
**POLA INKUBASI MANAJEMEN USAHA KRUPUK DALAM PENGEMBANGAN
EKONOMI, INOVASI DAN DIVERSIFIKASI PRODUK MASYARAKAT
KOTA MATARAM**

Bahrur Rosyid

Universitas Islam Negeri Mataram

bahrurrosyid@gmail.com

Abstrak

Labelisasi halal menjadi sangat urgen yang harus ada pada satu kemasan produk. Manajemen Usaha salah satunya Merk yang terdapat pada suatu Manajemen kemasan Manajemen Usaha. Pembinaan dan Pendampingan terhadap manajemen Usaha, mengingat ini suatu hal yang sangat urgen, harapan Pembinaan dan Pendampingan ini UMKM mampu berinovasi terhadap produk yang dihasilkan, sehingga dapat mendukung program Pemerintah dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif berdasarkan kerakyatan. Adapun Permasalahan yang diangkat adalah Produk dihasilkan, sasaran pasarnya, omset, tenaga kerja, peluang pasar, jenis bantuan dan pembinaan yang telah diperoleh, belum terkoordinasinya peran "intermediasi" secara terpadu antar lembaga/instansi yang mengembangkan dan membina UKM. Konsep Pengabdian pada masyarakat dengan Pola Inkubasi Bisnis, sehingga akan menghasilkan Integrasi yang bersifat Simbiosis Mutualisme dari Kedua Kelompok Usaha yang berbeda ini, sehingga dapat menghasilkan Inovasi Produk dari program Pengembangan Ekonomi Kreatif berbasis kerakyatan, untuk dapat menciptakan diversifikasi produk, khususnya produk makanan bergizi, yaitu bahan baku utamanya Ikan Air Tawar, sehingga masyarakat kita lebih kaya lagi produk-produk makanan yang memiliki nilai gizi tinggi, akan menumbuhkan lagi kemandirian Masyarakat dalam meningkatkan kesejahteraan hidupnya, taraf hidup dengan meningkat pendapatan masyarakat, Intinya dari Pendampingan ini Masyarakat khususnya yang ada di Lingkungan Gegutu Timur ini akan lebih Sejahtera lagi, Amin.

Kata Kunci : Inkubasi Bisnis, Ekonomi Kreatif, Daya Saing

1. PENDAHULUAN

Sebagian besar usaha kecil di Indonesia justru tidak mengemas produksi dengan kemasan yang prima. Hal ini dikarenakan pengetahuan tentang manajemen usaha yang rendah, merk yang terdapat pada suatu kemasan produk. Labelisasi halal adalah menjadi sangat urgen yang harus ada pada satu kemasan produk. Beberapa hal yang masih menjadi penghambat dalam pengembangan UKM Produk dihasilkan, sasaran pasarnya, omset, tenaga kerja, peluang pasar kedepan, jenis bantuan dan pembinaan apa saja yang telah diperoleh, perkembangan setelah dibantu dan dibina,

belum terkoordinasinya peran "intermediasi" secara terpadu antar lembaga/instansi yang menjalankan fungsi untuk mengembangkan dan membina UKM, belum dimilikinya tolak ukur keberhasilan pembinaan yang dilakukan hanya berjangka waktu pendek yang saling mendukung dan berkelanjutan untuk jangka panjang. Pembinaan dan Pendampingan terhadap manajemen Usaha, mengingat ini suatu hal yang sangat urgen, harapan Pembinaan dan Pendampingan ini UMKM mampu berinovasi terhadap produk yang dihasilkan, sehingga dapat mendukung program Pemerintah dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif berdasarkan kerakyatan.

1.1 Rumusan Masalah

Adapun Permasalahan yang diangkat adalah :

Produk dihasilkan, sasaran pasarnya, omset, tenaga kerja, peluang pasar, jenis bantuan dan pembinaan yang telah diperoleh, belum terkoordinasinya peran "intermediasi" secara terpadu antar lembaga/instansi yang mengembangkan dan membina UKM, sehingga Pembinaannya hanya berjangka waktu pendek dan bukan berkelanjutan untuk jangka panjang.

1.2 Tujuan Pengabdian/ Penelitian

Adapun tujuan pengabdian sebagai berikut:

Program ini memberikan pembinaan dan pengembangan UKM yang tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan, dari segi penguatan produk/Kemasan dan Pemasaran, seperti : merk dan labelisasi dan pemasaran produk yang dihasilkan, sehingga dapat mendukung program Pemerintah dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif.

1.3 Kajian (Pengabdian)

Lingkungan Gegutu Timur Kelurahan Rembiga Kecamatan Selaparang, selama ini sudah memiliki kelompok usaha Krupuk yang beranggotakan kurang lebih 30 orang. Pada tahap awal kelompok ini usahanya maju, ini dibuktikan dengan banyaknya tingkat permintaan dari berbagai daerah di Pulau Lombok bahkan sampai mengirim Produknya ke Pulau Sumbawa. Berbicara penyerapan tenaga kerja, satu orang pengusaha mempekerjakan 4-5 orang, kalau pengusahaan sebanyak 30 orang berarti jumlah penyerapan tenaga kerja yang diserap kalau rata-rata per pengusaha menggunakan 5 orang pekerja, berarti jumlah tenaga kerja yang terserap di kelompok usaha ini adalah 150 orang pekerja, ini berarti secara kuantitatif penduduk Lingkungan Gegutu Timur menggantungkan hidupnya pada usaha krupuk ini cukup nyata kelihatan sekali, pasca Pemerintah Kota Mataram dalam hal ini Dinas KOPERINDAG. Mengadakan kunjungan mendadak ke kelompok usaha tersebut dengan mengajak serta dari Dinas Kesehatan Kota Mataram, menguji Lab. Produk dari kelompok tersebut, singkat cerita ternyata produk kelompok usaha ini mengandung zat pengawet mayat (*Borax*), semenjak temuan inilah/peristiwa ini

kelompok usaha kerupuk ini mengalami penurunan tingkat produksi, lantaran tingkat permintaan di Pasaran turun, sehingga berdampak pada keberlangsungan kelompok Usaha krupuk ini yang pada akhirnya ujung-ujung dari peristiwa ini berakibat pada kesejahteraan penduduk akan berdampak pula, berikut dari Instansi Pemerintah yang terkait tidak adanya solusi yang dapat diberikan dari permasalahan ini. Informasi berikutnya Lingkungan Gegutu Timur, merupakan salah satu daerah pemasok Ikan Air Tawar terbesar di Kota Mataram, hal ini terbukti dengan adanya kelompok usaha tani Ikan Air Tawar di Lingkungan Gegutu Timur yang tetap memproduksi Ikan Air Tawar secara kontinyu dan bahkan kelompok Usaha tani Ikan Air Tawar ini pernah menjadi Juara III tingkat Nasional, dari informasi ini menjadi kajian mendampingi daerah/ Lingkungan ini untuk mengelola dua kelompok usaha ini secara Integratif, *Simbiosis Mutualisme*, InsyaAllah dari Integrasi ini harapannya dapat menciptakan suatu Inovasi produk, yaitu Produk Krupuk dari Ikan Air Tawar, yakni Ikan Nila.

2. Metodologi

Metode kegiatan yang digunakan dalam pemberdayaan disini menggunakan tiga metode yaitu :

1. Metode *Partisipatory action research*.

Digunakan dalam proses awal kegiatan, di mana tim fasilitator (dosen) mencoba untuk berdialog dengan Masyarakat. Dialog ini dilakukan secara intensif guna menggali lebih jauh dan mengenali masalah-masalah yang menjadi hambatan pada Masyarakat Gegutu Timur. Dari hasil PAR ini diharapkan menjadi bahan rujukan dalam melaksanakan pembinaan.

