



Peningkatan Kapabilitas Business Plan, Network, dan Marketing Guna Akselerasi Bisnis UMKM Sekolah Wirausaha Aisiyyah

¹Zulkifli Nurul Haqq, ²Annisa Fajri

¹²Prodi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Semarang, Indonesia

zulkiflinurulhaqq@unimus.ac.id

annisafajri@unimus.ac.id

© 2023 Kreativasi : *Journal of Community Empowerment*

ABSTRACT	INFO ARTIKEL
<p><i>The development of the business world is currently experiencing significant developments. Massive digitalization is spreading in all aspects of human life, making the expertise to use a qualified digital device a must. With the emergence of new entrepreneurs, it is hoped that it will have a direct impact on improving people's welfare as well as accelerating economic progress and equity, increasing Indonesia's competitiveness through superior-based products and creative industries so as to create new jobs, as well as absorbing a large domestic market. on local products. In line with this, the community service collaboration team of the Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Muhammadiyah Semarang and Sekolah Wirausaha 'Aisiyyah.</i></p> <p>Keywords : <i>UMKM, Business Plan, Network, Marketing</i></p>	<p>Korespondensi : Annisa Fajri Email : annisafajri@unimus.ac.id</p>

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini mengalami perkembangan yang signifikan. Digitalisasi yang masif merebak di seluruh aspek kehidupan manusia menjadikan keahlian penggunaan perangkat digital yang mumpuni adalah suatu keharusan. Lebih lanjut, Febriyantoro dan Arisandi (2018) menyatakan bahwa *e-commerce* dan *social media* merupakan sarana krusial bagi pelaku UMKM dalam melakukan penetrasi ekspansi usahanya di era 4.0 ini.

Kemudian, Naimah *et al.* (2020) menekankan bahwa *e-commerce* dan *social media* mampu mendorong aktivitas bisnis UMKM dengan memudahkannya untuk menjangkau pasar seluas mungkin dengan kerangka kerja yang fleksibel. Selain itu, Susanto *et al.* (2020) menuturkan bahwa *e-commerce* dan *social media* dapat memberi manfaat bagi UMKM berupa promosi yang aktif dan masif dengan biaya yang relatif murah. Hal ini menandakan bahwa kapabilitas untuk menggunakan *e-commerce* dan *social media* adalah hal penting bagi wirausaha saat ini. Juga, kapabilitas membangun jaringan dan kemampuan memasarkan produk dan jasa menjadi krusial untuk diperhatikan.

Selanjutnya, kewirausahaan di kalangan generasi muda sangat penting untuk didorong terus tumbuh dan berkembang. Dengan munculnya wirausaha-wirausaha baru diharapkan akan memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat serta terhadap akselerasi kemajuan ekonomi dan pemerataan, meningkatkan daya saing Indonesia melalui produk-produk berbasis unggulan dan industri kreatif sehingga tercipta lapangan-lapangan pekerjaan baru, serta penyerapan pasar domestik yang besar terhadap produk-produk lokal. Senada dengan hal ini, tim kolaborasi pengabdian masyarakat Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang dan Sekolah Wirausaha

Aisyiyah (SWA) hendak melaksanakan kegiatan Pelatihan Akselerasi Bisnis pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sekolah Wirausaha 'Aisyiyah (SWA) Melalui Peningkatan Kapabilitas *Business Plan, Network* dan *Marketing* di Karasidenan Kedu. Sebagai ekspektasi, kegiatan ini mampu menambah jumlah wirausaha perempuan usia produktif, dan pada gilirannya, mampu berkontribusi bagi ekonomi Indonesia.

METODE PENGABDIAN

Dalam upaya memberikan solusi atas masalah permasalahan kapabilitas penggunaan perangkat digital untuk membangun kemampuan *business plan*, *network* dan *marketing*, maka tim kolaborasi pengabdian masyarakat Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Semarang hendak menyelenggarakan kegiatan pelatihan Akselerasi Bisnis pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sekolah Wirausaha 'Aisyiyah (SWA) Melalui Peningkatan Kapabilitas *Business Plan*, *Network*, dan *Marketing*. Melalui program ini, peserta Sekolah Wirausaha 'Aisyiyah (SWA) diekspektasikan dapat meningkatkan pengetahuan dan keahlian terkait *business plan*, *network* dan *marketing* di Karasidenan Kedu.

Tabel 1 menampilkan jadwal, tempat, dan kegiatan dari pelaksanaan pelatihan Akselerasi Bisnis pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sekolah Wirausaha 'Aisyiyah (SWA) Melalui Peningkatan Kapabilitas *Business Plan*, *Network*, dan *Marketing*.

