



STRATEGI PENINGKATAN USAHA TUMBUH LEBIH CEPAT

Esi Sriyanti^{1*}, Afni Yeni², Nurhayati³, Rina Dwiarti⁴, Siska Yulia Defitri⁵,

^{1,2,3,4}Universitas Mahaputra Muhammad Yamin, Indonesia

⁵Universitas Mercubuana Yogyakarta, Indonesia

E-mail: ¹sriyantiesi01@gmail.com

Article History:

Received: 11-11-2023

Revised: 20-11-2023

Accepted: 19-12-2023

Keywords:

UMKM, Usaha Kecil, Strategi

UMKM, Usaha Menengah,

Pendapatan

Abstract: Seiring dengan perkembangan bisnis yang banyak sekarang agar bisnis ini tetap mampu bertahan dan berkembang, salah satu konsep yang diterapkan adalah mau belajar, tidak merasa puas dengan apa yang telah dicapai, action setelah mendapat suatu ide yang telah di dapat tersebut. Memanfaatkan media online dan offline sehingga bisa terjangkau adalah dengan konsep mau untuk berkembang dan mau keluar dari zona nyaman. Banyaknya kemudahan dan fungsi dari target yang menjadi sasaran usaha dengan tip berusaha untuk sukses, mendorong masyarakat atau pengusaha, untuk memanfaatkan segala kemampuan yang dimiliki. Pengabdian masyarakat ini difokuskan pada pengusaha UMKM di daerah objek wisata Danau Singkarak, nantinya UMKM sebagai peserta PKM dan seluruh masyarakat Singkarak diharapkan akan lebih memahami pentingnya trik berbisnis agar sukses untuk meningkatkan daya saing usaha.

PENDAHULUAN

Usaha merupakan kegiatan masyarakat dalam usaha memperoleh pendapatan, yang dilakukan dalam bentuk jasa, dagang maupun produksi. Dilihat dari perkembangannya, usaha dapat dilihat sebagai usaha kecil, menengah maupun usaha besar. Di Indonesia, usaha yang banyak berkembang dan menjadi sentra perekonomian masyarakat secara umum adalah usaha dalam mikro kecil dan menengah atau dikenal dengan UMKM. Perkembangan UKM dalam berbagai riset menjadi perhatian pemerintah karena dapat pemeratakan perekonomian masyarakat (Nasyi'ah & Safitri, 2021). Provinsi Sumatera Barat memiliki kurang lebih 580 ribu unit UMKM atau 89 persen perekonomian masyarakat di Sumatera Barat yang digerakkan oleh UMKM (Nurlaila et al., 2022).

Singkarak adalah salah satu nagari di kecamatan X Koto Singkarak pada Kabupaten Solok, Sumatra Barat. Nagari Singkarak memiliki luas wilayah 1200 ha yang secara geografis terletak pada posisi 0°42'05" LS dan 100°43'40" LB. Batas wilayah Desa Singkarak yaitu sebelah utara dengan Desa Malalo, sebelah selatan dengan Desa Aripin, sebelah barat dengan Desa Sumani dan Koto Sani serta sebelah timur dengan Desa Tikalak. Suhu yang terdapat di Desa Singkarak yaitu 30 °C dengan curah hujan bulanan rata-rata 173,72 mm/bulan.



Nagari Singkarak merupakan bagian dari Kabupaten Solok yang sangat berpotensi untuk pengembangan usaha, karena lokasi nya sangat strategis dengan pemandangan danau singkarak dan objek wisata yang banyak dikunjungi wisatawan sekitar Kab/Kota Solok. Di daerah Singkarak sudah banyak UMKM yang membuka usaha makanan, minuman dan lain sebagainya, namun memiliki banyak keterbatasan pengetahuan bisnis dan manajemen (Suyadi et al., 2018,) tidak saja lemah dalam jumlah modal (Hanim & Noorman, 2018) tetapi juga belum mampu melakukan pengelolaan manajemen (Riskarini et al., 2020), belum mampu menyusun perencanaan harga dalam penentuan harga bersaing (Sitorus, 2019), juga lemah dalam: pengetahuan, keterampilan, teknologi yang digunakan (Heryana et al., 2023). Pendek kata, UMKM pada umumnya memiliki kelemahan dalam aksesnya terhadap: permodalan, informasi pasar, teknologi (hasil penelitian), pengembangan SDM (pendidikan dan pelatihan), serta lemahnya dukungan.

Pada tahun 2022 pertumbuhan ekonomi Kabupaten Solok mulai meningkat terutama sektor UMKM, perdagangan, industri dan pengolahan sebagai sektor unggulan. Terakselerasinya ekonomi Kabupaten Solok merupakan cerminan bahwa pada sektor usaha kembali bergairah dan menunjukkan pemulihan seiring dengan bertambahnya jumlah pengunjung objek wisata di Nagari Singkarak. Meningkatnya jumlah pengunjung objek wisata tersebut tidak sebanding dengan peningkatan pertumbuhan bisnis. Ketidakseimbangan tersebut menyebabkan permasalahan yang harus segera dibenahi dan dicari solusinya. Hal ini tentu akan berpengaruh terhadap kesejahteraan ekonomi dan keluarga.

