonomian Indonesia. Menurut data Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam (2020) total jumlah UMKM di Batam adalah 555 buah.

Tabel 1 Data Pelaku Usaha Mikro Kota Batam Tahun 2020

No	Kecamatan	Jumlah
1	Batu Ampar	84
2	Belakang Padang	110
3	Bulang	39
4	Galang	12
5	Lubuk Baja	56
6	Nongsa	95
7	Sei Beduk	100
8	Sekupang	23
9	Bengkong	22
10	Batam Kota	5
11	Batu Aji	1
12	Sagulung	8
	Total	**555**

Sumber: (Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam, 2020)

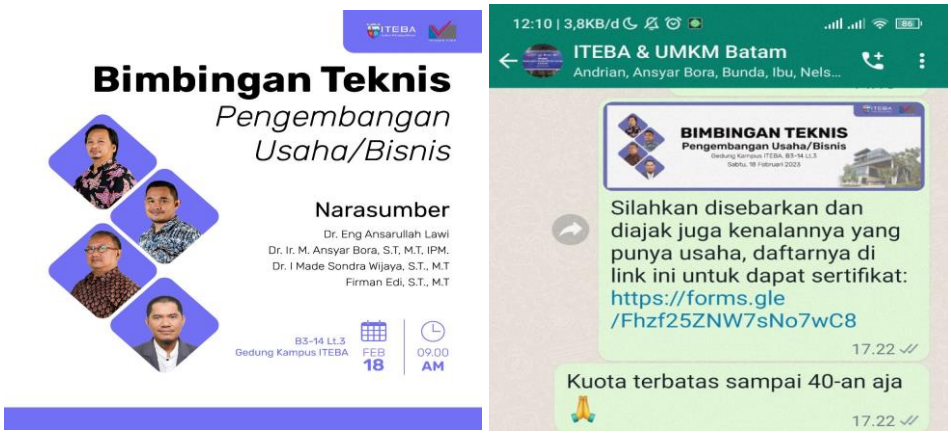
Masyarakat di Kota Batam tidak sedikit pula yang berprofesi sebagai pengusaha khususnya pelaku usaha UMKM seperti pelaku usaha pakaian, makanan, minumam, *snack*, *souvenir*, komputer dan laptop dan lain sebagainya (Sari & Saputra, 2020). Ada pelaku usaha kecil, menengah, dan mikro yang masih menjalankan kegiatan usahanya, dan ada juga pelaku usaha yang sudah lama melakukan kegiatan usahanya namun usahanya belum berkembang secara normal. Berdasarkan survei pendahuluan di lapangan menunjukkan bahwa tingginya kegiatan niaga yang dilakukan oleh pelaku niaga tidak dibarengi dengan pemahaman tentang faktor pendukung kegiatan niaga, seperti faktor manajemen usaha dan strategi pemasaran, sehingga pelaku niaga hanya fokus pada situasi tanpa memperhatikan faktor pendukung Menghasilkan keuntungan. Hal ini dapat meningkatkan bisnis yang sedang berjalan.

Berdasarkan informasi tersebut, pelaku usaha UMKM membutuhkan pemahaman mengenai manajemen dan strategi pemasaran usaha untuk mendukung kegiatan usaha agar dapat berkembang dengan baik kedepannya. Dengan demikian pelaku usaha UMKM di Kota Batam perlu diberikan pelatihan dan bimbingan teknis terkait dengan manajemen usaha dan strategi pemasaran, karena mayoritas pelaku usaha belum memahami bagaimana manajemen usaha dan strategi dalam memasarkan produk barang maupun jasa mereka agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lain yang sejenis (Lestari & Bahar, 2021).

Untuk membantu pelaku usaha UMKM tersebut telah dilakukan pengabdian kepada masyarakat yang difokuskan pada pelaku usaha UMKM di Kota Batam sebagai target program dengan tujuan agar pelaku usaha UMKM mendapatkan pemahaman mengenai manajemen usaha dan strategi pemasaran sehingga pemahaman tersebut dapat diterapkan dalam kegiatan usaha serta dapat memperbaiki kualitas usaha yang sedang dijalankan.

