

## AKTUALISASI POTENSI KEWIRAUSAHAAN MASYARAKAT DI KOTA BANDUNG

**Mumuh Muhsin Zakaria, Dade Mahzuni, Miftahul Falah dan Ayu Septiani**  
Departemen Sejarah dan Filologi. Fakultas Ilmu Budaya Universitas Padjadjaran  
E-mail: mumuh.muhsin@unpad.ac.id

**ABSTRAK.** Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membantu memberdayakan masyarakat dalam melakukan aktivitas kewirausahaan terutama pada situasi pandemik seperti sekarang ini. Metode yang digunakan untuk melaksanakan kegiatan PPM ini adalah metode pendidikan masyarakat dan pelatihan. Diawali dengan mengidentifikasi subjek dan permasalahannya, kemudian disampaikan solusi alternatif, dan diakhiri dengan penulisan laporan. Hasil dari penelitian ini ditemukan permasalahan utama yaitu rendahnya kecakapan kewirausahaan dan sulitnya pemasaran. Hasil dari kegiatan ini adalah peserta merespons dengan aktif dan cepat terutama penggunaan *handphone* untuk kegiatan pemasaran produk mereka di tengah pandemik yang sebelumnya peserta hanya menggunakan *handphone* sebagai sarana hiburan semata bukan untuk kepentingan bisnis praktis.

**Kata kunci:** Kewirausahaan; Skill; Pemasaran; Pandemi Covid 19; Kota Bandung.

**ABSTRACT.** *This Pengabdian pada Masyarakat (community service) is carried out with the aim of helping empower the community in carrying out entrepreneurial activities, especially in pandemic situations like today. The method used is descriptive-qualitative. It begins with identifying the subject and its problems, then submitting alternative solutions, and ends with writing a report. The result of this research is that the main problems are found, namely low entrepreneurial skills and difficulty in marketing. The conclusion of this study is to improve entrepreneurial skills, training is needed to improve entrepreneurial skills and online marketing abilities.*

**Keywords:** *Entrepreneurship; Skills, Marketing; Covid-19 Pandemic; Bandung City.*

### PENDAHULUAN

Pada dasarnya hampir semua manusia memiliki potensi berwirausaha, apa pun bentuknya. Hanya saja potensi tersebut ada yang teraktualkan ada juga yang tidak. Secara ideal diharapkan makin banyak warga masyarakat yang bisa mengaktualkan potensi kewirausahaannya. Harapan ini didasarkan pada kenyataan bahwa kesanggupan pemerintah merekrut masyarakat, khususnya lulusan sekolah dari berbagai tingkatan, untuk jadi Pegawai Negeri Sipil (PNS) atau Aparatur Sipil Negara (ASN) sangat terbatas. Lebih-lebih untuk masyarakat pada umumnya.

Pada masa pandemik seperti sekarang ini, ketika pemerintah menerapkan kebijakan “Pembatasan Jarak Fisik” pada satu sisi, dan makin meningkatnya penggunaan media sosial untuk berbagai aktivitas perekonomian pada sisi lain, berkonsekuensi ganda. Pada mereka yang punya kemampuan adaptasi dengan situasi baru dan menguasai media sosial *online*, situasi tersebut menjadi tantangan yang membuka peluang terciptanya kebiasaan baru. Sebaliknya, bagi mereka yang rendah kemampuan adaptasinya dan kurang menguasai media sosial *online*, situasi tersebut berpotensi mematikan aktivitas bisnisnya.

Dengan demikian, masalahnya jadi makin kompleks. Pertama, mereka yang sudah memiliki usaha dan bisa mengaktualkan potensi kewirausahaannya tetapi tidak menguasai teknologi informasi dan

mereka yang belum bisa mengaktualkan potensi kewirausahaannya. Pada yang kedua ini mungkin ada yang sudah menguasai teknologi informasi, ada juga yang belum.

Inilah yang menjadi alasan kami melakukan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat. Memang secara kedinasan kami mendapat tugas dari Universitas Padjadjaran, dalam hal ini Direktorat Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat, melalui kegiatan KKN Virtual 2021. Sebagai Dosen Pembimbing Lapangan, kami ditugasi bukan hanya membimbing mahasiswa tetapi juga melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Meskipun setiap Dosen Pembimbing Lapangan diberi kebebasan memilih salah satu tema KKN dari sekian tema yang ditawarkan, tetapi kami memilih tema kewirausahaan. Pilihan ini lebih pada “tanggung jawab moral” mengingat pentingnya masalah ini pada satu sisi, dan realitas objektif masyarakat yang kurang tumbuh semangat kewirausahaannya pada sisi lain.

