

**PENINGKATAN KOMPETENSI WIRAUSAHA WANITA DI KELURAHAN  
CISALAK PASAR KECAMATAN CIMANGGIS KOTA DEPOK**

Faizal Ridwan Zamzany<sup>1</sup>, Bambang Sumaryanto<sup>2</sup>, Enong Muiz<sup>3</sup> Emaridial Ulza<sup>4</sup>  
<sup>1234</sup>Universitas Muhammadiyah Prof. DR. HAMKA

Email: zamzany@uhamka.ac.id

Diterima: 10 Maret 2019, Direvisi: 23 Maret 2019, Disetujui: 2 April 2019

**ABSTRAK**

Perkembangan era bisnis global menuntut inovasi dan kreatifitas para pelaku usaha, baik dari aspek teknologi maupun kualitas sumberdaya manusia, agar produk yang dihasilkan bisa sesuai dengan permintaan pasar. Sekali lagi disini terlihat perlunya informasi pasar termasuk permintaan pasar dan selera pasar. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini dengan transfer IPTEKS yang dilakukan Tim Pelaksana PKM dilakukan pada tiap tahapan dengan menggunakan prinsip bahwa setiap inovasi yang diterima oleh Mitra sebaiknya melalui proses, mendengar, mengetahui, mencoba, mengevaluasi, menerima, meyakini, dan melaksanakan. Melalui proses-proses tersebut diharapkan inovasi dapat diadopsi secara berkesinambungan, serta target sasaran mempunyai kemampuan untuk melakukan analisis terhadap perkembangan usahanya, serta mampu mengembangkan inovasi yang telah dikuasainya. Supaya setiap proses berlangsung dengan baik, maka penyampaian inovasi kepada Mitra ditempuh melalui tahapan penjelasan, diskusi, praktek serta dilakukan tahapan pendampingan.

**Kata Kunci:** Ipteks, UMKM, *Marketing Online*

**ABSTRACT**

*The development of the global business era requires innovation and creativity of business people, both from the technological aspects and the quality of human resources, so that the products produced can be in accordance with market demand. Once again, there is a need for market information including market demand and market tastes. The method used in this service with the transfer of science and technology conducted by the PKM Implementation Team was carried out at each stage using the principle that every innovation received by the Partner should go through the process of listening, knowing, trying, evaluating, accepting, believing, and implementing. Through these processes it is expected that innovation can be adopted continuously, and the target targets have the ability to analyze the development of their business, and be able to develop innovations they have mastered. In order for each process to proceed well, the delivery of innovations to Partners is carried out through the stages of explanation, discussion, practice and stages of mentoring.*

**Keywords:** *Science and Technology, MSMEs, Marketing Online*

## PENDAHULUAN

Wilayah kota Depok yang merupakan daerah penyangga ibukota memiliki jumlah UMKM sekitar 15.067 UMKM yang tersebar di setiap Kecamatan. Sekitar 20% diantaranya merupakan UMKM yang dijalankan oleh wirausahawan muda atau sekitar 300 orang wirausahawan. Sedangkan di Muhammadiyah Depok sendiri terdapat sekitar 65 orang wirausahawan muda yang sedang merintis/menjalankan usaha dengan skala UMKM. Dengan jumlah UMKM sebanyak itu sebagian besar merupakan usaha mikro dan kecil dengan konsep pemasaran yang masih sangat sederhana dan terbatas. Selain itu proses pencatatan keuangan dan penentuan biaya serta harga jual produk, masih menggunakan cara yang sederhana dan belum sesuai dengan standar perbankan. Sehingga banyak sekali UMKM yang belum masuk kedalam kategori standar perbankan. Jika dilihat dari situasi tersebut maka diperlukan pelatihan dan pendampingan bagi UMKM dalam bidang promosi, akuntansi serta perumusan biaya dan manajemen keuangan.