METODE

Konsep sosialisasi yang dilakukan pada dibagi menjadi tiga tahap. Tahap pertama adalah *sharing session* tentang konsep *entrepereneur*, data UMKM di Indonesia khususnya di kota Batam, dan perkenalan tentang teknik *fish bone diagram* dan *5 why* dalam dapat digunakan sebagai tool untuk mengembangkan bisnis. Tahap kedua adalah tahap *brainstorming* atau studi kasus solusi pengembangan usaha atau bisnis dengan teknik *fish bone diagram* dan *5 why*. Tahap ketiga adalah pemeriksaan dan diskusi dari para tim pengabdi. Untuk para peserta sosialisasi mendapat fasilitas sertifikat dan *snack* oleh para tim pengabdi. *Flyer* dan informasi undangan sosialisasi pada peserta dapat dilihat pada Gambar 1 di bawah.



Gambar 1. *Flyer* dan Link Undangan Bimtek/Pelatihan Pengembangan Bisnis

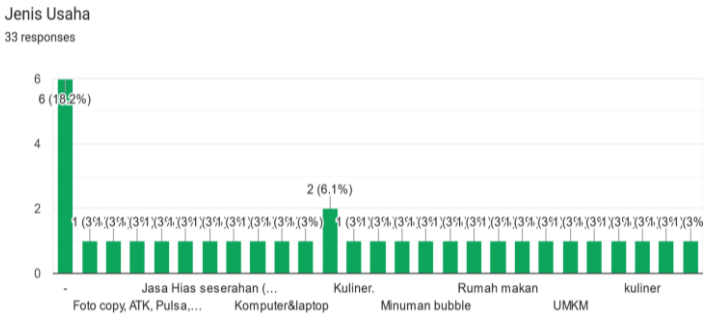
Untuk tahapan-tahapan pengabdian dapat dilihat sebagai berikut:

1. Observasi/survey

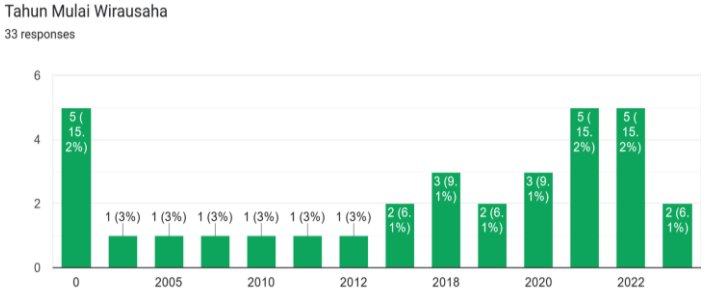
   Sebelum dilaksanakan obeservasi dilakukan di lapangan untuk melihat aktivitas yang dilakukan para calon pelaku usaha yang ada. Selain observasi dilakukan juga survei

kepada calon peserta pelatihan terkait jenis usaha, tahun mulai usaha, cakupan pemasaran, dan konsumen produknya (Gambar 2 s.d. 5).