Adapun jenis usaha yang menjadi sasaran kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat adalah usaha-usaha kecil dan “informal” yang meliputi Produk “Susu Tetangga”, Svaadisht Snack, Makanan Chummy, Gula Aren Kobutu, Manik-manik, Pedagang Kopi keliling, Penjualan Fauna khusus kura-kura, dan Rempeyek Kampung. Jenis usaha tersebut dipilih karena kami melihat bahwa nama produk mereka sudah memiliki keunikan, namun dari segi

pemasaran khususnya memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kami menganggap jika aspek pemasaran dapat dioptimalkan, tentu saja dapat meningkatkan hasil penjualan mereka sehingga mereka dapat bertahan di situasi pandemik ini. Hal tersebut sejalan dengan tujuan utama kegiatan ini yaitu meningkatkan kemampuan kewirausahaan dengan melakukan pelatihan meningkatkan skill kewirausahaan dan kemampuan pemasaran secara *online*.

Hasil yang diharapkan dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini ada bebe-rapa, pertama terjadi perubahan mental pada masyarakat berupa tumbuhnya jiwa dan semangat kewirausahaan. Bagi mereka yang sudah tumbuh semangat kewirausahaannya, meningkat juga kemampuan keterampilannya. Kedua, Mengenalkan dan meningkatkan kemampuan penggunaan teknologi informasi, kemampuan penggunaan aplikasi, khususnya yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran.

## METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan ini karena bersamaan dan bagian dari kegiatan KKN Virtual dan kami dalam hal ini Dr. Mumuh Muhsin Zakaria sebagai dosen pembimbing lapangan, dalam banyak hal terdapat irisan dengan kegiatan yang dilakukan oleh mahasiswa. Kesamaan atau kemiripan itu setidaknya berkait dengan dua hal, yaitu persamaan lokasi tempat pengabdian itu dilaksanakan dan subjek kegiatannya.

Pada tahap persiapan beberapa kegiatan dilakukan bersama mahasiswa. Tiga kali rapat dilaksanakan yang meliputi kegiatan diskusi untuk menyepakati beberapa hal. Teknik pelaksanaan komunikasi dan menentukan subjek dan lokasi pengabdian. Selanjutnya, dalam tahap pelaksanaan dilakukan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha dan pemberian solusi-solusi alternatif.

Pada tahap pelaksanaan, kegiatan PPM ini dilaksanakan secara daring/virtual dengan menggunakan dua metode. Pertama, pendidikan masyarakat digunakan untuk memberikan arahan dan pengetahuan terkait masalah yang mereka hadapi yaitu kualitas SDM, aspek permodalan, serta sarana dan prasarana. Kedua, metode pelatihan digunakan dengan memberikan pelatihan cara-cara teknis menggunakan *handphone* untuk berbisnis praktis.

Tahap terakhir, dibuat laporan sesuai dengan sistematika dan aturan yang ditetapkan oleh DRPM.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat dua istilah yang digunakan yaitu wiraswasta dan wirausaha. Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia online* kedua istilah ini dimaknai

sama. Dalam KBBI istilah ini didefinisikan sebagai “orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya”. (<https://kbbi.web.id/wiraswasta>). Dalam referensi lain, kedua istilah tersebut dibedakan dengan sangat jelas cakupan maknanya.

**Tabel 1. Perbedaan Wiraswasta dan Wirausaha**

	WIRAUSAHA	WIRASWASTA
Fokus Usaha	Mencakup keseluruhan waktu dalam hidupnya.	Sekedar paruh waktu.
Kepemilikan Aset	Terlibat secara relatif pada kegiatan operasional saja.	Dirinya memiliki aset sendiri.
Rencana Pengembangan Usaha	Memiliki pemahaman yang kuat untuk selalu berinovasi atau memperbaharui usahanya dengan teknologi.	Cenderung masih menggunakan alat-alat tradisional dan merasa puas dengan target jangka pendek.
Pola Pikir	Seorang pembuka usaha baru dan mandiri. Wirausaha juga bisa melihat sejumlah peluang yang bisa dimanfaatkan untuk mendapatkan profit.	orang yang meneruskan sebuah konsep yang sudah ada dan bisa menghasilkan profit yang lebih besar.

Sumber: Jevi, 2015 melalui <https://www.merdeka.com/jateng/mengenal-perbedaan-wirausaha-dan-wiraswasta-ketahui-cirinya-kln.html?page=4>

Dalam laporan ini tidak dibedakan antara wiraswasta dan wirausaha. Keduanya dimaknai sebagai usaha yang bersifat mandiri; tidak memiliki atasan tetapi mungkin saja memiliki bawahan.

Tiga hal yang teridentifikasi setelah didapatkan subjek penelitian lapangan, yaitu lokasi tempat mereka berusaha, jenis usaha yang mereka lakukan, dan permasalahan yang umumnya mereka hadapi. Masing-masing dari tiga hal tersebut diuraikan berikut ini.

