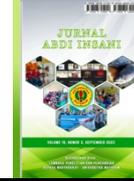




JURNAL ABDI INSANI

Volume 10, Nomor 3, September 2023

<http://abdiinsani.unram.ac.id>. e-ISSN : 2828-3155. p-ISSN : 2828-4321



PEMBERDAYAAN KEWIRAUSAHAAN YANG BERKELANJUTAN PADA USAHA KOMUNITAS DI DESA SRUWENG-KEBUMEN, PROVINSI JAWA TENGAH

Sustainable Empowerment For Community Enterprise In Sruweng Village-Kebumen, Central Java

Retnowati, A.B.M. Witono, Anggraeni Permatasari

Fakultas Bisnis, Universitas Presiden

Jalan Ki Hajar Dewantara, Kota Jababeka-Cikarang Baru, Kabupaten Bekasi, Provinsi Jawa Barat 17550

*Alamat korespondensi: anggraeni@president.ac.id

(Tanggal Submission: 18 Juli 2023, Tanggal Accepted : 8 Agustus 2023)



Kata Kunci :

Kewirausahaan Masyarakat, Pemberdayaan UMKM, Mindset Kewirausahaan, Kebumen

Abstrak :

Masa pandemi Covid-19 telah memberikan dampak yang cukup besar kepada pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), khususnya di pedesaan. Mereka berupaya untuk meningkatkan produktivitasnya dan mulai merintis usahanya kembali. Proses pengembangan bisnis tersebut tidaklah mudah, pelaku UMKM memerlukan pendampingan untuk mengembangkan sikap bisnis yang positif, keterampilan dan mental kewirausahaan yang kuat. Program pengabdian masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan mindset kewirausahaan pada usaha komunitas di pedesaan. Melalui pendampingan yang berkelanjutan diharapkan pelaku UMKM mampu untuk bangkit kembali dan meningkatkan daya saing. Program PkM berfokus pada kelompok usaha komunitas di Desa Sruweng, Kebumen, Provinsi Jawa Tengah. Peserta kegiatan berjumlah 40 peserta terdiri dari pelaku usaha komunitas yang mengalami dampak pandemic covid-19. Kegiatan PkM berupa pelatihan/workshop dan dilanjutkan dengan pendampingan prosesual. Hasil observasi dan FGD menemukan bahwa untuk memulai kembali usahanya, pelaku UMKM memiliki beberapa kendala antara lain rendahnya motivasi, keterbatasan modal usaha, baik sosial ataupun financial, manajemen produksi dan strategi pemasaran. Output kegiatan ini berhasil memberikan motivasi dan kepercayaan diri pelaku UMKM untuk mau kembali memulai ataupun mengembangkan usahanya. Selama proses pelatihan, peserta saling berbagi pengalaman dan solusi dalam menghadapi masa pandemic covid-19. Melalui proses tersebut, peserta berhasil menumbuhkan ide-ide baru dan memahami perubahan kondisi pasar pasca pandemic covid-19. Kegiatan PkM membantu UMKM dalam



memperbaharui model bisnis, meningkatkan kualitas produk dan merancang strategi pemasaran yang efektif sesuai kebutuhan pasar.

Key word :

Community Enterprise, MSMEs Empowerment, Entrepreneurial Mindset, Kebumen

Abstract :

The Covid-19 pandemic has significantly impacted Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), especially in rural areas. They try to increase their productivity and start their business again. MSMEs must develop positive business attitudes, opportunity reading skills, and a strong mentality. This community service program (PkM) aims to increase the entrepreneurial mindset in rural areas and revive the capacity and competitiveness of MSME actors. This program focuses on the community business group in Sruweng Village, Kebumen, Central Java. PkM activities consist of two activities such as training/workshops and processual empowerment. The total number of participants is 40, consisting of community business actors who experienced the impact of the covid-19 pandemic. The observations and FGDs found that MSME actors had several obstacles to restarting their business, including limited business capital (social and financial), production management, and marketing strategy. This activity's output has provided motivation and confidence for MSME actors to start or develop their businesses again. All participants shared experiences and solutions in dealing with the Covid-19 pandemic during the process. Through this process, participants succeeded in generating new ideas and understanding changes in market conditions after the Covid-19 pandemic. In addition, PkM activities help MSME actors improve the quality of their products and formulate effective and efficient business models and marketing strategies.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Retnowati., Witono, A. B. M., & Permatasari, A. (2023). Pemberdayaan Kewirausahaan Yang Berkelanjutan Pada Usaha Komunitas Di Desa Sruweng-Kebumen, Provinsi Jawa Tengah. *Jurnal Abdi Insani*, 10(3), 1972-1982. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v10i3.1024>

PENDAHULUAN

Keberadaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting untuk pertumbuhan dan perkembangan negara berkembang seperti Indonesia. UMKM adalah salah satu sektor yang memiliki peranan yang cukup besar terhadap perekonomian nasional. Pemberdayaan kewirausahaan pada UMKM sangat dibutuhkan oleh masyarakat khususnya di pedesaan (Retnowati et al., 2020; Handajani et al., 2021). Usaha bisnis yang potensial dapat membuka lebih banyak lapangan kerja, mengentaskan kemiskinan, mengurangi urbanisasi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat (Suryani et al., 2022). Selain itu, UMKM dapat menjadi ujung tombak bagi usaha besar dalam menyalurkan serta menjual produk kepada konsumen (Sarfiyah et al., 2019; Prabowo et al., 2023).