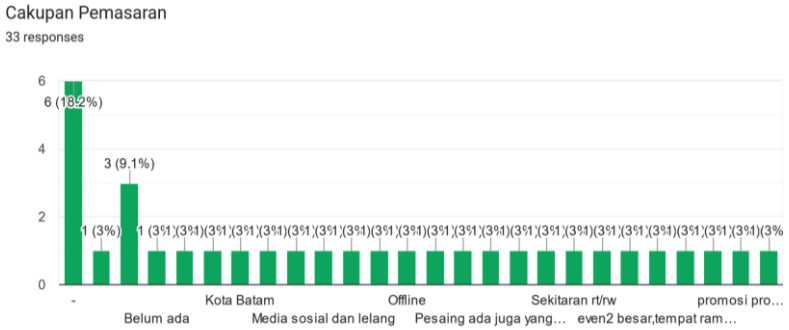
2. Perencanaan Konsep Kegiatan PKM
   Setelah survey dilakukan teridentifikasi beberapa persoalan yang memungkinkan untuk dilakukan pada tahapan awal kegiatan PKM. Permasalahan pertama adalah masih kurang pahamnya para calon pengusaha dan perkembangan kebutuhan masyarakat dimasa depan.
3. Studi Literatur
   Setelah dilakukan pengamatan, didapatkan bahan terkait dengan informasi yang harus diberikan kepada sasaran pengabdian. Informasi tersebut dicari melalui paper penelitian, artikel koran, dan data internet. Informasi yang didapatkan dijadikan dasar dalam memberikan informasi dan pelatihan kepada calon pengusaha akan apa yang akan dilakukan sebagai seorang usahawan.
4. Persiapan Administrasi dan Birokrasi
   Melakukan persiapan dengan cara mengundang peserta calon pengusaha dan meminta izin kepada pihak-pihak yang relevan
5. Pelaksanaan Kegiatan
   Kegiatan dilaksanakan di Kampus ITEBA ruang B3-14 pukul 9.00 WIB sampai dengan 12.00 WIB.
6. Evaluasi Program PKM
   Evaluasi program dilakukan dengan cara dilakukan survey ringan terkait bagaimana pelaksanaan terhadap kegiatan PKM kepada para peserta PKM yang akan menjadi masukan-masukan bagi tim pengabdian.



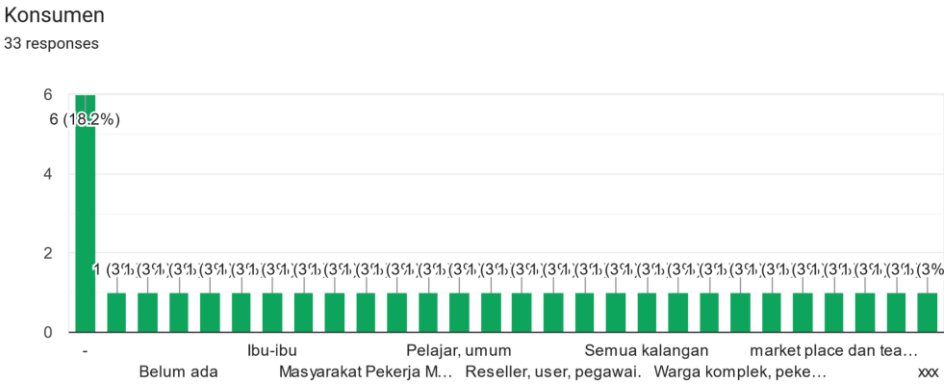
Gambar 1. Jenis Usaha Peserta Pelatihan



Gambar 2 Tahun Mulai Usaha Peserta Pelatihan



Gambar 3. Cakupan Pemasaran Produk Peserta Pelatihan



Gambar 4. Konsumen Produk Peserta Pelatihan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian dilaksanakan oleh tim dosen Institut Teknologi Batam dengan kepakaran yang beragam dengan melibatkan peran serta mahasiswa dalam pelaksanaannya. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 18 Februari 2023 bertempat di Ruang B3-14 lantai 3 Gedung Kampus ITEBA. Pada lokasi tersebut tim pelaksana menyiapkan segala keperluan untuk bimbingan teknis tentang pengembangan usaha/bisnis berdasarkan metodologi yang banyak dipakai perusahaan-perusahaan papan atas dunia berdasarkan teori dari ilmu Teknik Industri dan Manajemen Rekayasa.

Pada pelaksanakan kegiatan pengabdian, tim pengabdi juga melakukan pendataan tentang omzet dan masalah-masalah yang dihadapi dalam kegiatan bisnis masing-masing peserta. Untuk hasilnya dapat dilihat pada Gambar 6.