Tempat pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah Kota Bandung. Karena wilayah Kota Bandung ini cukup luas maka kami hanya memilih beberapa lokasi yang dianggap bisa merepresentasikan Kota Bandung. Tempat-tempat yang jadi lokasi Pengabdian kepada Masyarakat adalah:

1. Pasir Layung, Kecamatan Cibeunying Kidul.
2. Kelurahan Babakan Ciamis, Kecamatan Sumur Bandung.
3. Kelurahan Cijagra, Kecamatan Lengkong.
4. Kecamatan Sukasari.
5. Buah Batu.
6. Antapani.

Jenis usaha yang menjadi sasaran kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat adalah usaha-usaha

kecil dan “informal” yang meliputi Produk “Susu Tetangga”, Svaadisht Snack, Makanan Chummy, Gula Aren Kobutu, Manik-manik, Pedagang Kopi keliling, Penjualan Fauna khusus kura-kura, dan Rempeyek Kampung. Alasan memilih jenis usaha tersebut karena mereka merepresentasikan jenis usaha yang memiliki potensi berkembang pesat jika persoalan yang dihadapi dapat diatasi dengan tepat dan cepat terutama pada saat pandemik.



Sumber: Cantini, 2021.

Gambar 1. Produk “Susu Tetangga”



Sumber: Hasty, 2021

Gambar 2. Svaadisht Snack



Sumber: Trenggana, 2021.

Gambar 3. Makanan Chummy



Sumber: Athariadi, 2021.

Gambar 4. Penjualan Gula Aren Kobutu



Sumber: Askania, 2021.

Gambar 5. Manik-Manik “By Manik”

Permasalahan yang umumnya mereka hadapi meliputi empat hal, yaitu:

1. Kualitas SDM pelaku usaha terutama yang menyangkut *skill*.
2. Aspek permodalan.
3. Sarana dan prasarana usaha.
4. Pemasaran.

SDM pelaku usaha di atas adalah SDM yang “tidak sengaja” dan “tidak dipersiapkan” untuk jadi pengusaha. Kebanyakan dari mereka melakukan usaha karena “terpaksa”; dipaksa oleh keadaan yang tidak punya alternatif lain untuk mencari nafkah yang ideal. Mereka umumnya tidak punya bekal keilmuan teoretis tentang wirausaha. Mereka tidak punya latar belakang pendidikan yang berkaitan dengan kewirausahaan. Mereka tidak paham sistem pembukuan. Dari kondisi SDM seperti itu sudah bisa diduga sejak awal bagaimana perjalanan usaha mereka kemudian.

Keluhan yang banyak disampaikan oleh para pelaku usaha di atas adalah sangat terbatasnya permodalan. Modal, terutama yang berupa modal finansial, merupakan hal penting dalam berbisnis. Meskipun, bisa jadi dalam hal tertentu, modal finansial bukan merupakan faktor determinan, tetapi dalam batas tertentu tetap merupakan hal penting dan menentukan.

Sarana dan prasarana usaha sedikit banyak menentukan keberhasilan suatu usaha. Estetika, higienitas, kestrategisan tempat berpengaruh terhadap perkembangan kemajuan usaha. Bagi pengusaha

kecil, modal kecil, kualitas SDM relatif rendah, sering berkorelasi dengan persoalan sarana dan prasarana berusaha. Banyak ditemukan kasus bahwa para pedangang kecil itu bersifat informal. Lokasi usahanya pun bukan di lokasi yang diperuntukkan sebagai tempat usaha. Banyak di antara mereka yang menggunakan trotoar, taman, halaman, teras rumah tinggal, dan semacamnya. Oleh karena itu, bangunan tempat mereka berusaha pun adalah bangunan yang seadanya.

Pemasaran merupakan masalah yang sangat serius dihadapi oleh para pengusaha kecil. Di masa pandemi seperti sekarang ini pertemuan langsung, bertatap muka antara pembeli dan penjual sangat dibatasi. Alternatif yang dilakukan adalah mereka berjualan menggunakan transaksi jarak jauh. Media yang digunakan, baik dalam menawarkan produk, betransaksi, maupun pengantaran barang dilakukan melalui *online*, menggunakan aplikasi. Bagi pedagang kecil yang kualitas SDM-nya relatif rendah, praktik semacam itu masih jadi kendala. Banyak dari mereka masih sulit beradaptasi dengan perkembangan-perkembangan baru.

Sejalan dengan permasalahan yang mereka hadapi, maka solusi yang kami tawarkan pun meliputi empat hal. Pertama, berkait dengan kualitas SDM, yang kami lakukan sederhana saja. Mereka diberi arahan praktis berkait dengan soal pembukuan. Targetnya adalah mereka bisa mencatat setiap kegiatan transaksi. Mereka mencatat modal, pemasukan, dan pengeluaran. Mereka bisa mengetahui apakah bisnis yang mereka jalankan itu rugi atau untung. Pada mereka pun diberi arahan untuk menganalisis dan mengidentifikasi faktor-faktor yang membuat mereka untung dan yang menyebabkan mereka rugi. Selanjutnya, diharapkan mereka bisa membuat solusi.