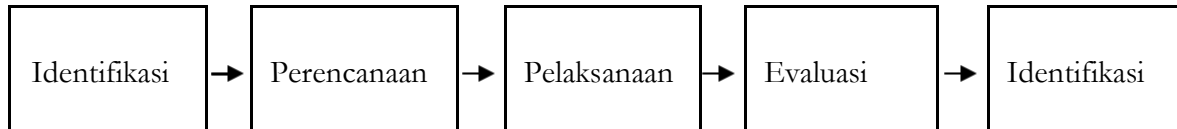
2. Metode Pelatihan dan Pembinaan.

Kegiatan ini dimaksudkan untuk memberikan orientasi dengan tujuan memberikan wawasan , pengetahuan dan pembinaan melalui pola Pendekatan dengan sistem PAR bagi Pelatihan Manajemen Usaha, dengan pola Integrasi dua kelompok usaha yang berbeda, sehingga dapat menghasilkan Inovasi-inovasi produk baru. Berikutnya setelah dilatih berikut dibina secara intensif dengan target capaian yang jelas, yaitu punya Manajemen Usaha yang handal menciptakan inovasi produk baru.

3. Metode pendampingan.

Kegiatan ini dilakukan oleh TIM setelah kelompok usaha yang berbeda ini terintegrasi, berikutnya dilaksanakan pendampingan secara kontinue, sehingga diperoleh hasil yang maksimal apa yang diharapkan.

Agar strategi ini berhasil, maka TIM juga akan melakukan evaluasi. Evaluasi dalam kegiatan Pembinaan dan Pendampingan Manajemen Usaha dalam pengembangan kehidupan. Materi evaluasi terkait dengan pelaksanaan kegiatan mengikuti siklus sebagaimana skema di bawah ini (Maimun, 2007):



Tahap awal evaluasi adalah dengan melakukan identifikasi program yang belum dapat dijalankan. Peluang, kelemahan dan kekuatan yang ada dalam program yang direncanakan. Setelah identifikasi, menyusun kembali program agar dapat diaplikasikan sesuai dengan periode yang telah ditentukan. Selanjutnya adalah pelaksanaan program yang telah dievaluasi. Dalam proses evaluasi ini akan selalu melibatkan *stake holder*.

2.1 Rencana Pembahasan

Dalam kegiatan desa binaan ini, fasilitator melibatkan *stakeholder* guna mendukung keberhasilan kegiatan, yaitu :

1. Kepala Lingkungan Gegutu Timur

Bentuk Keterlibatannya adalah bersama-sama Fasilitator akan melakukan binaan terhadap Para Anggota Kelompok di Lingkungan Gegutu Timur untuk bisa mendobrak potensi lingkungan Gegutu Timur melalui manajemen usaha dalam mengembangkan minat, potensi dan Inovasi Produk.

2. Tokoh Masyarakat.

Bentuk keterlibatannya adalah memberikan motivasi kepada para Anggota kelompok Usaha untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan, dalam hal ini Tokoh Masyarakat sebagai narasumber dalam pelatihan.

3. Dinas Perindustrian dan Dinas Perdagangan Kota Mataram.

Bentuk keterlibatannya adalah memberikan materi tentang pengelolaan Potensi Lingkungan, sehingga dari hasil pelatihan ini Anggota kelompok Usaha menjadi terbuka pola pikirnya, berikut menuangkan bakat minatnya dalam mengembangkan inovasi-inovasi produk.

Sumber Daya Manusia dalam hal ini adalah Kelompok Usaha Krupuk dan Kelompok Usaha Tani Ikan Air Tawar yang ada di lingkungan Gegutu Timur masing-masing memiliki potensi yang besar, seperti Kelompok Usaha krupuk, sudah paham bagaimana pengelolaan krupuknya, memprosesnya/mengolah, mengemas produknya, berikut Kelompok usaha tani ikan, sudah ahli, bagaimana budidaya ikan, usaha membesarkan/ proses penggemukan ikan, membuat pakan ikan sampai pada proses panen ikan tersebut, tinggal sekarang, yaitu mengeksekusi dua kelompok ini menjadi satu pola kegiatan, sehingga diharapkan akan terciptanya inovasi produk baru yang unggul. Amin.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pelaksanaan Kegiatan

Identifikasi Potensi Lokal

Hal pertama yang harus dilakukan oleh seorang wirausahawan adalah mengidentifikasi potensi lokal. Potensi lokal di sini terdiri dari Sumber Daya Manusia (SDM) dan Sumber Daya Alam (SDA). Tujuan memetakan SDM adalah agar dalam melaksanakan setiap gagasan/usaha yang akan dijalankan didukung oleh SDM yang memang dibutuhkan, baik secara kuantitas maupun kualitas, serta kompetensi yang dimiliki. Dari hasil pemetaan tersebut, wirausaha tersebut bisa memilih jenis usaha yang akan dilaksanakan.

Sementara itu, identifikasi SDA dilakukan agar seorang wirausaha mengetahui apa potensi lokal yang tersedia di daerah tersebut. Potensi lokal di sini tidak terbatas pada sumber-sumber alam, namun juga alam itu sendiri (geografis) yang dapat dijadikan potensi yang dapat didayagunakan dalam dan untuk mendukung usaha. Dengan mengidentifikasi potensi lokal wirausaha kemudian coba untuk merancang nilai tambahnya. Konsep setelah mengetahui dan menguasai kualitas tersebut, seorang entrepreneur harus melakukan tahapan demi tahapan bisnis yang sering dikenal dengan istilah proses kewirausahaan.

Identifikasi dan evaluasi peluang

Keberhasilan usaha ditentukan oleh banyak hal, tetapi yang paling penting adalah apakah pelaku benar-benar mengenal karakter dan berada pada bidang yang disukai dan diakrabi? Bukan tidak mustahil bahwa keberhasilan hanya soal waktu saja bagi orang-orang yang benar-benar mencintai pekerjaannya.

Analisis Kondisi Lingkungan dan Pasar

Analisis kondisi lingkungan dan pasar dimaksudkan untuk mengetahui kebiasaan-kebiasaan, adat istiadat/budaya lokal masyarakat setempat serta jenis barang/jasa yang

dibutuhkan, juga untuk mengetahui jumlah penyedia barang dan jasa yang sudah ada di tempat tersebut. Hal ini sangat penting dilakukan sebelum menentukan jenis usaha yang dijalankan agar antara jumlah produksi dan kebutuhan riil masyarakat terhadap barang dan jasa tersebut seimbang.

Di samping itu, analisis lingkungan juga dimaksudkan agar wirausahawan bisa menyelaraskan antara jenis barang/jasa yang diproduksi dengan filosofi hidup masyarakat setempat. Dengan demikian, tidak akan terjadi gesekan antara barang dan jasa yang diproduksi dengan aturan-aturan lokal yang mengakar dalam masyarakat.

Strategi yang menyangkut penetrasi pasar, ekspansi pasar, diversifikasi produk dan jasa, integrasi regional, atau ekspansi usaha. Ini menyangkut pertanyaan: Bagaimana pasar dapat dicapai? Bagaimana posisi strategis perusahaan harus diperbaiki? Peluang mana yang akan diambil?

Strategi Penanaman Jiwa Wirausaha

Dalam konsep sosial, kewirausahaan merupakan suatu tujuan untuk membangun kemandirian dan berpikir inovatif dalam menciptakan karya sesuatu. Berdasarkan data survei, bahwa Indonesia hanya memiliki sekitar 400.000 *entrepreneur*, atau sekitar 0,18 persen dari keseluruhan populasi penduduknya.