Gambar 5 Omzet Pertahun Peserta Pelatihan

Tabel 2 di bawah adalah data peserta pelatihan pengembangan usaha yang terdiri dari 33 orang peserta beserta nama dan jenis usaha yang dijalankan. Jenis usaha yang paling banyak dijalankan oleh peserta pelatihan adalah kuliner dengan 5 orang peserta, diikuti oleh usaha makanan ringan dengan 2 orang peserta, dan jasa hias seserahan, UMKM snack, kue basah, thrifting, jualan stiker handmade, dan perisai BPJS ketenagakerjaan masing-masing dijalankan oleh satu orang peserta. Selain itu, ada juga beberapa peserta yang belum memiliki usaha atau masih dalam tahap mencari ide usaha. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada potensi besar untuk mengembangkan usaha di kalangan peserta pelatihan.

Tabel 2 Data Peserta Pelatihan Pengembangan Usaha

No.	Nama	Jenis Usaha
1	Rumiati	Pakaian seken
2	Susi Sumarni	Minuman bubble
3	Yusminar	UMKM Snack
4	viviafridaharyani	Kuliner
5	Asnidar	Perisai BPJS Ketenagakerjaan
6	Ifa Rodiati	Foto copy, ATK, Pulsa, Permak Jahitan
7	Ewa nirawati	Sarapan pagi dan catering
8	Tania Vellysa	Kuliner
9	Wulan Anjani	Rumah makan
10	Ria Sapitri	Craft, gift, souvenir & percetakan
11	juli leka hendariani	Jasa Hias seserahan (Seni & Kerajinan)
12	Muhamad nazir	Kerupuk
13	Rimalitta	Menjahit
14	Zelvin Mutiara Lestari	Jualan stiker handmade
15	Suyarna ningrasari	Kue basah
16	Desi Renita	Kuliner.
17	Bagus Andhika	Belum ada usaha
18	Moh.arafat wasiru	Belum ada usaha
19	Fatimano Gulo	Usaha jual bahan dapur mentah

20	Kevin Justin Octavian Foo	Belum ada usaha
21	Vagristo Diandra Meofa Lebang	Belum ada usaha
22	Febriansyah	usaha konstruksi
23	M. Rezha Ananda	Industri kedelai
24	Serli marlina	Kuliner
25	Islahhudin fuadi	UMKM
26	Novri Dangsi	Jaringan internet
27	Fiqri Ardi Azhari	Thrifting
28	Arief mulyadi	Komputer&laptop
29	cindy	Belum ada usaha
30	Feberlian elisabeth gulo	Belum ada usaha
31	Lidya riska agustina	Belum ada usaha
32	Nur Asikin	makanan ringan
33	Fauziah fatma ramadhani	Makanan ringan

Dari data yang ditampilkan, dapat disimpulkan bahwa pelatihan pengembangan usaha ini memberikan kesempatan kepada peserta untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan dalam berwirausaha. Dengan demikian, diharapkan peserta dapat memanfaatkan pelatihan ini sebaik mungkin untuk menciptakan peluang usaha yang menguntungkan dan berkelanjutan di masa depan. Foto-foto kegiatan PKM ini dapat dilihat pada Gambar 4 berikut:

Gambar 7. Foto Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Bimtek Pengembangan Bisnis

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan oleh Tim PkM terhadap pelaku usaha UMKM di Kota Batam disimpulkan bahwa pertama, pelaksanaan pelatihan manajemen usaha dan strategi pemasaran telah memenuhi luaran yang ditargetkan, yaitu terjadi peningkatan pemahaman mengenai manajemen usaha dan strategi pemasaran produk, hal ini berdasarkan hasil evalusi yang telah dilakukan pasca pelaksanaan pelatihan didapatkan bahwa 39% mengatakan sangat baik, 48% mengatakan baik, dan 13% cukup. Kedua, kegiatan ini mendapat sambutan sangat baik terbukti dengan keaktifan peserta mengikuti kegiatan dengan tidak meninggalkan tempat sebelum waktu pelatihan berakhir. Ketiga, pada pelatihan ini peserta mendapatkan banyak pengetahuan yang bisa merubah pola pikir dan memberikan semangat mengembangkan usaha dan mengetahui bagaimana strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan usahanya dimasa yang akan datang.