Kekhawatiran sementara kalangan (terutama para penganut paham ekonomi pasar) terhadap kemampuan UMKM dalam menghadapi era globalisasi yang berorientasi pada mekanisme pasar bebas, memang cukup beralasan jika menilai kemampuan UMKM hanya dari aspek efisiensi. Sesungguhnya bila diamati secara lebih cermat, memang efisiensi merupakan unsur penting dalam mengembangkan kemampuan pemasaran, tetapi banyak unsur lainnya yang lebih dominan baik berupa kemampuan komparatif UMKM dalam pasar yang dibangun dari sifat alami UMKM, maupun dari sifat pasar yang dalam era globalisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan mengembangkan informasi.

Sifat spesifik UMKM yang sangat potensial dalam menghadapi pasar bebas antara lain, 1) UMKM tidak banyak memerlukan modal dan perputaran modalnya relatif cepat, 2) UMKM mampu bertahan menghadapi perekonomian dunia karena banyak menggunakan bahan baku lokal ; 3) Menggunakan teknologi sederhana sehingga tidak banyak dipengaruhi oleh perubahan teknologi, sebaliknya banyak menyerap tenaga kerja. Keberhasilan UMKM untuk mengeliminir masalah-masalah yang berkaitan dengan perubahan perekonomian dunia telah dibuktikan dalam masa resesi perekonomian nasional beberapa tahun yang lalu.

Demikian pula kemampuan efisiensi UMKM yang bersandar pada sumberdaya lokal (sumberdaya alam dan SDM) telah membuktikan kemampuan UMKM yang tetap dapat eksis dalam kondisi perekonomian yang paling sulit sekalipun. (Arief, R. I., 2017).

Disamping berbagai keunggulan yang dimiliki, UMKM juga menghadapi berbagai masalah, antara lain kesulitan akses terhadap ; a) sumber-sumberdaya produktif; Informasi teknologi dan pasar. Kelemahan UMKM dari aspek pemasaran yang sekarang banyak terlihat terutama untuk produk-produk UMKM yang tergolong dalam kelompok barang keperluan sekunder dan tersier. Walaupun demikian nampaknya kendala tersebut

belum menjadi penghambat yang potensial untuk lebih memperkuat kedudukan dan peran UMKM dalam sistem perekonomian nasional. (Suryolaksono, B, 2015)

Kesulitan UMKM dalam membangun akses pasar lebih disebabkan oleh adanya beberapa faktor yang belum dapat dieleminasi terutama yang berkaitan dengan informasi. Tetapi kendala tersebut bukanlah harga mati, karena banyak variabel-variabel pemasaran produk UMKM yang dapat diandalkan seperti rendahnya harga jual produk UMKM yang menjadi daya tarik bagi sebagian kalangan di pasar internasional. (Chrismardani, Y, 2014). Rendahnya eksistensi UMKM dalam penguasaan pasar memang lebih terlihat sebagai dampak dari kondisi pasar yang tidak kondusif, namun sesungguhnya kondisi pasar yang demikian merupakan indikator dari adanya masalah pokok yang tidak terlihat secara nyata, yaitu sistem pemasaran yang dikuasai oleh komponen sistem yang lebih kuat, sehingga UMKM selalu hanya berperan sebagai Price Taker (penerima harga). Dengan mengembangkan kemampuan menangkap informasi, maka diharapkan dominansi komponen lainnya (para pedagang besar dan eksportir) yang memiliki bargaining lebih kuat, yang selama ini berperan sebagai price maker (pembuat harga) akan dapat dipatahkan.

Dari berbagai masalah di atas maka untuk membangun sistem pemasaran bagi UMKM yang lebih baik, salah satu faktor yang perlu mendapat perhatian penting adalah ketersediaan informasi tentang pasar. Kurangnya informasi pasar selama ini diindikasikan dari sempitnya peluang pasar bagi sebagian besar produk UMKM dan ketidakpastian harga yang sangat merugikan kelompok marjinal tersebut. Dari sisi yang lain perkembangan era bisnis global menuntut inovasi dan kreatifitas para pelaku usaha, baik dari aspek teknologi maupun kualitas sumberdaya manusia, agar produk yang dihasilkan bisa sesuai dengan permintaan pasar. Sekali lagi disini terlihat perlunya informasi pasar termasuk permintaan pasar dan selera pasar.

## MASALAH

Hasil evaluasi yang dilakukan Mitra (1) bersama dengan Tim, diketahui bahwa kelemahan yang dilakukan oleh masing-masing Mitra adalah:

1. Pelaku wirausaha wanita di cisalak pasar masih menggunakan cara tradisional dalam memasarkan produknya belum menggunakan teknologi informasi.
2. Pelaku wirausaha wanita di cisalak pasar belum memiliki pemahaman pengelolaan keuangan yang baik untuk meningkatkan kinerja keuangan usaha.
3. Pelaku wirausaha wanita di cisalak pasar belum memiliki pemahaman siklus keuangan akuntansi mulai dari tahap pencatatan sampai tahap penyusunan laporan keuangan sesuai dengan standar perbankan.

## METODE

### Metode Pendekatan Masalah

Transfer IPTEKS yang dilakukan Tim Pelaksana PKM dilakukan pada tiap tahapan dengan menggunakan prinsip bahwa setiap inovasi yang diterima oleh Mitra sebaiknya melalui proses, mendengar, mengetahui, mencoba, mengevaluasi, menerima, meyakini, dan melaksanakan. Melalui proses-proses tersebut diharapkan inovasi dapat diadopsi secara berkesinambungan, serta target sasaran mempunyai kemampuan untuk melakukan analisis terhadap perkembangan usahanya, serta mampu mengembangkan inovasi yang telah dikuasainya. Supaya setiap proses berlangsung dengan baik, maka penyampaian inovasi kepada Mitra ditempuh melalui tahapan penjelasan, diskusi, praktek serta dilakukan tahapan pendampingan.

### Rencana Kegiatan

Rencana kegiatan PKM Peningkatan Kompetensi Wirausaha Wanita Di Kelurahan Cisalak Pasar dijabarkan sebagai berikut:

- a. Sosialisasi Program: Meskipun Mitra (1) dan (2) sudah menandatangani kesediaan bekerjasama, namun karena kegiatan usaha melibatkan berbagai pihak, maka sosialisasi perlu juga dilakukan terhadap mereka, karena pihak lain /selain pemilik usaha akan turut terlibat dalam aktivitas pendampingan, serta secara langsung turut berperan untuk mencapai keberhasilan kegiatan.
- b. Rencana Tindakan: Rincian aktivitas pembinaan perlu disampaikan secara detail pada Mitra (1) dan Mitra (2), karena setiap langkah pembinaan membutuhkan partisipasi Mitra.
- c. Penyusunan Rencana Usaha, Rencana usaha perlu disusun sebagai bagian I proses usaha komersial. Rencana usaha disusun sebagai arah kegiatan usaha dan akan menjadi pedoman dalam movev perkembangan usaha.
- d. Manajemen produksi Nilai tambah terbesar dalam pengembangan wirausaha wanita terletak pada manajemen produksi. Oleh karena itu, kunci sukses perolehan keuntungan sangat ditentukan oleh keberhasilan manajemen produksi, kegagalan manajemen produksi akan menyebabkan kerugian usaha.
- e. Program pemasaran: Bidikan pasar yang tepat merupakan bagian penting menuju sukses usaha. Oleh karena itu pengenalan karakteristik pasar menjadi penting untuk mengambil keputusan yang tepat dalam memasarkan produk.
- f. Pencatatan, Pembukuan Usaha dan Evaluasi Usaha: Keseluruhan kegiatan usaha, baik menyangkut aktivitas maupun cash flow harus selalu tercatat dengan baik. Bagian ini merupakan bagian yang sulit dilakukan, karena pada umumnya pengusaha konvensional tidak pernah melakukan pencatatan. Pencatatan dan pembukuan usaha menjadi bagian penting untuk monitoring dan evaluasi usaha. Tanpa ada pencatatan

dan pembukuan money usaha tidak dapat dilakukan dengan baik.

## PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan *workshop* ini ditujukan ibu-ibu wirausaha anggota Aisyiyah di kota Depok. Tempat pelaksanaan kegiatan yaitu di ruangan kelas PAUD Aisyiyah Cisalak Pasar. Kegiatan *workshop* ini memberikan pemahaman kepada peserta yang hadir pada kegiatan tersebut. Adapun peserta yang hadir sebanyak 34 peserta.

Kegiatan yang dilaksanakan hari Ahad, 10 Februari 2019 ini menggunakan pendekatan pemaparan materi dan diskusi interaktif dimana materi disampaikan sesuai kebutuhan peserta. Untuk pemateri yang pertama diisi oleh Faizal Ridwan Zamzany, SE., MM, ahli dalam keuangan, investasi sekaligus Dosen FEB-UHAMKA. Materi yang disampaikan beliau adalah pentingnya membuat laporan keuangan yang standar dengan PSAK ETAP dan jug astandar bank. Sebab, jika laporan keuangan tidak standar dengan perbankan maka akan sulit bagi UMKM dalam mengakses sumber dana di perbankan. Selain itu, materi yang disampaikan dalam sesi ini mengenai sumber-sumber pendanaan yang dapat di peroleh bagi bisnis startup. Bukan hanya sumber pendanaan seperti yang biasa digunakan tetapi juga sumber dana lainnya.

Adapun materi kedua disampaikan oleh Emaridial Ulza, MA dosen manajemen di FEB UHAMKA. Praktisi di bidang media dan advertising sekaligus pengelola beberapa perusahaan media massa. Beliau memberikan pemahaman konsep kreatif dalam berbisnis serta strategi dalam menghadapi bisnis di era digital. Menurut beliau bisnis yang paling mudah adalah melakukan bisnis digital dimulai dari hobi atau kegiatan yang biasa kita lakukan. Bisnis tidak harus selalu baru, tetapi kita dapat memulai bisnis dengan konsep ATM (Amati, Tiru dan Modifikasi), tetapi diperlukan diverensiasi dengan yang sudah ada.

## KESIMPULAN

Kegiatan *workshop* wirausaha seperti ini sangat bermanfaat, baik bagi para anggota Aisyiyah di cisalak pasar dan Kota Depok serta masyarakat pada umumnya. Sehingga mereka dapat mengembangkan sebuah usaha dengan baik pada era digital saat ini.

Latar belakang pendidikan yang beraneka ragam dan sebagian bukan berlatar belakang pendidikan bidang manajemen dan akuntansi, membuat kegiatan seperti ini sangat dibutuhkan bagi para anggota Aisyiyah Kota Depok sehingga membuat mereka semakin berkembang dalam membangun usahanya..

## SARAN

Perlu dilakukan program lanjutan *workshop* wirausaha dan mengelola stratup

digital lanjutan dengan baik dan benar. UHAMKA melalui Lembaga Pengabdian Masyarakatnya dapat terus memberikan dukungan baik secara moril maupun materiil sehingga harapan dan cita-cita Muhammadiyah untuk mewujutkan masyarakat Islam yang sebenar-benarnya dapat sama-sama kita perjuangkan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arief, R. I. (2017). Evaluasi Program Pemberdayaan UKM Dinas Perindustrian dan Perdagangan di Kota Surabaya (Studi di UKM Kampung Bordir Kecamatan Rungkut). *Kebijakan dan Manajemen Publik*, 5(1), 21-27.
- Chrismardani, Y. (2014). Komunikasi pemasaran terpadu: implementasi untuk UMKM. *Neo-Bis*, 8(2), 179-189.
- Suryolaksono, B. (2015). Studi Deskriptif Tentang Program Disperindag Dalam Pemberdayaan Usaha Kecil Menengah Kerajinan Tangan (Handycraft) Di Kelurahan Wonorejo Kecamatan Tegalsari Kota Surabaya. *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*, 3(1).