Potensi yang dimiliki masyarakat harus ditumbuhkembangkan agar tercipta rasa kreasi apa yang telah diperbuat melalui hasil karyanya. Kewirausahaan haruslah dimaknai sebagai momentum untuk mengubah mentalitas, pola pikir dan perubahan sosial budaya.

Prinsip-prinsip dasar yang ada dalam kewirausahaan itu, antara lain; bagaimana membangun karakter yang tangguh, kreatif, inovatif, cerdas, mandiri, produktif dan mampu memanfaatkan peluang atau sumberdaya yang ada. Masyarakat Indonesia secara umum mempunyai peran strategis dalam mendukung peningkatan sumber daya manusia Indonesia yang berkualitas, sehingga program peningkatan jumlah wirausaha di Indonesia tidak dianggap kewajiban pemerintah semata. Komponen pemuda yang merupakan generasi penerus, penanggungjawab dan pelaku pembangunan masa depan juga harus diarahkan untuk lebih giat berpikir, berbuat, berkreasi, berinovasi dan tidak menutup diri terhadap perubahan-perubahan yang mengarah pada kemajuan.

Menumbuhkan pola pikir, mental dan sikap wirausaha membutuhkan waktu yang lama dan strategi yang tepat, perencanaan yang matang dengan melibatkan unsur-unsur terkait seperti akademisi, pemerintah dan pelaku bisnis/usaha. Dengan adanya sinergitas kerja antara pihak-pihak yang konsern terhadap pengembangan potensi dan ekonomi masyarakat tersebut, program

pembumian wirausaha akan lebih cepat mencapai target dan sasaran. Salah satu cara untuk mengubah pola pikir masyarakat sehingga memiliki keinginan untuk melirik jenis profesi wirausaha adalah dengan memperbanyak sosialisasi, pelatihan-pelatihan dan seminar terkait wirausaha. Setelah itu, perlu ada pola pendampingan yang konstan dari pemerintah dan dunia usaha sehingga wirausahawan baru tersebut tetap merasa termotivasi dan selalu *survive* dengan usaha yang dijalankan.

Cara lain dalam menanamkan jiwa wirausaha adalah dengan menggandengkannya dengan kegiatan-kegiatan *extra* lainnya seperti pramuka, kegiatan olahraga dan kegiatan kepemudaan lainnya. Di samping membutuhkan modal materi, dalam melakukan usaha seorang wirausaha juga membutuhkan nilai lain berupa kecerdasan (IQ), modal sosial dan emosional (EQ), dan modal spiritual (SQ). Ketiga modal tersebut sangat besar pengaruhnya dalam upaya mempertahankan (*sustainability*) dalam menjalankan usaha. Karena dunia usaha, sebagaimana dunia lainnya, juga mengalami pergerakan, perubahan dan selalu mengalir sesuai irama dunia usaha tersebut. Atas dasar pemikiran tersebut, dalam setiap pendidikan dan pelatihan kewirausahaan, panitia/pelaksana kegiatan harus memasukan ketiga komponen tersebut sebagai materi yang harus dikuasai.

Tahapan Pengabdian Masyarakat

Kebijakan ekonomi Pemerintah yang pro ekonomi kerakyatan merupakan hal yang sangat penting bagi pembangunan Indonesia. Hal itu dapat dilihat dari beberapa fakta yang ada pada data Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), yang memiliki peran dominan terhadap perekonomian, sehingga dapat menaikkan taraf hidup sebagian besar rakyat Indonesia, di mana dampaknya terjadi dalam stabilitas kehidupan sosial lainnya. Di sisi lain, sektor UMKM juga harus terus mengevaluasi diri dalam menciptakan daya saing produksinya, sehingga produk-produknya dapat diterima oleh masyarakat luas baik dalam negeri maupun luar negeri.

Usaha kecil menempati posisi strategis dalam perekonomian di Indonesia yang tidak perlu diragukan lagi. Dari segi penyerapan tenaga kerja, sekitar 90% dari seluruh tenaga kerja Indonesia bekerja pada sektor usaha kecil. Peran usaha kecil yang sangat besar pada masa resesi ekonomi tahun 1998 dan selama proses pemulihan ekonomi semakin mengukuhkan posisi usaha kecil sebagai pelaku ekonomi yang sangat penting. Namun demikian, walaupun usaha kecil mempunyai tempat yang sangat strategis bagi perekonomian suatu bangsa, tetap saja usaha kecil khususnya di Indonesia sering mengalami kendala yang sangat klasik, seperti : i). Kekurangan modal; ii). Teknologi dan ke iii) pemasaran produk, sehingga muncul pertanyaan mendasar yaitu bagaimana sektor usaha kecil di Indonesia dapat didorong menjadi usaha berskala besar, sehingga

mampu meningkatkan Perekonomian Nasional. Manajemen usaha atau *Bussines Management* adalah proses perencanaan, pengorganisasian, memimpin, staf dan mengendalikan kegiatan berbagai sumber daya dalam organisasi melalui usaha manusia sistemik, terkoordinasi dan kooperatif untuk mencapai tujuan organisasi.

Dinamika Sosial, Budaya, Ekonomi Masyarakat

Dampungan Dinamika Sosial

Lingkungan Gegutu Timur Kelurahan Rembiga Kecamatan Selaparang, selama ini sudah memiliki kelompok usaha Krupuk yang beranggotakan kurang lebih 30 orang, yang bersama-sama memproduksi krupuk Tepung Terigu, krupuk Tempe. Pada Awal-awal dulu kelompok ini sangatlah mapan dan Alhamdulillah usahanya maju, ini dibuktikan dengan banyaknya tingkat permintaan dari berbagai daerah di Pulau Lombok bahkan sampai mengirim Produknya ke Pulau Sumbawa. Adapun usaha krupuk ini pada waktu itu per orang anggota rata-rata perharinya membutuhkan tepung terigu 1 (satu) sampai dengan 2 (dua) kwintal tepung terigu yang dapat diolah menjadi krupuk terigu, kita bisa bayangkan kelompok ini dalam sehari membutuhkan kurang lebih 3-4 ton tepung terigu sebagai bahan baku utama membikin krupuk terigunya, berikut kita berbicara penyerapan tenaga kerja, satu orang pengusaha mempekerjakan 4-5 orang, kalau pengusahaan sebanyak 30 orang berarti jumlah penyerapan tenaga kerja yang diserap kalau rata-rata per pengusaha menggunakan 5 orang pekerja, berarti jumlah tenaga kerja yang terserap di kelompok usaha ini adalah 150 orang pekerja, ini berarti secara kuantitatif penduduk Lingkungan Gegutu Timur menggantungkan hidupnya pada usaha krupuk ini cukup nyata kelihatan sekali.

Dinamika Budaya

Namun kondisi seperti ini tidak dapat berlangsung lama, ternyata Pemerintah Kota Mataram dalam hal ini Dinas KOPERINDAG. Mengadakan kunjungan mendadak ke kelompok usaha tersebut dengan mengajak serta dari Dinas Kesehatan Kota Mataram, menguji Lab. Produk dari kelompok tersebut, singkat cerita ternyata produk kelompok usaha ini mengandung zat pengawet mayat (*Borax*), semenjak temuan inilah/peristiwa ini kelompok usaha kerupuk ini mengalami penurunan tingkat produksi, lantaran tingkat permintaan di Pasaran turun dan peristiwa yang sama ini bukan hanya terjadi di kelompok usaha kerupuk Lingkungan Gegutu Timur saja, bahkan disemua wilayah di Lombok, contoh di Usaha krupuk di Gelogor Kediri juga terjadi demikian. Dari peristiwa inilah Pemerintah Gencar melarang penggunaan bahan baku pembuatan makanan dengan bahan tambahan *Borax* serta memperketat pengawasan. Mengapa Pengusaha makanan khususnya usaha krupuk menggunakan *Borax*, zat ini digunakan untuk

memperenyah makanan yang diproduksi lebih-lebih krupuk. Tapi tetap saja zat ini tetap saja tidak diperbolehkan dikarenakan sangat berpengaruh besar terhadap kondisi kesehatan kita.