KESIMPULAN

Pelaku usaha UMKM di Kota Batam perlu meningkatkan pemahaman mengenai manajemen usaha dan strategi pemasaran agar usaha dapat berkembang dengan baik. Namun, mayoritas pelaku usaha belum memahami bagaimana manajemen usaha dan strategi dalam memasarkan produk mereka agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lain yang sejenis. Oleh karena itu, pengabdian kepada masyarakat (PKM) pada pelaku usaha UMKM di Kota Batam ini dilakukan untuk memberikan pelatihan dan bimbingan teknis terkait manajemen usaha dan strategi pemasaran. Konsep sosialisasi dilakukan dalam tiga tahap: sharing session, brainstorming, dan diskusi. Metode atau teknik pengembangan bisnis yang diperkenalkan pada UMKM adalah *fish bone diagram* dan *5 why*, yang langsung dipraktekkan pada acara berdasarkan masalah-masalah yang muncul pada usaha atau bisnis dari peserta pelatihan. Tahap observasi dan survei dilakukan sebelum pelatihan, diikuti dengan studi literatur dan persiapan administrasi. Setelah pelaksanaan kegiatan, evaluasi program dilakukan dengan survei ringan terkait bagaimana pelaksanaan terhadap kegiatan PKM kepada para peserta.

SARAN

Berikut adalah beberapa saran yang diberikan oleh peserta pengabdian kepada masyarakat:

1. Perlu dilakukan kegiatan yang kontinu agar dapat meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pelaku UMKM
2. Perlu dibentuk Unit Bisnis ITEBA yang nantinya dapat membina pelaku UMKM
3. Diharapkan Pelatihan yang diberikan saling berkesinambungan sehingga dapat mengembangkan pelaku UMKM
4. Diharapkan kedepannya ada waktu untuk praktek pemasaran menggunakan media online sebagai sarana promosi untuk peningkatan penjualan

DAFTAR PUSTAKA

Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam. (2020). *Data Koperasi Dan Usaha Mikro Binaan Dinas Tahun 2020*. https://diskum.batam.go.id/2021/03/01/data-koperasi-dan-usaha-mikro-binaan-dinas-tahun-2020/

Indahwati, I., & Suryasaputra, R. (2019). Monitoring the Efficiency of BUMN Banks in Indonesia: Comparison with BUMS Banks. *SSRN Electronic Journal*, 29–30. https://doi.org/10.2139/ssrn.3487128

Lestari, E., & Bahar, H. (2021). Analysis of the Capability of Sales Strategies on the Performance of Msmes in Batam City in the Face of the Covid 19 Situation. *Journal of Applied Business Administration*, *5*(1), 76–83. https://doi.org/10.30871/jaba.v5i1.2705

Martono, S., Putit, L., Yulianto, A., & Ridloah, S. (2021). *Are MSMEs Still Interesting? A Descriptive Analysis on Growth, Workforce, and Export of Indonesian MSMEs 2010-2018*. *00*, 3–8. https://doi.org/10.4108/eai.22-7-2020.2307932

Sari, I. U., & Saputra, A. (2020). the Influence of Small and Medium Enterprise Growth, Investment, and Labor on Economic Growth in Batam City. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, *9*(1), 31–36. https://doi.org/10.33884/jimupb.v9i1.2686

Tambunan, T. (2019). Recent evidence of the development of micro, small and medium enterprises in Indonesia. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, *9*(1). https://doi.org/10.1186/s40497-018-0140-4