Masa pandemic covid-19 telah memberikan dampak yang cukup besar kepada UMKM, salah satunya adalah menurunnya penjualan sehingga banyak UMKM berhenti beroperasi. Menurut (Prabowo et al., 2023) terdapat empat kendala yang menjadi penyebab sulitnya perkembangan UMKM, Diantaranya meliputi; "Nilai ekonominya kurang kompetitif di pasaran. Lalu, kapasitas produksinya masih kurang ditambah keterbatasan pemasaran. Terakhir, namun yang paling utama, adalah keterbatasan modal." Dengan kondisi demikian maka pelaku UMKM membutuhkan pendampingan dan pembekalan tentang bagaimana memulai berwirausaha kembali, cara melakukan bisnis dan bagaimana mengembangkan usaha pascapandemi covid-19.



Setiap tahun, President University di bawah Lembaga Riset dan Pengabdian Masyarakat (LRPM) menyelenggarakan beberapa program pengabdian masyarakat untuk pengembangan dan pemberdayaan desa mandiri serta pemberdayaan potensi desa mitra. Kegiatan PkM dilakukan dalam kurun waktu tertentu dengan melibatkan seluruh dosen, mahasiswa, masyarakat di pedesaan dan stakeholder terkait di suatu wilayah dalam kemitraan/pembangunan perguruan tinggi. Tujuannya adalah untuk memberikan manfaat bagi masyarakat dan mewujudkan kontribusi terhadap pembangunan masyarakat melalui pelayanan yang berkelanjutan.

Dengan latar belakang di atas, maka kami bermaksud melakukan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) berupa Pendampingan Kewirausahaan kepada pelaku UMKM yang tergabung pada kelompok usaha komunitas di pedesaan. Kegiatan PkM ini berfokus kepada UMKM di Desa Sruweng, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Dalam survei awal data menunjukkan bahwa di Desa Sruweng-Kebumen terdapat komunitas pelaku bisnis yang cukup potensial untuk menjalankan bisnis, namun menghadapi kendala saat menjalankan bisnisnya saat pandemi covid-19. Kondisi ini disebabkan antara lain: minimnya pengalaman berwirausaha, tidak mempunyai cukup modal, kesulitan membaca peluang bisnis dan tidak mempunyai partner bisnis dan atau jejaring. Kendala lain yang dihadapi masyarakat selama ini adalah kurangnya motivasi dan pendampingan untuk menjalankan bisnis pasca pandemi covid-19. Berikut adalah beberapa permasalahan yang menjadi target capaian kegiatan PkM:

1. Bagaimana menumbuhkan motivasi kewirausahaan kepada pelaku usaha komunitas pascapandemi covid-19?
2. Bagaimana merancang model bisnis yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan berdaya saing?
3. Bagaimana meningkatkan kualitas produk usaha komunitas sehingga memiliki nilai jual ekonomis yang lebih tinggi?
4. Bagaimana mengembangkan pemasaran usaha komunitas sehingga mampu menjawab pasar?

Kegiatan PkM ini bertujuan untuk memberdayakan usaha komunitas pedesaan melalui pendampingan kewirausahaan untuk meningkatkan mindset kewirausahaan dan merancang strategi bisnis yang efektif pasca pandemi covid-19. Kami berharap pelaku UMKM berbasis komunitas pedesaan mampu membangun dan mengembangkan usahanya kembali sehingga berdampak terhadap peningkatan pendapatan usaha dan kesejahteraan masyarakat. Menurut Peredo dan Chrisman (2006) *dalam* (Suryani et al., 2022) kewirausahaan berbasis masyarakat berkaitan dengan proses sosial dan bisnis tentang bagaimana anggota masyarakat berperilaku secara korporat menjadi pengusaha untuk mencapai tujuan bersama. Selain itu, pelaksanaan PkM di Sruweng Kebumen ini bukan semata-mata hanya sebagai pemenuhan tugas kewajiban Tri darma Perguruan Tinggi, namun juga panggilan dan tanggungjawab sebagai dosen terhadap masyarakat luas untuk membantu memecahkan masalah dan berkontribusi kepada masyarakat sesuai dengan kepakaran dan kebutuhan masyarakat, dengan cara hadir secara langsung di tengah masyarakat, terlibat dan memecahkan masalah yang dihadapi masyarakat secara bersama-sama.

METODE KEGIATAN

Kegiatan PkM ini berfokus kepada pemberdayaan usaha komunitas se-Kabupaten Kebumen. Peserta adalah UMKM binaan Gereja Kristen Jawa (GKJ) Menara Kasih di Desa Sruweng, Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. Jumlah peserta yang mengikuti PkM sebanyak 40 orang, sebagaimana yang disajikan pada Tabel 1. Peserta pada umumnya adalah para wirausaha pemula atau wirausaha yang terkena dampak pandemic covid-19, mereka ingin memulai kembali usahanya dari awal. Selain itu juga terdapat wirausaha yang sudah cukup lama bahkan berhasil menjalankan bisnisnya.

Kegiatan pendampingan dilakukan secara bertahap, seperti yang tersaji pada Gambar 1. Kegiatan tahap pertama adalah mengadakan pelatihan/ workshop. Kegiatan PkM ini menggunakan metode ceramah, diskusi kelompok dan sharing pengalaman dalam merencanakan hingga melaksanakan bisnis. Kegiatan pelatihan/workshop terbagi menjadi tiga sesi. Pada sesi pertama dimulai dengan pelatihan pemberdayaan mindset kewirausahaan. Pada kegiatan ini dosen



memberikan gambaran umum tentang kemauan, motivasi dan komitmen untuk menjalankan bisnis dan brainstorming.



Gambar 1. Pelaksanaan PKM Pendampingan Kewirausahaan pada Usaha Komunitas

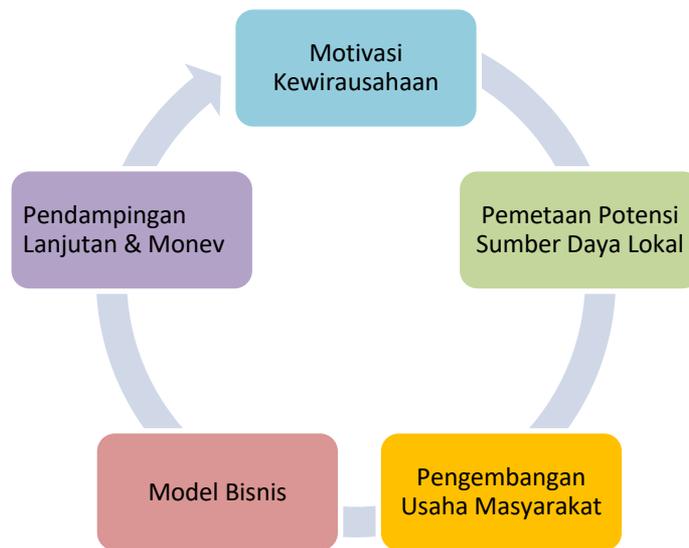
Sesi selanjutnya peserta dibagi dalam kelompok-kelompok kecil, didampingi oleh dosen untuk sharing pengalaman kehidupan dan atau keberhasilan atau kegagalan dalam menjalankan bisnisnya. Selanjutnya peserta diminta untuk menyampaikan pengalamannya di forum bersama (pleno). Sesi terakhir, peserta merancang model bisnis yang sesuai dengan minat, peluang dan kebutuhan pasar saat ini atau pascapandemi covid-19. Dalam kegiatan ini semua peserta dan narasumber aktif terlibat dalam seluruh proses sehingga benar-benar menjadi sarana pembelajaran yang saling membangun.

Tabel 1. Daftar Peserta Kegiatan PkM, Sruweng-Kebumen

		Jumlah Responden (orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	24	60%
	Perempuan	16	40%
Usia	25-35 Tahun	10	25%
	36-45 Tahun	9	22,50%
	46-55 Tahun	13	32,50%
	56-65 Tahun	7	17,50%
	>66 Tahun	1	2,50%
Lama Usaha	0-2 Tahun	21	52,50%
	3-5 Tahun	6	15%
	6-10 Tahun	7	17,50%
	>11 Tahun	5	12,50%
Pendapatan Usaha Per Tahun	< Rp.50.000.000,-	33	82,50%
	Rp.50.000.000 -500.000.000,-	7	17,50%
	>Rp.500.000.000,-	0	0%

Selanjutnya pasca pelatihan dilakukan, metode pendampingan secara daring (online) secara terjadwal (pendampingan prosesual) setiap bulan, selama satu tahun. Dengan metode pendampingan yang terjadwal ini diharapkan peserta betul-betul belajar dan mendapat manfaat dari PkM yang bukan

sekali saja dilakukan lalu selesai, namun dilanjutkan dengan pendampingan-pendampingan yang lebih bersifat teknis.



Gambar 2. Proses Pendampingan PkM berkelanjutan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pembekalan diberikan materi sesuai dengan topik PkM yaitu: Motivasi Kewirausahaan, Pengembangan Usaha, Inovasi Bisnis dan Perancangan Model Bisnis. Melalui semua materi, diharapkan peserta dapat memahami bagaimana menjadi wirausaha dan mempraktekkan sesuai dengan kapasitas UMKM masing-masing.

Motivasi Kewirausahaan

Dalam menjalankan bisnis, motivasi mempunyai peran yang penting. Karena tanpa motivasi orang tidak akan melakukan apapun dengan penuh kesungguhan. Motivasi akan menjadi semangat bagi setiap orang untuk menjalankan aktivitasnya (Retnowati et al., 2020). Demikian juga dengan berbisnis, motivasi merupakan hal yang harus dimiliki oleh siapapun yang akan memulai bisnis. Untuk itu kegiatan ini bertujuan untuk melihat motivasi setiap orang yang hadir (Gambar 3). Sesi ini menggunakan metode sharing, peserta diminta berbagi pengalaman serta memberikan pendapat masing-masing terhadap lima hal berikut ini, yaitu: (1) Mengapa Bersedia Datang Ke Sini ? (2) Kemampuan? (3) Kebiasaan? (4) Kesuksesan ? (5) Kegagalan?

Pengembangan Usaha Bisnis

Untuk memastikan bahwa bisnis UMKM berkembang dengan sukses maka diperlukan upaya dan strategi pengembangan bisnis. Pada sesi kedua, kegiatan berfokus untuk melakukan brainstorming terkait pengembangan usaha UMKM (usaha baru atau berjalan). Melalui kegiatan brainstorming pemilik UMKM berhasil mengidentifikasi dua upaya untuk mengembangkan bisnisnya (Gambar 4), yaitu (1) Bisnis yang berorientasi kebutuhan pelanggan; (2) Potensi sumber daya yang dimiliki untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Kedua upaya tersebut sangat penting dalam menjalankan usaha pada lingkungan bisnis yang cepat berubah saat ini. Menurut (Yuliana et al., 2019), pengembangan bisnis menentukan masa depan dan kinerja perusahaan.



Gambar 3. Sharing Peserta saat sesi Motivasi Kewirausahaan

Setelah menentukan upaya yang akan dilakukan untuk mengembangkan bisnis, peserta juga melakukan evaluasi kinerja dengan menilai faktor-faktor penentu keberhasilan di dalam berbisnis, yaitu: a) Kejelian melihat peluang besar; b) Kreativitas dan Inovasi c) Kemampuan manajerial; (d) Ketrampilan kepemimpinan; (e) Keahlian teknologi; (f) Ketrampilan komunikasi; dan (g) Keahlian keuangan. Dari hasil brainstorming kami menyimpulkan bahwa pemilik UMKM membutuhkan keterampilan yang kuat untuk mengidentifikasi peluang pengembangan bisnis baru, menilai potensi risiko, menentukan dan menyesuaikan strategi bisnis sesuai dengan perubahan kondisi bisnis. Oleh karena itu, pada sesi selanjutnya pelaku UMKM diajak untuk merancang kembali model bisnisnya agar sesuai dengan perubahan lingkungan bisnis pascapandemi covid-19.



Gambar 4. Sesi *Brainstorming*

Perancangan Model Bisnis

Model bisnis adalah strategi inti perusahaan untuk menjalankan bisnis yang menguntungkan. Model bisnis umumnya mencakup informasi seperti produk atau layanan yang akan dijual rencana bisnis, target pasar, dan biaya yang diantisipasi (Osterwalder & Pigneur, 2010). Model bisnis penting untuk memulai bisnis baru dan ataupun mengembangkan bisnis yang sudah maju. Rancangan model bisnis akan membantu perusahaan baru untuk berkembang menarik investasi, merekrut bakat, serta memotivasi manajemen dan staf (Permatasari & Dhewanto, 2013). Bisnis yang sudah maju juga harus

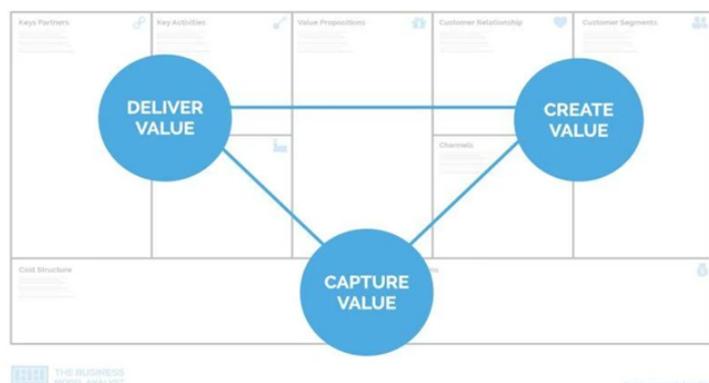
secara teratur memperbarui model bisnis mereka atau mereka akan gagal mengantisipasi tren dan tantangan ke depan.

Berikut adalah tahapan aktivitas yang dilakukan peserta dalam merancang model bisnisnya: Pertama adalah menjelaskan secara sederhana fungsi model bisnis untuk memudahkan cara melihat ide bisnis dan rencana realisasinya secara cepat. Kedua, merancang strategi bisnis yang cepat sehingga bisnis dapat berhasil seperti yang diharapkan menggunakan sembilan blok Business Model Canvas (BMC) dari (Osterwalder & Pigneur, 2010) yaitu:

1. Customer segment: Siapa yang membeli produk anda; siapa yang mau membayar anda?
2. Value Proposition: Mengapa orang memilih untuk menggunakan pproduk/jasa anda ? apa keunggulan produk tertentu dibanding kompetitor yang lain? Apa yang paling menarik dari model bisnis/produk tertentu?
3. Channels : Bagaimana cara pelanggan dapat mengetahui produk/jasa yang anda tawarkan ? Bagaimana cara produk/jasa bisa sampai ke tangan pelanggan? Apakah cara itu efektif?
4. Customer relations: Bagaimana cara anda selalu connect dengan pelanggan ? Bagaimana anda memastikan pelanggan puas setelah menggunakan produk/jasa anda ?
5. Revenue Streams : Bagaimana cara bisnis tersebut menghasilkan uang ? Apa saja produk/jasa yang ditawarkan?
6. Key Activities: Apakah kegiatan utama yang dilakukan untuk menciptakan value proposition ? Apa strategi yang bisnis dilakukan sehingga target perusahaan dapat tercapai ?
7. Key Resources : Apa sumber daya yang harus dimiliki untuk menjalankan bisnis tersebut? Aset apa saja yang dibutuhkan agar bisnis dapat bersaing dengan bisnis serupa
8. Key Partnerships: Siapa pihak Supplier/vendor atau mitra yang paling menentukan kesuksesan perusahaan anda ?
9. Cost Structures: pengeluaran apa saja yang harus ditanggung untuk menjalankan model bisnis ini ? Komponen biaya apa saja yang dibutuhkan pada setiap elemen kegiatan-kegiatan pokok usaha tersebut seperti halnya key resources dan channel?

Setelah model bisnis selesai dirancang, pelaku usaha akan menilai apakah ide beserta strateginya sudah memperhitungkan hal-hal yang pokok dalam kelayakan model bisnis. Kelayakan model bisnis terdiri dari tiga pilar sebagai berikut: (1) Desirability; (2) Feasibility; dan (3) Viability, (3). Konsep ini selaras dengan (Pereira, 2023) sebuah model bisnis menggambarkan pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai (Gambar 5).

What is a Business Model?

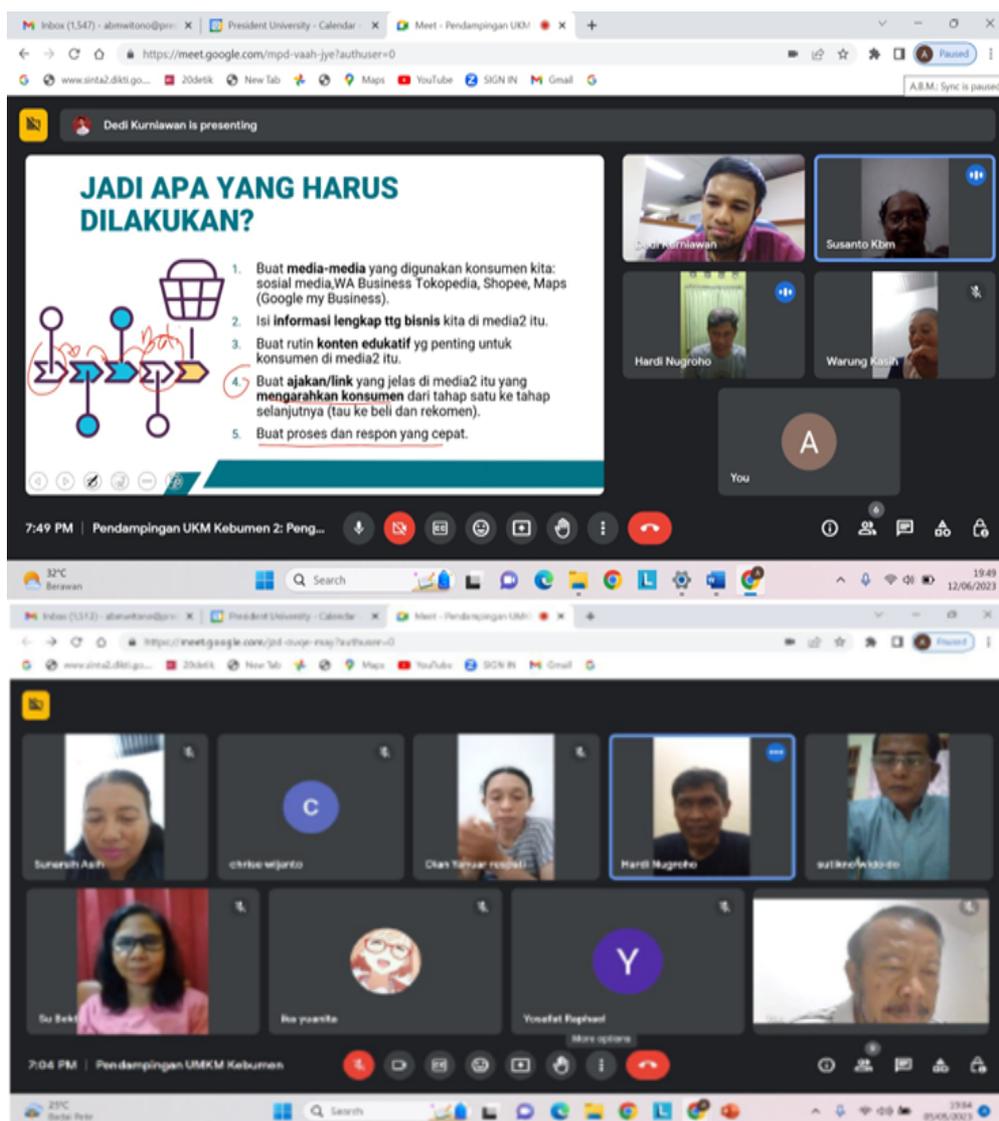


Gambar 5. Pilar Model Bisnis (Pereira, 2023)

Pasca pelatihan/workshop: Pendampingan Usaha secara Daring (online)-Pascaworkshop

Dari hasil pelatihan di Kebumen, kami menemukan usaha komunitas di Desa Sruweng Kebumen, masih menghadapi beberapa tantangan besar yang menghambat pertumbuhan mereka. Oleh karena itu, kami merasa perlu kegiatan pendampingan lanjutan untuk untuk mendorong pertumbuhan mereka. Kegiatan pendampingan lanjutan dilaksanakan satu bulan setelah pelatihan/workshop di Desa Sruweng-Kebumen. Pendampingan dilakukan secara daring (*online*), membahas topik-topik yang menjadi kebutuhan UMKM untuk mengatasi kendala bisnis.

Pendampingan online menjadi sarana mengembangkan bisnis yang sudah dan akan ditekuni oleh peserta. Dalam proses pendampingan, kami melibatkan Dosen Fakultas Bisnis dari Universitas Presiden dan rekan praktisi untuk membangun pendekatan yang memberikan solusi terhadap permasalahan dalam menjalankan atau mengembangkan strategi usaha yang telah dirancang saat workshop, seperti yang terlihat pada Gambar 6. Kegiatan pendampingan ini diharapkan dapat memberikan solusi terhadap permasalahan keterbatasan pengetahuan manajemen bisnis dan pengembangannya. Dalam perkembangannya forum ini menjadi sarana untuk sharing pengalaman bisnis, saling memberi dukungan pelaku bisnis dan saling memotivasi.

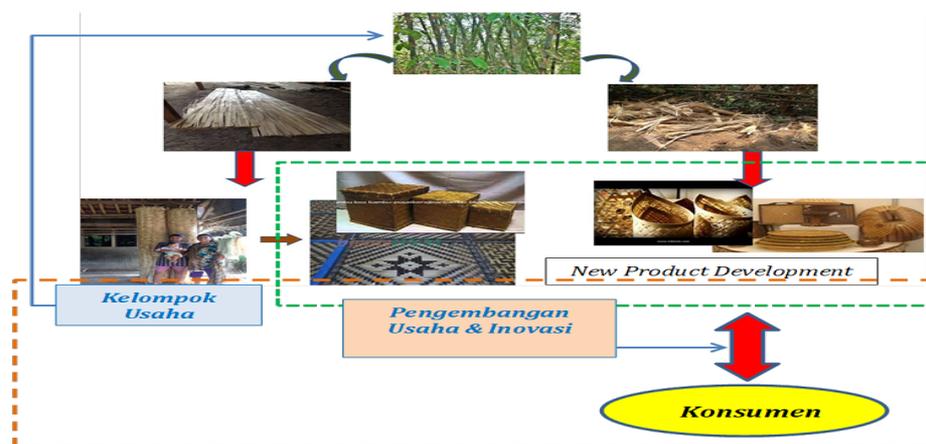


Gambar 6. Pendampingan Lanjutan secara Daring (*Online*)

Berikut adalah output dari pendampingan *online* yang telah dilakukan:

1. Inovasi dan Kualitas Produk

Pendampingan *online* pertama yang dilakukan mengarah kepada kualitas produk yang berdaya saing. Pelaku UMKM berfokus menggali potensi sumber daya lokal dan meningkatkan kualitas produk lokal yang berdaya saing. Pada sesi ini peserta membandingkan kualitas produk yang diproduksi oleh pelaku UMKM Desa Sruweng-Kebumen dengan produk pesaing yang sudah ada di pasaran. Tujuannya agar produk UMKM didukung dengan ketersediaan sumber daya yang memadai, sehingga dapat menekan biaya produksi dan meningkatkan harga jual produk menjadi lebih tinggi. Peserta dapat menonjolkan keunggulan yang menjadi ciri khas produk usaha komunitas. Peningkatan inovasi dan kualitas produk baru juga meliputi pemanfaatan sisa produksi utama yang belum termanfaatkan sehingga bisa diolah menjadi produk tambahan yang memiliki nilai jual ekonomi tinggi, seperti yang terlihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Pengembangan Inovasi dan Kualitas Produk berbasis Sumber Daya Lokal

2. Strategi Pemasaran

Setelah peningkatan nilai produk, selanjutnya adalah membangun strategi pemasaran yang efektif. Pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan dan konsultasi terkait kendala yang dihadapi dalam pemasaran produknya. Salah satu upaya pemberdayaan ekonomi dapat dilakukan dengan pengelolaan dan pemasaran produk-produk lokal (Rohyani et al., 2022). Tujuannya agar peserta dapat merumuskan kegiatan pemasaran yang berkelanjutan dan berdampak terhadap pendapatan usaha. Saat pendampingan pelaku UMKM dapat menyusun strategi pemasaran yang efektif sejalan dengan perkembangan teknologi saat ini. Sebagai contoh, pelaku UMKM berfokus mengembangkan strategi pemasaran produk kerajinan bambu dapat memperluas jalur pemasaran digital melalui e-commerce. Melalui strategi digital marketing diharapkan produk dapat lebih dikenal, memiliki pasar yang jelas dan tepat, sehingga pendapatan usaha komunitas akan meningkat. Pada akhir sesi pelatihan, peserta saling berbagi pengalaman dalam menjalankan strategi marketingnya. Sehingga alternative solusi tidak datang hanya dari teori saja tetapi juga dari pengalaman pelaku UMKM.

3. Monitoring dan Evaluasi

Pendampingan lanjutan secara daring (*online*) juga merupakan sarana untuk memantau perkembangan dan pertumbuhan UMKM serta mengevaluasi capaian kegiatan PkM jangka panjang. Monitoring dan evaluasi adalah salah satu alat manajemen untuk mengukur rencana sebuah pekerjaan dengan tujuan yang ingin dicapai. Menurut (Stem et al., 2005) kedua kegiatan ini (*monitoring* dan *evaluasi*) saling berkaitan dan berkelanjutan sepanjang masa proyek atau proses pekerjaan. Melalui

feedback yang diberikan oleh peserta pada saat pelatihan (Gambar 8), pada umumnya mereka sangat senang dan membutuhkan kegiatan PkM dan berharap akan terus berlanjut karena sangat dibutuhkan untuk pengembangan bisnis yang mereka jalankan. Monitoring dan evaluasi pada bisnis bertujuan untuk melihat bagaimana kinerja sebuah perusahaan terhadap tujuannya, apakah berdampak, apakah bekerja secara efisien, dan untuk belajar bagaimana melakukannya dengan lebih baik (Dhewanto et al., 2020; Kusmulyono et al., 2023). Oleh karena itu, monitoring dan evaluasi akan membantu perusahaan mengetahui kapan rencana tidak berjalan, dan ketika keadaan telah berubah.



Gambar 8. Pemateri dan Peserta PkM Pendampingan Kewirausahaan

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil kegiatan dapat disimpulkan bahwa metode PkM ini telah membawa manfaat dan mendorong keberhasilan usaha komunitas di Sruweng-Kebumen. Pada dasarnya, pelaku Usaha Komunitas Desa Sruweng-Kebumen telah memiliki usaha yang dapat dikembangkan lebih maksimal. Selama ini kapasitas produksi yang tidak memadai, modal usaha yang terbatas dan biaya produksi yang tinggi tidak diimbangi oleh daya beli pasar. Oleh karena itu, dibutuhkan model bisnis yang dapat mensinergikan produktivitas usaha dengan strategi pemasaran yang berkelanjutan, sehingga pendapatan usaha komunitas dapat meningkat dan berdampak terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat Desa Sruweng di Kebumen. Berikut adalah capaian kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Sruweng-Kebumen:

1. Pelaku Usaha Komunitas dapat menemukan motivasi dan solusi untuk bangkit memulai dan mengembangkan usahanya kembali pascapandemi covid-19.
2. Pelaku Usaha Komunitas dapat membaca peluang dan merancang model bisnis dengan memaksimalkan potensi yang dimilikinya sesuai kebutuhan pasar.
3. Pelaku Usaha Komunitas dapat meningkatkan kualitas produk dan nilai tambah produk usaha komunitas sehingga memiliki nilai jual ekonomis yang lebih tinggi.
4. Pelaku Usaha Komunitas dapat merumuskan dan merencanakan strategi pemasaran usaha komunitas yang efektif dan sesuai dengan perkembangan teknologi.

Saran

Pemberdayaan usaha komunitas tidak bisa dilakukan hanya sekali saja tetapi harus dilakukan secara berkelanjutan. Sampai saat ini kegiatan PkM masih terus berjalan dengan metode prosedural untuk menindaklanjuti apa yang sudah dilakukan pada awal kegiatan PkM dan dilanjutkan dalam pertemuan-pertemuan lanjutan. Secara keseluruhan, metode yang disajikan sangat efektif dan tepat sasaran. Selain itu desain PkM berkelanjutan memberi kesempatan bagi dosen, mahasiswa dan peserta pelatihan untuk berpartisipasi dan terlibat secara langsung dalam seluruh proses pendampingan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada LRPM Universitas Presiden dan GKJ Menara Kasih Sruweng yang telah memberi dukungan finansial dan non-finansial terhadap kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dhewanto, W., Ratnaningtyas, S., Permatasari, A., Anggadwita, G., & Prasetyo, E. A. (2020). Rural entrepreneurship: towards collaborative participative models for economic sustainability. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 8(1), 705.
- Handajani, L., Abidin, Z., & Pituringsih, E. (2021). Pendampingan Perintisan Usaha BUMDes untuk Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Peteluan Indah. *Jurnal Abdi Insani*, 8(1), 10-17.
- Kusmulyono, M. S., Andani, D., & Santi, A. E. (2023). Penguatan Standardisasi dan Pengembangan Desain Produk UKM Bengok Craft di Kesongo, Kabupaten Semarang. *Indonesian Community Journal*, 3(2), 653-664.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers (Vol. 1). John Wiley & Sons.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2015). Value proposition design: How to create products and services customers want (Vol. 2). John Wiley & Sons.
- Peredo, A. M., & Chrisman, J. J. (2006). Toward a theory of community-based enterprise. *Academy of Management Review*, 31(2), 309–328.
- Pereira, Daniel. (2023). "Business Model – What is it and How it works." Retrieved from <https://businessmodelanalyst.com/business-model/>
- Permatasari, A., & Dhewanto, W. (2013). Business model innovation towards competitive advantage: Case study in Indonesian cosmetics and Herbal health companies. *Information Management and Business Review*, 5(8), 385-393.
- Permatasari, A, Kusumawardani, K.A., Octavianie, V., & Jamin, S. (2017). Evaluating the Impact of CSR Programs on Community: The Case of PT. XYZ in Cikarang, Indonesia. *Proceeding of International Conference on Family Business & Entrepreneurship 2017: Family Business and Entrepreneurship Sustainability in the Current Global Scenario*, 1(1), 463-480.
- Prabowo, M. A., Robin, M., Rohman, F., Permana, G., Qomaruddin, M. T., Rahma, D., & Hidayani, H. (2023). Peran Pengabdian Masyarakat Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 29(1), 30-34.
- Retnowati, R., Purwanto, P., & Suryanto, H. (2020, May). The empowerment of Rawa Pening communities in enhancing cleanliness and environmental sustainability. *Journal of International Conference Proceedings*, 3(1), 206-220).
- Rohyani, I. S., Rahayu, R. N., Isrowati, I., & Ernawati, E. (2022). Sosialisasi Pengembangan Ekowisata dan Kewirausahaan Produk Lokal di Desa Lenek Ramban Biak, Kabupaten Lombok Timur. *Jurnal Abdi Insani*, 9(4), 1847-1856.
- Stem, C., Margoluis, R., Salafsky, N., & Brown, M. (2005). Monitoring and evaluation in conservation: a review of trends and approaches. *Conservation biology*, 19(2), 295-309.
- Suryani, A., Soedarso, S., Utomo, C., Endarko, E., & Ahmad, I. S. (2022). Strengthening Community-Based Entrepreneurship: The Significance of Community Capacity Building and Enabling Ecosystem. *Indonesian Journal of Development Studies*, 1(2), 1-12.
- Yuliana, E., Alamanda, D. T., & Permatasari, A. (2019). *An Analysis of Competitiveness Advantage Transformation of Small Medium Enterprise Community in Bandung. From transition to development: Emerging challenges and perspectives*. 25.