Dinamika Ekonomi Masyarakat Dampingan

Masalahnya sekarang adalah mengapa mengambil lingkungan Gegutu Timur sebagai tempat Dampingan, dikarenakan ada faktor lain yang dilihat lagi disini, yaitu di Lingkungan Gegutu Timur, merupakan salah satu daerah pemasok Ikan Air Tawar terbesar di Kota Mataram, hal ini terbukti dengan adanya kelompok usaha tani Ikan Air Tawar di Lingkungan Gegutu Timur dan bahkan pernah menjadi Juara III tingkat Nasional. Nah dari informasi ini saya secara pribadi ingin mendampingi daerah/ Lingkungan ini untuk mengelola dua kelompok usaha ini, InsyaAllah untuk menciptakan suatu Inovasi produk, yaitu Produk Krupuk dari Ikan Air Tawar, yakni Ikan Nila, dikarenakan Jenis ikan inilah yang banyak dikelola pada kelompok Tani Ikan Air Tawar ini. Sumber Daya Manusia dalam hal ini adalah Kelompok Usaha Krupuk dan Kelompok Usaha Tani Ikan Air Tawar yang ada di lingkungan Gegutu Timur masing-masing memiliki potensi yang besar, seperti Kelompok Usaha krupuk, sudah paham bagaimana pengelolaan krupuknya, memprosesnya/mengolah, mengemas produknya, berikut Kelompok usaha tani ikan, sudah ahli, bagaimana budidaya ikan, usaha membesarkan/ proses penggemukan ikan, membuat pakan ikan sampai pada proses panen ikan tersebut, tinggal sekarang, yaitu mengeksekusi dua kelompok ini menjadi satu pola kegiatan, sehingga diharapkan akan terciptanya inovasi produk baru yang unggul. Amin.

Partisipasi dan Pelibatan Para Pihak

Dalam kegiatan desa binaan ini, Fasilitator akan melibatkan *stakeholder* guna mendukung keberhasilan kegiatan. Adapun *stakeholder* yang terlibat dan atau dilibatkan, diantaranya yaitu :

a. Kepala Lingkungan Gegutu Timur

Bentuk Keterlibatannya adalah bersama-sama Fasilitator akan melakukan binaan terhadap Para Anggota Kelompok di Lingkungan Gegutu Timur untuk bisa mendobrak potensi lingkungan Gegutu Timur melalui manajemen usaha dalam mengembangkan minat, potensi dan Inovasi Produk.

b. Tokoh Masyarakat.

Bentuk keterlibatannya adalah memberikan motivasi kepada para Anggota kelompok Usaha untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan, dalam hal ini Tokoh Masyarakat sebagai narasumber dalam pelatihan.

3.2 Pendampingan

Proses Perencanaan Usaha

Jika kita berani mencari dan memanfaatkan peluang usaha itu sudah merupakan langkah awal yang cukup bagus sebagai modal dasar para calon pengusaha untuk melanjutkan ke step berikutnya. Namun berani berbisnis bukan berarti berani melangkah hanya modal nekat saja dan tanpa perhitungan, semua harus dipersiapkan dengan cukup baik dan rasional. Kadang nekat memang diperlukan namun nekat yang rasional dan sebuah kecekatan yang dilandasi perhitungan yang cukup matang itulah yang diperlukan. Apabila peluang bisnis yang kita jalankan tersebut diawal dipersiapkan dengan baik kemungkinan besar hasilnya pun juga akan menjadi lebih baik jika dibanding yang hanya modal nekat dan tanpa perhitungan yang cukup baik.

Perlu disadari bahwa kita harus bisa mengantisipasi dan siap dalam menghadapi suatu kegagalan atau kendala ketika menjalankan suatu bisnis usaha. Oleh karena itu perencanaan bisnis yang matang akan meminimalisir berbagai macam kendala dan resiko. Memang terkadang dalam menyusun sebuah rencana wirausaha terlalu tergesa-gesa, hal inilah yang membuat repot ketika menghadapi suatu problem nantinya.

Ada beberapa fungsi atau manfaat dari sebuah perencanaan/persiapan bisnis itu sendiri, yang pertama adalah sebuah persiapan atas segala sesuatu yang akan dibutuhkan nantinya misalnya sarana dan prasarana, bujeting dan juga strategi marketing. Hal ini memang harus dipersiapkan diawal supaya kita sudah tahu harus berbuat apa nanti ketika usaha sudah berjalan.

Kedua adalah berfungsi sebagai sebuah antisipasi dalam menghindari hal-hal yang bisa timbul ditengah jalan yang sifatnya bisa merugikan usaha bisnis itu sendiri. Dengan perencanaan yang cukup baik maka didapat beberapa langkah dan strategi untuk meminimalisir resiko serta mencari alternatif jika terjadi beberapa kendala dilapangan nantinya. Semua ini akan diperoleh ketika kita merencanakan dengan cukup baik hal-hal termasuk strategi sebelum memulai berwirausaha entah itu dalam skala kecil menengah atau besar sekalipun.

Cerdik dalam menangkap dan memanfaatkan sebuah peluang bisnis usaha tentunya harus disertai dengan manajemen resiko. Semua pekerjaan ada resikonya begitupun juga dalam berwirausaha. Dengan merencanakan strategi diawal maka semua resiko yang diprediksi bisa kita manage/minimalisir. Hal ini sangat penting dan jangan sampai terlewatkan.

Ada beberapa literatur yang menerangkan bahwa kita harus memiliki sebuah perencanaan bisnis yang **SMART** (*Specific, Measurable, Attainable, Realistic, Time-Boun*).

- a) **Specific** : sebuah tujuan yang terperinci dan detail sudah kita tetapkan dari sejak awal.

- b) **Measurable** : Memperkirakan ukuran bisnis dalam arti target yang terukur misalnya penjualan produk 100 pcs dalam 1.5 bulan.
- c) **Attainable**: Sebuah tantangan target yang bisa dicapai /masih teteap rasional. Misal bisa menjual produk 15 pcs dalam sehari.
- d) **Realistic** : Bisa melihat kondisi yang realistis, tidak terlalu menghayal terlalu jauh.
- e) **Time-Bound** : Bisa menetapkan skala waktu untuk setiap tujuan yang akan dicapai, misalnya di bulan ke 3 jumlah konsumen yang berlangganan bisa mencapai 1500 orang dasebagainya.

Ilustrasi **SMART** diatas adalah hanya satu dari sekian banyak bagian yang harus kita perhatikan ketika kita sudah menemukan sebuah peluang usaha dan menjalankannya. Perencanaan dan strategi yang cukup matang besar kemungkinan akan membantu keberhasilan dan eksistensi suatu bisnis usaha yang akan kita jalani.