Berdasarkan pengamatan kami team dilapangan juga masih banyak yang telah memiliki usaha namun kurang mau bergerak salah satu penyebabnya takut akan resiko yang akan terjadi dan melek pada fenomena di pasar dan masyarakat. Kemauan pelaku UMKM untuk belajar dan terus untuk melakukan evaluasi membuat kurang berkembangnya usaha pelaku usaha dan tidak diminati oleh masyarakat. Kegiatan PKM bertujuan agar dapat memberikan motivasi kepada peserta PKM dalam meningkatkan motivasi dan kreativitas usahanya yang berdampak pada peningkatan pendapatan.

METODE

Metode pelaksanaan PKM Pengabdian yang di lakukan oleh Dosen Prodi Manajemen dan Akuntansi secara tatap muka langsung ke lapangan, mengunjungi masyarakat di Nagari Singkarak Kab Solok sekaligus dalam rangka pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Mahaputra Muhammad Yamin. Berikut beberapa tahapan yaitu : 1. Tahap Pendahuluan Dalam tahap ini kita mempersiapkan dengan cara menyurati pimpinan Nagari (Wali nagari Singkarak). 2. Tahap Persiapan, Pada tahap persiapan yang dilakukan adalah menganalisa masalah agar nanti PKM yang dilakukan tepat pada sasaran. Pada tahap ini mengidentifikasi masalah dan mencari upaya untuk membantu mengatasi masalah yang muncul. 3. Tahap Pelaksanaan Tahap pelaksanaan terbagi menjadi beberapa sesi yaitu pembukaan, penyampaian teori dan sosialisasi tentang topik PKM.

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini ditutup dengan laporan hasil 4. Tahap Evaluasi Selanjutnya sebagai tahap terakhir adalah evaluasi. Peserta dalam kegiatan ini adalah masyarakat Nagari Singkarak khususnya memiliki usaha kecil dan menengah. Adapun metode pendekatan yang di lakukan dalam upaya kegiatan PKM ini adalah : metode ceramah, diskusi, dan presentasi oleh peserta. Langkah-langkah kegiatan pengabdian ini adalah



sebagai berikut: 1. Langkah 1 Metode Ceramah Peserta diberi motivasi agar memiliki spirit dan berbisnis yang tinggi dan melekat dengan cara mengubah paradigma berfikir peserta terkait dengan kegiatan berwirausaha. 2. Langkah 2 (Metode Ceramah dan Diskusi): Peserta diberikan kasus pemecahan dan konsep pengeloaan usaha dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan kewirausahaan mereka. 3. Langkah 3 (Penyimpulan): Peserta sosialisasi diberikan kesempatan untuk menyimpulkan dan dapat membuat perubahan baru dan menerapkan, apa yang menjadi topic pengabdian tersebut.

HASIL

Seiring berkembangnya usaha kecil dan menengah saat ini, tantangan dan persaingan semakin tajam dalam merebut pangsa pasar, pelaku bisnis dituntut untuk dapat memberdayakan sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien agar suatu usaha bisa mempunyai keunggulan bersaing. Serta diharapkan dapat menyusun suatu strategi. Dalam PKM dilakukan sosialisasi dengan menghadirkan UMKM, pemuda, wali nagari serta perangkat nagari



Gambar 1. Pemberian Materi

Mengembangkan UMKM membutuhkan Langkah-langkah dan strategi yang tepat, karena banyak UMKM yang berdiri namun usahanya tidak berkembang, mengalami kerugian dan bahkan berakhir dengan ditutupnya usaha tersebut. Ada beberapa strategi yang bisa membantu pengembangan UMKM sehingga dapat berpotensi lebih baik dimasa yang akan datang, yaitu:

1. Survey dan Observasi Tempat.

Salah satu cara untuk mengembangkan usaha adalah dengan membuka cabang usaha di tempat-tempat yang berpotensi terjadi penjualan yang tinggi. Lakukan survey dan observasi lokasi yang dituju, apakah tempat itu membutuhkan produk yang kita jual, sehingga pertimbangan tempat adalah tempat yang tepat untuk membuka usaha anda

2. Mengikuti beberapa acara pameran dan festival

Melalui pameran maka produk akan dikenalkan kepada masyarakat lebih luas. Pameran dan festival merupakan pemasaran yang cukup terjangkau dan mendapatkan lebih banyak manfaat, namun pilihlah pameran yang cocok dengan produk kita. Contohnya dengan mempunyai usaha kuliner maka perlu mengikuti pameran tentang makanan tradisional