Tabel 1 Jadwal, Tempat, dan Kegiatan

Waktu	Tempat	Kegiatan
Minggu, 25 Juni 2022 Pukul 07.00 – 13.00	Zoom Meeting	Pelatihan Peningkatan Kapabilitas dalam Merancang Business Plan
Minggu, 02 Juli 2022 Pukul 07.00 – 13.00	Zoom Meeting	Pelatihan Peningkatan Kapabilitas Membangun Network dan Marketing

Sumber : Data diolah penulis, 2022

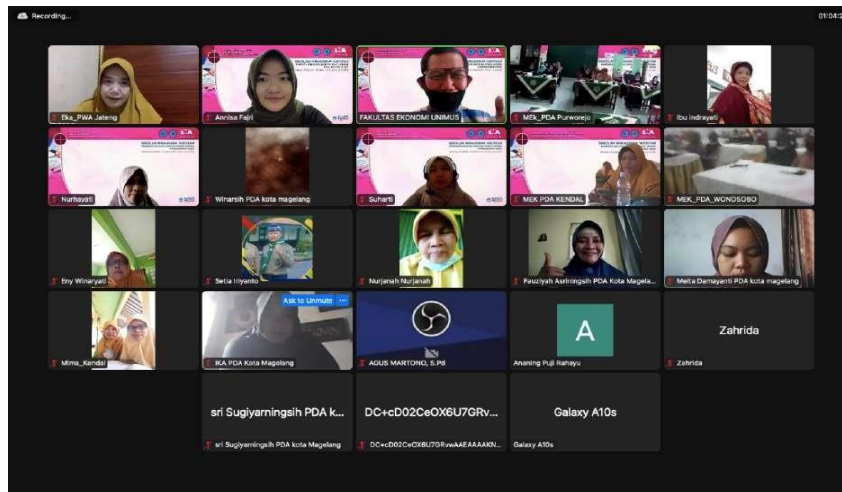
HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai dengan solusi dan target luaran, maka indikator capaian pelatihan Akselerasi Bisnis pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sekolah Wirausaha 'Aisyiyah (SWA) Melalui Peningkatan Kapabilitas *Business Plan*, *Network*, dan *Marketing* adalah sebagai berikut:

1. Peserta Sekolah Wirausaha 'Aisyiyah (SWA) mampu membangun business plan yang sesuai dengan *core business* yang dimiliki atau diminati;
2. Peserta Sekolah Wirausaha 'Aisyiyah (SWA) mampu menggunakan perangkat

digital (mis., website dan e-commerce) untuk membangun network;

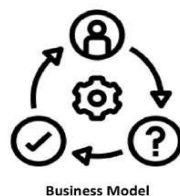
3. Peserta Sekolah Wirausaha 'Aisyiyah (SWA) mampu menggunakan menggunakan perangkat digital (mis., website dan e-commerce) untuk memasarkan produk dan/atau jasa.



Gambar 1. Pemaparan materi via zoom meeting

Sumber : Dokumentasi foto, 2022

BUSINESS MODEL - DEFINISI



Business model adalah ...

- Gambaran proses penciptaan nilai dari produk atau jasa kepada pelanggan (Bessant & Tidd, 2015)
- Seperangkat kegiatan yang direncanakan (kadang-kadang disebut sebagai proses bisnis) yang dirancang untuk menghasilkan keuntungan di pasar (Laudon & Traver, 2018)

Gambar 2. Materi business model

Sumber : Dokumentasi foto, 2022

Kegiatan ini ditujukan kepada mereka yang ingin menjadi pengusaha dan yang sudah memiliki bisnis pada perempuan di wilayah Purworejo, Magelang, dan sekitarnya. Mental, perasaan, dan sifat perempuan berbeda dengan laki-laki. Karena perempuan lebih lemah daripada laki-laki, kegiatan ini membantu womenpreneur menjadi lebih baik sehingga mereka dapat menjalankan bisnis mereka dengan cara yang paling efektif, efisien, inovatif, dan kreatif. Dimulai dengan materi tentang

wirausaha mental dan spiritual, kita harus benar-benar ingin melakukannya dengan menumbuhkan rasa ingin tahu dengan belajar sesuatu, kemudian mencoba mewujudkannya, dan berani mengambil risiko.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan pemaparan materi terkait praktek penyusunan business plan, yang meliputi pentingnya *business plan*, merumuskan rencana bisnis yang akan dijalankan, strategic overview, produk atau jasa yang ditawarkan, target pasar, strategi penjualan. Tujuan dari kegiatan tema ini adalah agar peserta dapat membuat rencana bisnis dengan menggabungkan ide bisnis mereka ke dalam dokumen tertulis sederhana.

Business Planning, merupakan suatu dokumen yang menyatakan suatu kemampuan sebuah usaha untuk menjual barang atau jasa dengan menghasilkan keuntungan yang menari bagi penyandang dana (Asmosh & Duchon, 2000). Fungsi business plan yaitu merencanakan strategi dan rencana awal suatu bisnis (Buzan & Tony, 2008). Bisnis akan menjadi terarah dan mudah berkembang apabila ada rencana ataupun rancangan dalam bisnis sehingga lebih mudah mencapai kesuksesan. Business Planning memberikan peserta informasi tentang detail bisnis saat ini, kebutuhan masa depan, dan hasil yang diharapkan dari bisnis tersebut. Sangat disarankan untuk mempertimbangkan rencana bisnis sebelum memulai bisnis. Ini termasuk mempertimbangkan risiko bisnis, kerumitan transaksi atau proses produksi, membaca rencana bisnis ke depan, dan mempertimbangkan alat yang dapat membantu menyusun logika bisnis.

Materi terakhir yang disampaikan adalah networking dan marketing. Pada kegiatan ini disampaikan betapa pentingnya memiliki networking dalam pemasaran bisnis untuk mempermudah pengiriman produk ke pelanggan dan untuk melakukan pemasaran secara bertatap muka sehingga pelanggan dapat melihat produk secara langsung. Namun, mengingat pandemi COVID-19 yang terus meningkat dan kemajuan teknologi, peserta dididik tentang pemasaran dengan menggunakan aplikasi WhatsApp Business. Peserta diajarkan bagaimana memiliki aplikasi dan menerapkannya dalam bisnis mereka untuk membantu pelanggan dan, tentu saja, pewirausaha itu sendiri. Diharapkan bahwa kegiatan SWA akan

membantu pengusaha wanita mengelola usahanya karena memulai dan menjalankan bisnis pasti akan ada hambatan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pelatihan Akselerasi Bisnis pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sekolah Wirausaha 'Aisyiyah (SWA) Melalui Peningkatan Kapabilitas *Business Plan, Network, dan Marketing* di Karasidenan Kedu terselenggarakan dengan baik. Hal ini terbukti dari antusiasme peserta Sekolah Wirausaha 'Aisyiyah (SWA) untuk bersedia hadir di kegiatan kegiatan "Akselerasi Bisnis pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sekolah Wirausaha 'Aisyiyah (SWA) dan juga secara aktif berdialog terkait topik yang sedang dibahas.

Berdasarkan hasil kegiatan pelatihan Akselerasi Bisnis pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sekolah Wirausaha 'Aisyiyah (SWA) di Karasidenan Kedu, kami merekomendasikan kepada pelaku UMKM sebagai peserta Sekolah Wirausaha 'Aisyiyah (SWA), untuk menyempurnakan rancangan bisnis (*business plan*) dan tetap aktif menggunakan platform digital sebagai sarana ekspansi dan peningkatan kapasitas bisnis. Juga, selain menggunakan, pelaku UMKM selaku peserta Sekolah Wirausaha 'Aisyiyah (SWA) perlu menjaga sustainability penggunaan perangkat digital pada usahanya dan juga tetap aktif untuk *upgrading skill* di bidang teknologi sebagai upaya mendongkrak kapabilitas usaha yang dimiliki.

Selain itu, "tak ada gading yang tak retak" juga merepresentasikan beberapa bagian dari kegiatan pelatihan Akselerasi Bisnis pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sekolah Wirausaha 'Aisyiyah (SWA) Melalui Peningkatan Kapabilitas *Business Plan, Network, dan Marketing* di Karasidenan Kedu ini. Mengingat keterbatasan fisik dan keterbatasan waktu untuk melakukan pelatihan, maka diharapkan untuk tetap mengadakan kegiatan pelatihan berikutnya sebagai upaya memperkaya pemahaman dan kemampuan dalam berbisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Asmos D., Duchon, D. (2000). Spirituality at work: a conceptualization and measure. *Journal of Management Inquiry*, 9(2), 134-145. [8]
- Buzan, Tony. 2008. Buku Pintar Mind Map. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Fajri, A. (2023). Strategi Gapoktan Kendal dalam Menghadapi Era Industri 4.0 melalui Media Digital. *Jurnal Lentera Widya*, 4(2), 97-102.
- Febriyantoro, M.T., dan Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Manajemen Dewantara*, Vol 1 No 2, Desember 2018
- Irmawati D. Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis. *Orasi Bisnis*. 2011;VI(November):95-112.
- Naimah, R. N., Wardhana, M. W., Haryanto, R., dan Pebriyanto, A. (2020). Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Impact : Implementation and Action* Volume 2, Nomor 2, 2020
- Susanto, B., Hadianto, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaukani, M.M., dan Daniswara, A. A. (2020). Penggunaan DigitalMarketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment* Vol.6 No.1, pp.42-47
- Sunardi N, AM N, Sarwani, Lesmana R, Hasbiayah W. Marketing Dan Manajemen Keuangan dalam Upaya Peningkatan Pendapatan UMKM yang Berdampak Pada Kesejahteraan Masyarakat di Tengah Pandemi Covid. *J Abdi Masy Humanis*. 2021;2(2):96-104. <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JAMH/article/view/10407>
- Putri ND. Pendidikan Kewirausahaan Sebagai Tantangan Pendidikan Untuk Pengembangan Masyarakat Indonesia. *Sustain Compet Advant*. Published online 2013. <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/247>
- Pratama A, Oktavima Wisdaningrum, Magdalena Putri Nugrahani. Pendampingan dan Penerapan Teknologi Untuk Peningkatan Produktivitas Usaha Mikro Gula Semut. *Din J Pengabdian Kpd Masy*. 2020;4(2):275-284. doi:10.31849/dinamisia.v4i2.3490