Ada pepatah "*Tinggalkan Zona Nyaman/ Keluar dari Zona Nyaman*" memang benar juga hal seperti ini supaya kita tidak berpangku tangan dan hanya cukup bersenang-senang dengan apa yang sudah dicapai saat itu, dan jika hal atau kendala yang tidak diduga terjadi maka bisa jadi zona nyaman tersebut akan sirna dengan sekejap, jangan sampai hal seperti ini terjadi dalam hidup kita.

Disini saya ada sedikit tambahan pandangan, yaitu dengan menambah zona-zona nyaman lainnya, sehingga kita memiliki banyak zona nyaman. Jangan kita tinggalkan begitu saja kenyamanan yang sudah kita capai, maintenance zona tersebut sebaik mungkin dan sebisa mungkin kita tambah lebih banyak lagi.

Menambah zona nyaman secara bijak yaitu dengan pintar dan cerdas dalam menangkap peluang bisnis yang ada disekitar kita. Tidak tertutup kemungkinan kita memiliki banyak usaha (baik usaha sejenis maupun beda jenis) dan dari banyak usaha tersebut tercipta banyak zona nyaman juga. Jadi keputusan untuk kreatif menangkap berbagai peluang usaha merupakan salah satu strategi dan tips dalam menambah pintu penghasilan kita nantinya. Namun semua harus kita kembalikan ke atas tadi dengan metode **SMART** sebelum menjalankan suatu wirausaha.

Dalam menangkap ide peluang bisnis baru dan memulainya, jangan berharap zona nyaman akan tercapai saat itu juga. Kendala dan halangan dan ketidaknyamanan mungkin malah menghampiri anda terdahulu, namun semua itu perlu dipahami dan dilihat sebagai proses yang harus kita lalui, apalagi jika kita sudah memiliki perencanaan bisnis yang cukup matang serta memikirkan manajemen resiko yang akan terjadi saya rasa semua itu akan bisa diatasi dengan cukup baik. Tetaplah sabar, kreatif dan terus bersemangat apabila didalam proses memulai usaha

banyak terjadi kendala dan dengan mampu mengatasi berbagai rintangan maka jiwa wirausaha kita semakin ditempa dan ditempa sehingga kita bisa menjadi lebih kuat dan lebih kreatif dalam melangkah kedepan untuk menemukan zona nyaman tambahan lainnya. Intinya untuk menambah zona nyaman yang sudah didapat nanti yaitu dengan lebih kreatif memanfaatkan bergagai peluang usaha yang ada dan dengan cerdas menyikapinya.

Seperti disebutkan sebelumnya bisnis kita sebaiknya diawal telah dipersiapkan sebuah perencanaan manajemen yang baik, supaya dalam proses berjalannya usaha bisnis itu akan bisa lebih terkontrol dan juga lebih siap dalam menghadapi kendala yang akan timbul. Dibawah ini ada sedikit tips manajemen bisnis bagi wirausahawan.

Mendeteksi Kebutuhan Orang Banyak/Masyarakat.

Salah satu strategi dan manajemen usaha yang harus dilakukan dan memang menjadi salah satu cara yang cukup jitu adalah melihat kebutuhan masyarakat sekitar kita. Kita memang dituntut memiliki empati terhadap para calon konsumen yang tersebar diluar sana. Dengan mencari tahu kebutuhan, peluang yang ada ditengah masyarakat maka kita besar kemungkinan ide bisnis akan muncul dengan sendirinya. Jadi manajemen empati/mendeteksi kebutuhan masyarakat adalah diperlukan dalam merintis dan menjalankan sebuah bisnis usaha.

Melihat Kekuatan Diri Sendiri.

Menyadari kelebihan dan kekurangan yang ada didalam diri kita sendiri sangat diperlukan jika kita akan berwirausaha. Dengan kekuatan yang kita miliki maka akan bisa lebih bertenaga dan kreatif dalam mencari dan menggali setiap ide peluang usaha serta menjalankannya. Menyadari kelemahan berarti kita bisa segera menyikapinya dengan cara menutupi kelemahan tersebut dengan strategi yang sudah diukur sehingga kelemahan yang kita miliki tidak akan mengganggu proses bisnis kita kedepan nantinya.

Mencari Tahu Ilmunya Sebelum Memulai.

Dalam bidang apapun jika kita memiliki ilmunya terlebih dahulu sebelum memulai/mengerjakan sesuatu hal maka semua akan berjalan lebih baik dibanding tanpa mempersiapkannya terlebih dahulu. Banyak sekali media yang bisa dipakai untuk mencari ilmu saat ini. Anda bisa mencari referensi dari internet, membaca buku, menghadiri seminar bisnis dan juga berdiskusi langsung dengan para pelaku bisnis yang sudah sukses. Banyak jalan yang bisa ditempuh.

Buat Rancangan Analisa Bisnis.

Jika ingin berbisnis kadang kita dituntut untuk tidak asal memulai saja. Sebelum kita melangkah ke dunia wirausaha sebaiknya kita memiliki analisa yang meliputi perhitungan

sederhana tentang bisnis itu sendiri seperti berapa nilai investasi yang dibutuhkan dan berapa biaya pengeluaran rutin yang harus dianggarkan dan berapa kira-kira pemasukan yang bisa diprediksi berdasarkan persiapan dan survey market serta selisih harga jual. Mungkin anda bisa mencari referensi rancangan bisnis di internet dan sepertinya juga sudah banyak yang memberikan sampelnya.

Kesungguhan untuk terus belajar dan berani menjadi wirausaha dengan menangkap kesempatan dan peluang bisnis usaha insyaAllah bisa menjadikan kita sebagai calon wirausahawanhandal yang bisa mencapai kesuksesan apapun rintangannya. Tetap belajar dan terus kreatif untuk menggali ide-ide cemerlang menjadi salah satu hal yang tidak boleh dilupakan bagi pengusaha.

Proses Perencanaan Usaha juga dilakukan melalui beberapa tahapan, yakni sebagai berikut:

a). Mengidentifikasi peluang usaha

Pada umumnya, suatu produk berpotensi untuk laku dijual dan menguntungkan apabila penawaran untuk produk tersebut masih lebih kecil dari permintaannya. Peluang usaha muncul ketika permintaan pasar lebih besar dari penawarannya. Jadi, peluang usaha dicirikan oleh masih adanya permintaan pasar untuk produk tersebut.

b). Menentukan jenis usaha yang akan dijalankan

Berdasarkan langkah identifikasi akan diperoleh berbagai alternatif jenis usaha yang mungkin dipilih. Dari sejumlah alternatif yang ada selanjutnya dilakukan penilaian awal untuk menentukan jenis usaha yang paling memungkinkan dan dipandang paling menguntungkan. Tentunya dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang mungkin menjadi pendukung maupun penghambat usaha. Pertimbangan-pertimbangan yang perlu diperhatikan antara lain:

- 1) Jumlah modal dan sumber modal yang diperlukan.
- 2) Ketersediaan bahan baku baik secara kualitas, kuantitas maupun kontinuitasnya.
- 3) Ketersediaan tenaga kerja yang diperlukan.
- 4) Prospek pemasaran produk yang dihasilkan.
- 5) Cara-cara pendistribusian.
- 6) Daya beli masyarakat terhadap produk yang dihasilkan.
- 7) Selera konsumen.

c). Melakukan studi kelayakan usaha

Studi kelayakan usaha (SKU) atau *feasibility study* adalah cara yang ditempuh untuk menentukan layak tidaknya suatu gagasan usaha dilaksanakan. Maksud layak disini dilihat dari berbagai aspek sebagai berikut:

1) Aspek pasar dan Pemasaran

Kelayakan usaha dilihat dari aspek pasar dan pemasaran ditunjukkan oleh ada tidaknya peluang pasar untuk diraih. Suatu jenis usaha layak dilaksanakan apabila jenis usaha tersebut memiliki peluang pasar yang relatif tinggi. Peluang pasar sendiri ditunjukkan oleh akses permintaan. Akses permintaan terjadi jika jumlah permintaan melebihi jumlah penawarannya. Semakin tinggi akses permintaan, semakin tinggi peluang pasar, dan karena itu semakin layak pula jenis usaha tersebut untuk dilaksanakan.

2) Aspek Produksi

Kelayakan usaha dilihat dari aspek produksi diantaranya berkenaan dengan lokasi usaha yang direncanakan, fasilitas dan peralatan produksi, pasokan bahan baku, serta ketersediaan tenaga kerja. Suatu proyek dikatakan layak dilihat dari aspek produksi ditandai oleh lokasi usaha yang strategis, tersedianya fasilitas dan peralatan produksi yang memadai, tersedianya pasokan bahan baku yang terus-menerus, serta tersedianya tenaga kerja yang dibutuhkan.

3) Aspek Finansial

Kelayakan usaha dilihat dari aspek finansial berkenaan dengan manfaat yang mungkin diperoleh oleh investor atau pengusaha. Manfaat ini disebut sebagai laba bisnis atau laba usaha (*business profit*), yaitu pendapatan yang diperoleh setelah dikurangi dengan seluruh biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan usaha. Dilihat dari aspek finansial, suatu jenis usaha layak dilakukan apabila jenis usaha tersebut mampu memberikan laba usaha yang memadai kepada investor dan/atau kepada pengusaha yang menjalankan usaha tersebut.

4) Aspek Organisasi dan Manajemen

Kelayakan usaha dilihat dari aspek organisasi dan manajemen berkenaan dengan struktur kepemilikan usaha, struktur organisasi, serta tim manajemen yang mengelola jenis usaha yang direncanakan.

5) Membuat proposal usaha

Langkah terakhir dalam proses perencanaan usaha adalah membuat proposal usaha. Proposal usaha adalah dokumen tertulis dari perencanaan usaha.

Tata Cara Merintis Usaha Kecil

Cara memulai usaha dengan modal kecil, antara lain :

- a) Kenali modal seperti apa yang anda ingin minimalkan dalam memulai usaha. Hal ini berkaitan juga dengan jenis usaha apa yang anda ingin geluti.
- b) Mantapkan niat dan jangan pernah ragu untuk memulai sebuah usaha dengan modal kecil, karena ukuran kesuksesan sebuah bisnis bukan dipandang dari besar kecil modal yang anda gunakan, namun sejauhmana pemanfaatan modal yang ditanamkan dalam dunia bisnis.
- c) Untuk menjalankan konsep bisnis awal, apabila anda butuh pendampingan, memilih rekanan bisnis terbaik menjadi pilihan utama.
- d) Jangan pernah takut dalam mengambil resiko yang ada. Bisnis dengan modal yang kecil terkadang juga menghadapi segala macam hambatan yang tak kecil, namun anda dapat belajar dari segala macam hambatan tersebut.
- e) Bisnis dengan modal kecil sulit dilakukan, apabila anda tidak berusaha untuk selektif dalam memilih konsep dan rencana bisnis yang anda lakukan.
- f) Siapkan diri anda dengan segala perubahan bisnis. Bisnis dengan bentuk apapun akan selalu berpotensi untuk berubah, sepanjang bisnis tersebut berpotensi dalam jangka panjang.

Administrasi usaha

Suatu kegiatan usaha akan berjalan lancar, jika dalam pengaturan administrasi usaha dapat tertata dengan baik. Adapun kegiatan pengaturan administrasi usaha yaitu:

- a) Membuat catatan usaha
- b) Membuat catatan mesin-mesin produksi dan peralatan usaha
- c) Membuat catatan keuangan usaha
- d) Membuat catatan hasil produksi
- e) Membuat catatan konsep pemasaran dan volume penjualan para konsumen yang sudah menjadi langganan, *partner* usaha, dan;
- f) Membuat catatan surat menyurat penjualan. Kegiatan administrasi usaha merupakan fungsi dalam usaha yang bertanggungjawab dalam pelaksanaan operasi pekerjaan untuk dapat memaksimalkan pekerjaan yang bersifat ketatausahaan, serta setiap orang yang bertanggungjawab dalam pekerjaan administrasi usaha.

Upaya Pengembangan dan Ketahanan Usaha

Dalam rangka meningkatkan pendapatan pada saat krisis ekonomi yang berkepanjangan diperlukan usaha-usaha yang bersifat agresif, kreatif, penuh perhitungan dan berorientasi pasar. Usaha diharapkan mampu memberikan peluang kerja bagi tenaga kerja potensial yang saat ini jumlahnya sangat melimpah baik itu angkatan kerja baru maupun angkatan kerja lama. Kondisi perekonomian makro yang tidak selalu stabil seringkali memaksa masyarakat menjadi menganggur akibat tidak adanya kesempatan bekerja atau terkena PHK.

Tujuan dari pengembangan usaha itu sendiri ada 2 (dua), yaitu: dari aspek ekonomi dan aspek sosial. Aspek ekonomi adalah untuk meningkatkan pendapatan. Sedangkan aspek sosial adalah untuk membantu masyarakat dalam mengatasi pengangguran. Adapun upaya untuk ketahanan usaha, sebagai berikut:

- a) Usaha harus mempunyai kelebihan
- b) Meningkatkan kualitas usaha
- c) Meningkatkan pemerataan pendapatan
- d) Memanfaatkan sumber daya yang ada
- e) Meningkatkan kesejahteraan anggota kerja
- f) Mendorong pembuatan produk yang inovatif
- g) Meningkatkan kegiatan usaha.

Pemasaran

Teknik dan strategi pemasaran, antara lain:

- a). Perencanaan pemasaran
 - 1) Penentuan kebutuhan dan keinginan pelanggan
 - 2) Memilih pasar sasaran khusus (pasar individual, segmen pasar, atau pasar khusus)
 - 3) Menempatkan strategi pemasaran dalam persaingan (*market driven*; orientasi konsumen, kualitas, kenyamanan dan kesenangan, inovasi kecepatan, pelayanan dan kepuasan)
 - 4) Pemilihan strategi pemasaran (*marketing mix*)
 - 5) Bauran pemasaran: *Probe* (penelitian dan pengembangan pasar), *Product* (produk), *Place* (tempat), *Price* (harga), *Promotion* (promosi)
 - b). Kiat pemasaran usaha baru:
 - 1) Mencari peluang pasar
 - 2) Tempat yang tepat/lokasi strategis
 - 3) Banyaknya produk yang dibutuhkan
 - 4) Menentukan target penjualan.
-

Pengelolaan keuangan

Aspek Pengelolaan Keuangan yaitu:

Aspek Sumber Dana/keuangan perusahaan

- a) Dana dari dalam perusahaan/ pembelanjaan intern yaitu; dana perusahaan, cadangan dan laba ditahan.
- b) Dana dari luar perusahaan/ pembelanjaan ekstern yaitu; dari pemilik/ penyertaan, pinjaman, bantuan pemerintah, orang lain dan ventura/ perusahaan besar.

- a) Biaya awal (administrasi, bangunan/sewa, asuransi, tambahan dan tak terduga)
- b) Proyeksi keuangan; neraca harian, pendapatan dan aliran kas
- c) Analisis peluang pokok (BEP)

Aspek pengawasan/pengendalian keuangan.