3. Membangun relasi antar sesama pengusaha
Menjalankan usaha bukan Cuma sekedar berdagang sendirian, tetapi juga menambah relasi yang lebih banyak. Semakin banyak relasi semakin membuka peluang untuk memperluas wilayah bisnis
4. Meningkatkan mutu pelayanan
Menerima kritik dan saran dari orang lain merupakan bentuk usaha dalam meningkatkan mutu pelayanan karena kita akan mengetahui apa yang menjadi kekurangan kita untuk dapat diperbaiki menjadi lebih baik
5. Mengikuti perkembangan teknologi dalam bisnis
Saat ini teknologi merupakan aspek yang dapat mendukung usaha kita. Melalui teknologi dapat membantu dalam berbagai hal seperti administrasi, transaksi keuangan, komunikasi dan penjualan.
6. Gunakan media social untuk memasarkan produk anda
Salah satu cara yang efektif dalam meningkatkan penjualan adalah melakukan pemasaran (marketing). Dengan menggunakan ponsel semua dapat menemukan informasi melalui internet. Pemasaran melalui digital pada saat ini perlu dilakukan sebagai alternatif memperkenalkan produk kepada calon pelanggan.
7. Manfaatkan beberapa e-commerce untuk menjual produk anda
Tren belanja secara online saat ini merupakan selera masyarakat dalam pemenuhan kebutuhannya. Belanja secara online bisa dilakukan dimana dan kapan saja. Salah satu cara berbelanja secara online adalah dengan mengakses e-commerce. E-commerce dengan konsep marketplace menawarkan jasa bagi pemilik usaha untuk menjual secara online dengan cara membuka toko di situs mereka seperti Lazada, Bukalapak, Shopee dan lain sebagainya



Gambar 2. Kegiatan Diskusi

DISKUSI

Mengembangkan usaha memang tak semudah membalikkan telapak tangan. Karena untuk melakukan itu anda perlu merogoh kocek lebih dulu. Kesuksesan usaha anda sangat tergantung pada strategi yang anda lakukan. Jika anda menjalankan strategi yang kurang tepat maka anda kemungkinan akan mengalami kerugian. Tetapi ketika melakukannya dengan baik dan sesuai dengan langkah-langkah yang terukur, bisa jadi ini akan meningkatkan pendapatan dan omzet anda.



KESIMPULAN

Untuk mulai berwirausaha, cara yang paling efektif adalah dengan mengamati apa yang kita lakukan sehari-hari. Salah satunya dengan mencari sesuatu yang membuat seseorang sangat senang melakukannya, seakan tanpa ada perasaan lelah dimulainya bisnis adalah karena keterpaksaan. Industri teknologi dan komunikasi yang mewarnai dunia saat ini, dulu adalah kecil yang dimulai dari hal hal yang kecil dan nantinya akan berakhir dengan usaha yang besar.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Ucapan terima kasih kepada Rektor Universitas Mahaputra M. yamin Solok yang telah memberi motivasi dan semangat kepada dosen Universitas Mahaputra M. Yamin Solok untuk melakukan PKM yang merupakan salah satu dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, kepada Bapak Wali Nagari Singkarak yang telah membantu memfasilitasi pada saat Supervisi KKN mahasiswa UMMY Solok sekaligus melaksanakan PKM, dan semua pihak yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu yang telah membantu demi kelancaran PKM ini.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Kementerian Negara Koperasi dan UKM. 2007. Peraturan Menteri Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia : Pedoman Peningkatan Koperasi. Jakarta
- [2] Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). *Competing Paradigms in Qualitative Research. Handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, CA :Sage. Retrieved from http://create.alt.ed.nyu.edu/courses/3311/reading/10-guba_lincoln_94.pdf
- [3] Hanim, L., & Noorman, M. (2018). *UMKM & Bentuk-Bentuk Usaha* (Vol. 1).
- [4] Heryana, N., Fuad, M., Nugraheni, T., Darnilawati, Rachmawati, M., Triansyah, F. A., Susano, A., Defitri, S. Y., Iswahyudi, M. S., & Al-Sakinah, P. S. (2023). *UMKM Dalam Digitalisasi Nasional* (Fachrurazi, Ed.). Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- [5] Nasyi'ah, E. Z., & Safitri, E. A. (2021). Edukasi Pentingnya Pembukuan bagi Para Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 2(3), 216. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v2i3.13365>
- [6] Nurlaila, Nasution, Y. S. J., Hermain, H., & Silalahi, P. R. (2022). Pengembangan UMKM Kuliner Berbasis Syariah: Studi Kasus di Sumatera Barat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03). <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6822>
- [7] Riskarini, D., Putriana, L., Nisa, C., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2020). Pengelolaan SDM UMKM Kuliner Binaan. *Suluh : Jurnal Abdimas*, 2(1), 1–12. <http://journal.univpancasila.ac.id/index.php/SULUH>
- [8] Sitorus, G. (2019). Penyuluhan Perencanaan Usaha, Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Lingkungan RT002/02, Kebayoran Lama Utara, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan. *Jurnal Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia*, 4(1), 64–70.
- [9] Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 1–10. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>



HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN