

PENGUATAN UMKM MENGHADAPI ERA 4.0 MELALUI PERBAIKAN MANAJEMEN WIRAUSAHA DI KOTA SUMBAWA

Subhan Purwadinata¹, Ika Fitriyani², Novi Kadewi Sumbawati^{3*}, Tita Yuliarsih⁴, Randi Sumarso⁵

¹⁻⁵Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Indonesia

Penulis Korespondensi: novi.sumbawa@gmail.com

Article Info	Abstrak
Article History <i>Received: 01 June 2021</i> <i>Revised: 15 June 2021</i> <i>Published: 30 June 2021</i>	
Keywords UMKM; Era 4.0; Manajemen Wirausaha;	Indonesia sebagai negara berkembang juga menghadapi abad 4.0 yang menuntut sumberdaya manusianya memiliki adaptasi hidup yang tinggi. Salah satu adaptasi yang harus dimiliki oleh generasi saat ini adalah kreatif dalam membuka lapangan kerja. Tujuan penelitian untuk mengetahui penguatan UMKM menghadapi era 4.0 melalui perbaikan manajemen wirausaha di kota Sumbawa. Metode yang digunakan skema pemberdayaan masyarakat, khususnya pelaku UMKM di Kota Sumbawa. diselenggarakan di Auditorium Universitas Samawa Sumbawa Besar Kampus 1 Jln. Raya By Pass Sering Sumbawa Besar pada hari Sabtu, 27 Februari 2021. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukan bahwa Pelaku UMKM sebagian besar mengharapkan adanya peran dari pemerintah daerah kabupaten sumbawa dalam penataan & pengembangan UMKM yang telah terdaftar dan memiliki sertifikat yang ada di Kabupaten Sumbawa, serta mempermudah proses sertifikasi bagi pelaku UMKM yang belum memiliki sertifikat dan pelaku UMKM berharap PT.Bank NTB cabang Sumbawa memberikan kemudahan untuk mengakses pinjaman modal usaha bagi pelaku UMKM yang memiliki serifikat yang diterbitkan oleh Dinas/Instansi terkait yaitu Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kab.Sumbawa.

PENDAHULUAN

Dunia global sedang berada pada era revolusi industri 4.0 yang menuntut umat manusia harus serba cepat dalam segala hal dengan memaksimalkan penggunaan alat-alat teknologi-informasi yang serba canggih. Era revolusi industri 4.0 merupakan era perkembangan teknologi digital menjadi kunci dari pertumbuhan ekonomi. Revolusi industri 4.0 yang mengutamakan teknologi, membawa perubahan besar pada perilaku dan pola hidup masyarakat (Husnurrosyidah, 2019).

Era revolusi industri telah dirasakan saat ini perangkat teknologi begitu cepat perkembangannya dengan kehadiran revolusi industri 4.0 dimana konektivitas manusia, data, dan mesin dalam bentuk virtual semua terhubung dengan digital dan Kemajuan Teknologi informasi juga menyebabkan perubahan-perubahan cepat dalam berbagai bidang kehidupan, terutama ilmu dan teknologi, globalisasi ini melibatkan semua negara, baik negara maju maupun negara yang sedang berkembang. Bahkan telah menciptakan dunia yang semakin terbuka dan saling ketergantungan antarnegara dan antarbangsa (Hidayat, 2017).

Hadirnya globalisasi teknologi mendorong manusia menjadi kreatif dan mendorong berbagai aktivitas lama seakan menjadi aktivitas baru, tidak terkecuali perubahan dan

perkembangan pasar. Perkembangan teknologi digital akan memudahkan para pelaku bisnis terutama pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan salah satu unit usaha yang berperan penting dalam pertumbuhan dan perkembangan perekonomian di Indonesia. UMKM juga merupakan salah satu penyokong perekonomian di Indonesia khususnya pada masyarakat golongan bawah dan menengah. UMKM memiliki peran strategis dalam upaya pemerintah dalam mengatasi kemiskinan dan pengangguran, karena UMKM dapat menyerap tenaga kerja sehingga pengangguran akibat tidak terserapnya angkatan kerja dalam dunia kerja menjadi berkurang (Wahyuningsih, 2009).

Di Era revolusi industri 4.0 para pelaku usaha UMKM sudah seharusnya bergerak ke perdagangan secara *e-commerce* karena pola pembelian dari konsumen sudah bergeser, ditambah lagi dengan adanya pandemi Covid-19 yang menjadikan perdagangan *e-commerce* sebagai pilihan yang tepat untuk para pelaku UMKM untuk tetap bertahan bahkan memiliki potensi untuk dapat menjangkau pangsa pasar baru yang lebih besar. Pelaku UMKM harus bisa melakukan inovasi serta memanfaatkan kanal pemasaran dan penjualan *online* untuk menjaga keberlangsungan usaha. Dengan memanfaatkan penjualan *e-commerce*, UMKM tetap dapat menjalankan usaha dan menjangkau banyak konsumen serta memperluas pangsa pasar (Rahayu, *et.al*, 2017).

Penataan sumber daya manusia merupakan hal penting yang perlu diperhatikan oleh manajemen untuk menjaga serta mengembangkan organisasi di era industri 4.0. Upaya yang dapat dilakukan adalah dengan melaksanakan pemberdayaan UMKM agar bisa mandiri, kompetitif dan mampu bersaing di era revolusi industri 4.0 atau era digital serta berpotensi menyumbang pendapatan nasional. Gejala-gejala yang diakibatkan eksistensi industri 4.0 secara tidak langsung mendorong atau memaksa UMKM untuk mengutamakan pengelolaan sumber daya manusia (*human resource management*) yang handal agar bisa bertahan lama dan berkembang lebih maju (Hidayat, *et.al*, 2020).

Peningkatan sumber daya manusia merupakan hal yang sangat dibutuhkan untuk meningkatkan produktivitas kinerja produksi. Berkenan dengan hal itu, kami berinisiatif mengadakan kegiatan pemberdayaan bagi UMKM untuk meningkatkan kualitas SDM UMKM agar dapat berkembang secara mandiri dan memiliki kekuatan dalam bersaing. Menurut Sumardjo (2010), pemberdayaan masyarakat pada dasarnya adalah suatu proses pengembangan potensi dan kemampuan individu/ masyarakat sehingga menguat kapasitasnya, untuk memecahkan masalah-masalah yang mereka hadapi sehingga mampu memenuhi kebutuhan hidupnya. Pemberdayaan masyarakat dilakukan melalui kegiatan pembelajaran/pendidikan dan usaha-usaha lain (misalnya membantu penyediaan fasilitas tertentu), yang bertujuan meningkatkan kemampuan dan kemauan mereka bertindak mengatasi masalah dan ancaman yang mereka hadapi dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan belajar adalah usaha aktif seseorang yang bertujuan mengembangkan wawasan, pengetahuan, keterampilan dan sikap mental yang

berdampak tumbuhnya kemampuan bertindak cerdas dalam memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhannya.

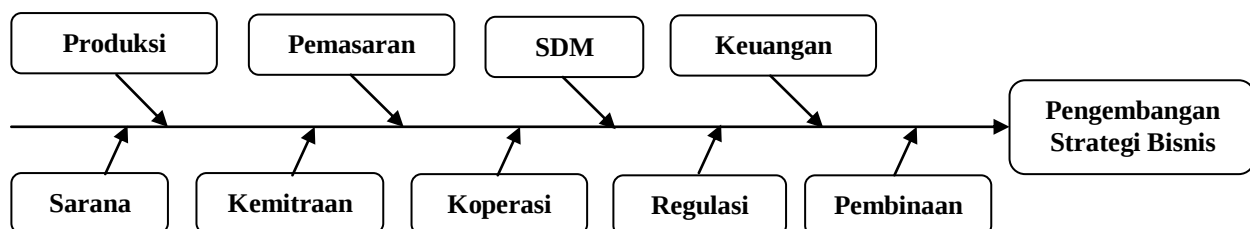
Permasalahan yang sering kali terungkap dari para pelaku UMKM, yakni para pelaku UMKM yang menggunakan jasa internet atau memiliki website masih belum banyak sehingga produk atau layanan UMKM yang dipasarkan terkadang belum dapat menjangkau pasar-pasar diluar daerah dan pelosok, serta belum bisa bersaing dengan usaha besar lainnya yang sudah memiliki *marketplace* dan mudah mendapatkan pelanggan karena telah dikenal melalui layanan jasa internet yang tanpa batas dan bisa *go-internasional* (Marlinah, 2020).

Tantangan bagi UMKM saat ini tidak hanya karena terjadinya wabah Covid-19 saja, tapi tantangan UMKM di tengah masifnya ekonomi digital yang semakin pesat menuntut para UMKM melek teknologi informasi. Pada era ini secara umum setiap manajemen dihadapkan dengan tantangan untuk mensinergikan antara teknologi dengan berbagai kepentingan organisasi. Oleh karena itu, melalui kegiatan ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kualitas SDM UMKM di Kota Sumbawa menjadi kreatif dan inovatif dalam memproduksi dan memasarkan produk yang dihasilkan sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kemakmuran ekonomi dan memberikan peluang lapangan kerja agar dapat mengentaskan tingkat kemiskinan.

METODE

Kegiatan penguatan UMKM menghadapi era 4.0 melalui perbaikan manajemen wirausaha di Kota Sumbawa ini dilaksanakan dengan skema pemberdayaan masyarakat, khususnya pelaku UMKM di Kota Sumbawa.

Kegiatan pemberdayaan UMKM ini diselenggarakan di Auditorium Universitas Samawa Sumbawa Besar Kampus 1 Jln. Raya By Pass Sering Sumbawa Besar pada hari Sabtu, 27 Februari 2021. Kegiatan pemberdayaan ini diawali dengan memberikan pelatihan dengan materi: Jenis, Fungsi, dan Bahan kemasan, Standar Kemasan untuk UKM, Kreatifitas design kemasan untuk UKM, Pengenalan mesin kemasan untuk UKM, *Branding/Merk* dan cara pendaftarannya. Berdasarkan tersebut, maka untuk meningkatkan eksistensi pengusaha keripik perlu dilakukan pengembangan model strategi bisnis. Berikut gambar alur pemikiran pengembangan model strategi bisnis:



Mitra yang hadir pada kegiatan ini adalah mahasiswa dan dosen Fakultas Ekonomi dan Manajemen Universitas Samawa, pelaku UMKM di Kota Sumbawa, dan Kepala Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sumbawa. Tujuan kegiatan pemberdayaan ini

dilakukan adalah sebagai wahana diskusi dan bertukar pikiran dari berbagai unsur pengusaha, BUMN, pemerintah, DPR, perbankan, dan akademis dalam rangka mendapatkan masukan/informasi yang terkait dengan strategi pengembangan UMKM di Kabupaten Sumbawa dari pihak-pihak terkait untuk menemukan penyelesaian masalah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sasaran yang diharapkan dari penyelenggaraan kegiatan ini adalah diperoleh informasi mengenai identifikasi lingkungan internal, meliputi: faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan bagi pengusaha UMKM di Kota Sumbawa, identifikasi lingkungan eksternal, meliputi: faktor-faktor yang menjadi peluang dan ancaman bagi pengusaha UMKM di Kota Sumbawa.

Usulan rekomendasi faktor-faktor pendukung terbentuknya optimalisasi dan pengembangan UMKM yang maju, kuat dan berdaya saing melalui perbaikan manajemen wirausaha, hasil identifikasi akan digunakan sebagai dasar menyusun konsep mengembangkan model strategi bisnis sehingga diharapkan UMKM akan dapat mendukung peningkatan perekonomian lokal dan sekaligus menjadi *icon* UMKM unggulan di Kota Sumbawa. Berdasarkan kegiatan yang dilakukan, diperoleh informasi, yaitu:

1. Ketua Kelompok Tenun Sentra Mandiri Kecamatan Moyo Hilir

Dimulai tahun 1972, jumlah anggota aktif 8 orang. Jumlah anggota tidak aktif 15 orang. Tahun 1992 ada pelatihan dan pembinaan oleh Bank Indonesia tentang tata cara penenunan dengan variasi corak dan motif. Harapan dari kegiatan ini adalah adanya bantuan atau suntikan modal dari pemerintah untuk pengadaan bahan baku seperti benang, pewarna sintetis (*wantex*) dan pewarna alami dari kunyit, mengkudu, dan lainnya; diberikan pelatihan dan pemberdayaan masyarakat khususnya pengrajin tenun; difasilitasi oleh pemda dalam hal ini dinas koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sumbawa. Peluang yang diperoleh adalah keunggulan kain tenun kre sesek memiliki warna dan motif yang menarik, tahan lama, dan sudah banyak pemesan dari pelanggan dalam negeri dan luar negeri, seperti USA dan Spanyol.

2. Ketua Kelompok Usaha Bersama (KUB) Karya Baru Industri Kecil Dodol Rumput Laut

Mulai berdiri tahun 2007, *home industry* beranggotakan keluarga dekat. Kendala yang ditemui: pembukuan usaha, manajemen pemasaran dan keuangan. Produk kalah saing dengan produk-produk yang berasal dari luar Sumbawa. Berbagai permasalahan yang dihadapi industri kecil menyangkut tentang manajemen (SDM, keuangan, usaha), teknologi dan akses pemasaran. Salah satu permasalahan internal UKM adalah rendahnya profesionalisme tenaga pengelola dan kemampuan penguasaan teknologi yang rendah.

Harapan dari kegiatan ini adalah memberikan pelatihan dan bimbingan teknis cara kemasan produk yang baik dan menarik, pemasaran secara online, cara membuat WEB. Meningkatkan kemampuan permodalan, meningkatkan akses dan pangsa pasar, teknologi, kualitas, produktivitas, dan daya saing produk.

3. Ketua Kelompok Usaha Bersama (KUB) Industri Kecil Permen Susu Kerbau

Produk permen susu menjadi salah satu komoditas andalan kabupaten Sumbawa. Masalah yang sering dihadapi oleh mitra adalah kurangnya ilmu pengetahuan dan teknologi

yang digunakan dalam mengelola usaha, seperti; 1) cara pembukuan keuangan yang benar, 2) cara pembuatan kemasan produk yang baik dan menarik, 3). Cara pemasarannya hasil usaha secara luas; Sementara ini pemasaran hasil produksi olahan permen susu masih di jual atau di titipkan di toko-toko dan kios-kios yang berada di seputaran Sumbawa, dengan rasa dan kemurnian susu yang unggul, memiliki potensi untuk dapat di pasarkan di berbagai daerah.

Harapan dari peserta adalah perlu adanya pelatihan dan pendampingan yang diberikan kepada kelompok mitra yang belum memiliki pengetahuan optimal dalam mengelola usaha dan mengembangkannya, sehingga menambah pengetahuan bagaimana cara membuat pengemasan yang baik dan menarik, baik pembukuan keuangan, dan pemasarannya.

4. Kepala Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Sumbawa

Terkait optimalisasi dan pengembangan UMKM maka seseorang untuk bisa survive dalam membangun dan mengembangkan usahanya harus mengenal siapa diri mereka sebenarnya dalam artian setiap orang harus mampu mengenal kelebihan dan kekurangannya. Dengan begitu maka dipastikan tidak akan menemui kendala dalam memulai suatu usaha. Dia juga menyampaikan program pemerintah pusat untuk menghasilkan 5 juta wirausahawan baru di tahun 2017-2018.

Selain itu dibahas data-data empiris yang berkaitan dengan dana bantuan pemerintah kepada wirausahawan dan prosedur atau tata cara mendapatkan dana bantuan berupa gerobak dorong untuk PKL (Pedagang Kaki Lima) yang memenuhi syarat dan ketentuan yang berlaku. Dinas Koperasi, UKM, Perindustrian dan Perdagangan sangat mensupport dan mengapresiasi bagi calon wirausahawan atau alumni perguruan tinggi yang ingin terjun ke dunia bisnis atau usaha. Para pelaku usaha atau calon wirausahawan dianjurkan untuk membuka rekening di bank tertentu mitra pemerintah daerah untuk bantuan modal usaha.

Berdasarkan beberapa pendapat Narasumber bahwa semua pihak setuju atas rencana pendirian kesekertariat sentra UMKM di satu titik dengan tetap mempertahankan penjualan outlet yang sudah ada. Tetapi di kesekertariat tersebut menyediakan semua jenis serta fasilitas lahan parkir yang cukup. Dengan memperhatikan faktor-faktor internal dan eksternal sebagai Kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*), yaitu:

1. *Strenght* (Kekuatan)

Bahan baku yang cukup banyak terbukti tetap eksisnya UMKM dari tahun 1972 sampai sekarang, produk yang ditawarkan berkualitas produk yang dihasilkan unik dan kreatif, harga bersaing, support dari beberapa perusahaan/BUMN dalam bentuk CSR.

2. *Weakness* (kelemahan)

Inovasi masih kurang, variasi produk masih kurang, modal masih terbatas, kemasan produk kurang menarik. tidak ada standarisasi produk, tidak ada peningkatan sdm, tidak ada kemudahan transportasi, manajemen keuangan belum teratur, manajemen persediaan bahan baku belum teratur, kurangnya pengawasan proses produksi dan kualitas, lahan kerja kurang luas dan kurang nyaman, teknologi minimal/ sederhana, perhitungan harga pokok produksi kurang akurat.

3. *Oppurtunity* (peluang)

Pasar yang besar, lokasi yang strategis, pasar yang lebih luas yaitu pasar luar negeri, permodalan dari bank, produk sudah dikenal masyarakat, ketersediaan sumberdaya manusia,

lokasi dekat dengan pemasok, memiliki sistem pemasaran terpusat, tempat penjualan strategis, memiliki banyak relasi.

4. *Threat* (Ancaman)

Pesaing yang sudah eksis, pesaing dari luar negeri, kekuatan daya tawar menawar grosir (pemasok bahan), sarana transportasi terbatas, pesaing dari dalam negeri, pesaing dari luar negeri, musim dan inflasi.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh dari kegiatan penguatan UMKM menghadapi era 4.0 melalui perbaikan manajemen wirausaha di Kota Sumbawa ini adalah:

1. Pelaku UMKM sebagian besar mengharapkan adanya peran dari pemerintah daerah kabupaten sumbawa dalam penataan & pengembangan UMKM yang telah terdaftar dan memiliki sertifikat yang ada di Kabupaten Sumbawa, serta mempermudah proses sertifikasi bagi pelaku UMKM yang belum memiliki sertifikat.
2. Pelaku UMKM berharap PT.Bank NTB cabang Sumbawa memberikan kemudahan untuk mengakses pinjaman modal usaha bagi pelaku UMKM yang memiliki sertifikat yang diterbitkan oleh Dinas/Instansi terkait yaitu Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kab.Sumbawa.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, N., Hubeis, M., Sukmawati, A., & Eriyatno, E. (2020). Model Pengelolaan Sumberdaya Manusia Berbasis Kompetensi Era Industri 4.0. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Bisnis*, 6 (3), 501-513.
- Hidayat, N. R. (2017). *Dinamika Perubahan*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Husnurrosyidah, H. (2019). E-Marketplace UMKM Menghadapi Revolusi Industri 4.0 dalam Perspektif Islam. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 7 (2). 224-239.
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Ditengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*, 22 (2). 118-121.
- Rahayu, A. R., Kertahadi. A. M., Muhammad, M. (2012). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan E-Commerce Oleh Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) (Survei Pada UMKM yang Terdaftar di Kadin Malang Kota Malang). *Jurnal Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 6 (2), 96-103.
- Sumardjo, S. (2010). *Model Pemberdayaan Masyarakat dan Pengelolaan Konflik Sosial Pada Perkebunan Kelapa Sawit di Propinsi Riau*.
- Wahyuningsih, S. (2009). Peranan UMKM Dalam Perekonomian Indonesia. *Jurnal Mediagro: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 5 (1). 1-14.