Strategi Persaingan/Promosi

Strategi Persaingan:

- a) Segmentasi Pasar (*segmentation*)

Pasar Konsumen mendasarkan segmentasi atas geografis, demografi, psikografis, dan perilaku konsumen. Pasar Industri mendasarkan segmentasi atas demografi industri, pengoperasian, pendekatan pembeli, personil industri dan faktor situasional, serta pasar sasaran (*market targeting*).

Evaluasi segman pasar dilihat dari ukuran dan jumlah segmen, struktur segmen dan sasaran dan sumber daya perusahaan.

Memilih segmen yaitu menentukan salah satu atau lebih segmen yang memiliki nilai tinggi bagi perusahaan, menentukan segmen mana dan berapa banyak yang dilayani. Dan dipasarkan dengan menggunakan pola pemasaran serba sama (melayani semua pasar tanpa ada perbedaan), pemasaran serbaneka (melayani semua pasar dengan ada perbedaan) dan pemasaran terpadu (khusus untuk sumber daya yang terbatas).

- b) Posisi Pasar (*market positioning*)

Menentukan posisi produk dengan strategi penentuan atas dasar atribut (contoh: murah atau mahal), kesempatan penggunaan (contoh: minuman energi atau turun panas) kelas pengguna (contoh untuk dewasa atau anak), langsung menghadapi pesaing (pembentukan *image* bagi konsumen), kelas produk (contoh: untuk kalangan atas, menengah atau bawah).

c) *Strategi Bauran Pemasaran (marketing mix)*.

1. Produk

- a) Penentuan logo dan moto
- b) Menciptakan merek
- c) Menciptakan kemasan
- d) Keputusan label

2. Harga

- a) Penetapan berdasarkan biaya
- b) *Perceived Value Pricing* Adalah harga yang ditentukan oleh kesan pembeli (persepsi) terhadap suatu produk yang ditawarkan

d) Strategi Lokasi dan distribusi

Pemilihan lokasi dipengaruhi oleh : kedekatan dengan kawasan Industri, dekat dengan kawasan perkantoran, lokasi pasar, pusat pemerintahan, perumahan atau masyarakat, jumlah pesaing yang ada dalam 1 lokasi, sarana dan prasarana

Sedangkan distribusi dipengaruhi oleh : Pertimbangan pembeli dan faktor pasar, karakteristik produk, faktor produsen atau pertimbangan pengawasan dan keuangan

Fungsi Saluran distribusi :

1. Fungsi Transaksi: menginformasikan kepada pelanggan adanya suatu produk dan kelebihan atau manfaat suatu produk.
2. Fungsi Logistik: pengangkut dan penyortir barang untuk mengatasi perbedaan sementara, menyimpan untuk memelihara dan melindungi barang.
3. Fungsi Fasilitas: penelitian (mengumpulkan informasi tentang anggota saluran dan pelanggan) serta pembiayaan (memastikan bahwa anggota saluran mempunyai uang yang cukup untuk membiayai aliran barang).

Strategi Promosi

Sarana promosi yang sering digunakan:

1. Periklanan: pemasangan billboard, brosur, spanduk dan iklan.
2. Promosi Penjualan : pemberian harga khusus, potongan harga (diskon), undian, cinderamata dan lain sebagainya.
3. Publisitas: melalui kegiatan-kegiatan pameran, bakti sosial dan kegiatan lainnya.
4. Penjualan pribadi: dilakukan secara personal oleh salesman/salesgirl, bahkan di beberapa perusahaan personal selling dilakukan oleh *customer service*.

Jaringan kerja

Tiga Jenis Jejaring

Berdasarkan observasi, ada tiga jenis jejaring yang berbeda tetapi saling berhubungan, yaitu:

a. Jejaring Operasional, dibutuhkan untuk menyelesaikan pekerjaan internal saat ini.

Anda harus membangun hubungan kerja yang baik dengan semua pihak yang dapat membantu menyelesaikan pekerjaan. Yang termasuk dalam network operasional ini adalah semua anggota tim kerja, sesama kolega, serta semua tim internal yang mempunyai kemampuan untuk mendukung atau menggagalkan pekerjaan. Pihak luar, seperti pemasok, distributor, dan pelanggan termasuk juga dalam jejaring operasional.

Tujuan jejaring ini adalah untuk koordinasi dan kerja sama antara semua pihak yang harus saling mengenal dan saling percaya agar dapat menyelesaikan pekerjaan dengan baik.

b. Jejaring Personal, diperlukan untuk pengembangan diri.

Melalui asosiasi profesi, ikatan alumni, dan berbagai perkumpulan, Anda dapat memperoleh perspektif baru yang dapat membantu untuk meningkatkan karir. Kontak yang dibangun dapat memberi referensi dan informasi; serta seringkali pengembangan diri melalui coaching dan mentoring. Datang ke pertemuan sosial yang tepat dapat membantu membangun jejaring personal ini. Agar efektif, disarankan sebelum menghadiri pertemuan, tanyakan siapa saja yang akan hadir dan lakukan riset kecil tentang latar belakang mereka sehingga Anda dapat mempersiapkan diri untuk memulai suatu pembicaraan.

Menurut prinsip *six degrees separation*, kontak personal kita sangat berharga dalam menjangkau orang yang memiliki informasi yang kita butuhkan secepat mungkin.

c. Jejaring Strategis, membuka mata Anda pada arah bisnis baru dan para pemangku kepentingan yang perlu dilibatkan.

Ketika Anda naik ke posisi pimpinan suatu unit bisnis, Anda harus mulai memperhatikan masalah strategis yang lebih luas. Relasi lateral dan vertikal dengan pimpinan unit bisnis lain serta pihak-pihak di luar unit bisnis Anda menjadi sangat penting untuk mengetahui bagaimana unit bisnis yang Anda pimpin memberikan kontribusi dalam konteks yang lebih besar. Jejaring strategis adalah relasi dan sumber informasi yang memberikan kekuatan pada Anda untuk mencapai tujuan pribadi dan organisasi kedepan.

Yang membedakan para pemimpin dari para manager adalah kemampuan mereka untuk menentukan arah ke depan serta kemampuan mereka melibatkan pihak-pihak yang dibutuhkan untuk sampai ke sana. Karena itu, jejaringnya pun perlu diarahkan ke luar dan

ke arah masa depan. Kebanyakan orang belum memanfaatkan jejaring strategis ini dengan baik.

Langkah-langkah Membangun Jejaring

Dari berbagai diskusi dengan para manager, saya sering mendengar komentar, “Okay, saya mengerti sekarang bahwa *network* itu penting, tapi pekerjaan saya saja sudah sangat memakan waktu, tidak ada waktu lagi untuk membangun jejaring.” Beberapa orang bahkan berpendapat bahwa memanfaatkan jejaring untuk mencapai hasil tertentu adalah salah satu bentuk KKN. Apabila Anda tak menganggap membangun jejaring sebagai bagian yang penting dari pekerjaan Anda, maka Anda tidak akan mengalokasikan waktu dan tenaga untuk itu. Menganggap jejaring sebagai bagian penting dari pekerjaan Anda adalah langkah awal utama untuk membangun jejaring.

Berikut adalah beberapa cara untuk membangun jejaring:

- a) Alokasi waktu Anda untuk membangun jejaring.
- b) Mulailah membangun jejaring sekarang.
- c) Peliharalah jejaring, makan waktu sampai jejaring bisa memberikan manfaat.
- d) Cari kesempatan untuk memberi dan menerima dalam jejaring yang sudah dibangun.
- e) Bukan hanya jumlah jejaring yang menentukan, kualitas hubungan sangat penting.

Hal-hal berikut ini mempengaruhi kualitas jejaring:

- a) Pertemuan yang cukup teratur
- b) Kedua pihak mendapat manfaat
- c) Adanya tantangan yang dihadapi bersama
- d) Saling percaya
- e) Hubungan yang personal
- f) Kenangan masa lalu bersama
- g) Adanya musuh bersama

Metode pendampingan, yaitu kegiatan ini dilakukan oleh TIM setelah kelompok usaha yang berbeda ini terintegrasi, berikutnya dilaksanakan pendampingan secara kontinue, sehingga diperoleh hasil yang maksimal apa yang diharapkan.

Pembinaan dan Pendampingan terhadap manajemen Usaha (Dari segi penguatan produk/Kemasan dan Pemasaran), hal ini merupakan tindak lanjut dari kegiatan pengabdian masyarakat tahun sebelumnya, mengingat ini suatu hal yang sangat urgen, Manajemen Usaha (Dari segi penguatan produk/Kemasan dan Pemasaran) merupakan satu keharusan yang ada

pada setiap UMKM. Jika hal kecil seperti : merk dan labelisasi tersebut tidak tercantum atau belum ada dalam satu kemasan produk maka pemasaran produk yang dihasilkan usaha kecil tersebut menjadi terhambat mengingat adanya keraguan dari masyarakat sebagai calon konsumen untuk membeli produk tersebut, sehingga harapan dari proses Pembinaan dan Pendampingan ini UMKM mampu berinovasi terhadap produk yang dihasilkan, sehingga dapat mendukung program Pemerintah dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif berdasarkan kerakyatan pada akhirnya masyarakat bias hidup secara mandiri dengan segala potensi yang dimiliki daerahnya.

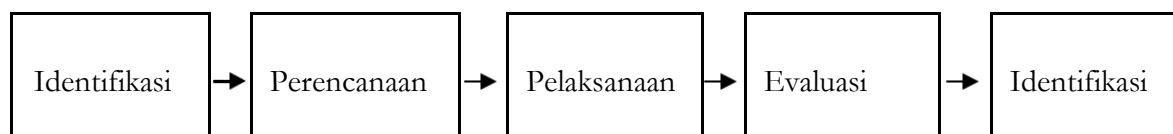
Monitoring dan Evaluasi

Monitoring

Kegiatan Monitoring, dilakukan oleh TIM setelah kelompok usaha yang berbeda ini terintegrasi, berikutnya dilaksanakan pendampingan dan di monitor secara kontinue, sehingga diperoleh hasil yang maksimal apa yang diharapkan, serta monitoring ini juga melibatkan *stakeholder* guna mendukung keberhasilan kegiatan. Adapun *stakeholder* yang terlibat dan atau dilibatkan, diantaranya, yaitu :1). Kepala Lingkungan Gegutu Timur dengan bentuk Keterlibatannya adalah bersama-sama Fasilitator melakukan monitor terhadap Para Anggota Kelompok di Lingkungan Gegutu Timur untuk bisa mendobrak potensi lingkungan Gegutu Timur melalui manajemen usaha dalam mengembangkan minat, potensi dan Inovasi Produk, 2). Tokoh Masyarakat dengan bentuk keterlibatannya adalah memberikan motivasi kepada para Anggota kelompok Usaha untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan, dalam hal ini Tokoh Masyarakat.

Evaluasi

Agar strategi ini berhasil, maka TIM juga akan melakukan evaluasi. Evaluasi dalam kegiatan Pembinaan dan Pendampingan Manajemen Usaha dalam pengembangan kehidupan. Materi evaluasi terkait dengan pelaksanaan kegiatan mengikuti siklus sebagaimana skema di bawah ini :



Tahap awal evaluasi adalah dengan melakukan identifikasi program yang belum dapat dijalankan. Peluang, kelemahan dan kekuatan yang ada dalam program yang direncanakan. Setelah identifikasi, menyusun kembali program agar dapat diaplikasikan sesuai dengan periode

yang telah ditentukan. Selanjutnya adalah pelaksanaan program yang telah dievaluasi. Dalam proses evaluasi ini akan selalu melibatkan *stakeholder*.

4. SIMPULAN

Simpulan

Lingkungan Gegutu Timur, Kelurahan Rembiga, Kecamatan Selaparang Kota Mataram merupakan Lingkungan yang memiliki karakter wirausaha cukup menjanjikan, hal ini terlihat dari potensi yang besar, seperti Kelompok Usaha krupuk, sudah paham bagaimana pengelolaan krupuknya, memprosesnya/mengolah, mengemas produknya, berikut Kelompok usaha tani ikan, sudah ahli, bagaimana budidaya ikan, usaha membesarkan/ proses penggemukan ikan, membuat pakan ikan sampai pada proses panen ikan tersebut, tinggal sekarang, yaitu mengeksekusi dua kelompok ini menjadi satu pola kegiatan, sehingga diharapkan akan terciptanya inovasi produk baru yang unggul dan berdaya saing, sehingga memiliki nilai ekonomi kreatif yang layak untuk dikembangkan Amin.

Saran-saran

Saran untuk Kelompok Usaha Krupuk

Diharapkan dari hasil kegiatan ini anggota kelompok usaha krupuk ini mempunyai pengetahuan, wawasan lebih dalam mengelola usaha mempunyai inovasi produk baru yang dapat dikembangkan menjadi produk unggulan yang ada di kelompok usaha ini. Dari hasil kegiatan ini tidak hanya sebatas, kegiatan prosesi saja, tetapi lebih dari itu kelompok usaha ini dapat lebih mengembangkan manajemen usahanya, sehingga produk yang dihasilkan bisa menembus pasar modern.

Saran untuk Lembaga (UIN Mataram)

Memberikan kesempatan kepada para pengabdian untuk bisa melakukan pengabdian secara kontinue paling tidak selama tiga Tahun berturut pada wilayah tempat diadakan pengabdian sebelum dengan obyek yang sama, sehingga dari situ terdapat keberlanjutan program kerja pada wilayah tersebut dan pada obyek yang sama, harapannya daerah/wilayah tersebut menjadi *pilot project* dan benar-benar wilayah tersebut bisa menjadi daerah yang mandiri dari sisi ekonominya dengan Binaan Usaha yang dampingi oleh program Desa Binaan tersebut.

REFERENSI

- Abdulkadir, M. (2001). *Kajian Hukum Ekonomi Hak Keayaan Intelektual*. Bandung : Citra Aditya.
Komaruddin. (1994). *Menejemen berdasarkan sasaran edisi pertama*. Jakarta: Bumi Aksara
-

- Munrokhim, M., Suseno, P., & Hendrianto, M.B. (2011). *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali
- Primiana, I. (2009). *Menggerakkan Sektor Riil UKM & Industri*. Bandung: Alfabeta
- Salman, B. (2009). Analisis Determinan Pendapatan Usaha Kecil di Kabupaten Langkat. *Tesis: Sekolah Pascasarjana Universitas Sumatera Utara*.
- Solehuddin, M. (2013) *Business Plan Praktis dan Dabsyat untuk UMKM*. Bekasi: Laskar Aksara.
- Maulana, I.B. (1997). *Sukses Bisnis Melalui Merek, Paten, dan Hak Cipta*, Bandung :Citra Aditya Bhakti
- Wahyuni, E. (2005) *Kebijakan dan Manajemen Hukum Merek*. Yogyakarta: Yayasan Pembaharuan Administrasi Publik Indonesia
- Wiratmo, D. Pembaharuan Undang-Undang Merek dan Dampaknya Bagi Dunia Bisnis. *Jurnal Hukum Bisnis Vol. 2*.