Berkait dengan aspek permodalan, pada mereka diperkenalkan lembaga-lembaga pemerintah yang memberi pinjaman dengan syarat yang lunak; diperkenalkan prosedur administratif untuk mendapatkannya. Alternatif lain, solusi menghadapi terbatasnya aspek permodalan adalah membentuk jaringan kerja sama. Pada mereka pun diberi arahan sederhana bagaimana mencari mitra bisnis dan berbagai hal berkait dengan segala konsekuensi dan risiko dari kerja sama itu.

Adapun yang berkait dengan aspek sarana dan prasarana ada tiga hal yang ditawarkan sebagai alternatif solusi. Pertama, upayakan ada "legalitas" dalam penggunaan tempat dan lahan usaha. Kedua, prioritaskan aspek higienitas tempat dan lingkungan usaha. Ketiga, supaya ada sentuhan aspek estetika pada tempat usaha sehingga punya daya tarik bagi calon pembeli.

Solusi untuk masalah pemasaran adalah

dilakukan pelatihan sederhana bagaimana menggunakan *handphone* untuk kepentingan-kepentingan praktis berbisnis, misalnya menginstal aplikasi, cara mengiklankan produk, dan sebagainya.

Pada awalnya, mereka menggunakan *handphone* lebih sebagai alat komunikasi biasa dan hiburan. Kemudian kami sarankan, khusus bagi para pelaku usaha, agar *handphone* dimanfaatkan untuk kepentingan bisnis. Kami memperkenalkan kepada mereka beberapa aplikasi yang bisa digunakan untuk kepentingan bisnis, yaitu *facebook*, *twitter*, dan *instagram*. Pertimbangan tiga aplikasi ini yang kami rekomendasikan adalah *facebook* lebih general karena masyarakat yang berusia tua hingga muda banyak yang memakai sosmed ini. Ini hal yang wajar sebab *facebook* telah lama hadir dibanding sosmed lainnya. *Twitter* banyak digunakan anak muda. Pengguna *twitter* biasanya akan memberikan *link* ke *website* atau sosmed yang lainnya ketika update status. *Instagram* saat ini sangat digemari anak muda. *Instagram* lebih fokus pada foto atau gambar yang disajikan.

Setelah memilih jejaring sosial yang akan digunakan, strategi pemasaran *online* di sosmed adalah membuat konten atau postingan yang bisa menarik minat pembeli. Tak hanya bagus saat memposting foto atau pun gambar produk, admin sosmed diharapkan mampu menjawab pertanyaan para *customer* yang bertanya. Konten yang menarik sebaiknya didukung gambar berkualitas dengan resolusi yang baik.

Berdasarkan artikel yang ditulis oleh Ning Rahayu tahun 2017 berjudul "Begini Strategi Pemasaran yang Mudah melalui Sosmed", salah satu cara cepat mempromosikan adalah dengan promosi via akun pribadi. Perkenalkan pada follower setia bahwa kita memiliki bisnis barang atau jasa dengan mencantumkan *link* tersebut. Strategi pemasaran *online* di sosmed ini adalah cara yang pas bagi kita yang ingin memperkenalkan bisnis pada orang terdekat dan keluarga. Ada lagi cara lain yaitu dengan bekerja sama dengan akun-akun yang telah memiliki banyak *follower* (melalui <https://www.wartaekonomi.co.id/read156362/begini-strategi-pemasaran-yang-mudah-melalui-sosmed> diakses pada Oktober 2021).

## SIMPULAN

Terdapat dua tantangan besar bagi pelaku usaha menengah/kecil, tantangan eksternal dan internal. Belakangan ini, yang dianggap sebagai tantangan eksternal adalah berkait dengan pandemik Covid-19. Pandemik ini berdampak serius terhadap iklim usaha. Tantangan internal berupa kualitas SDM, sarana dan prasarana, permodalan, dan pemasaran. Termasuk dalam tantangan internal adalah tumbuh

dan bangkitnya mentalitas berwirausaha. Faktor-faktor penghambat yang bersifat internal ini mutlak harus terlebih dahulu dicarikan solusi pemecahannya. Bila hal tersebut sudah terurai dan terpecahkan maka kendala eksternal akan juga dapat diatasi.

Melihat respons peserta yang antusias dan cepat menyerap materi terutama berkait dengan penggunaan *handphone* untuk pemasaran, kami melihat adanya usaha dari peserta untuk mengatasi permasalahan tersebut. Mereka mendapatkan *insight* dengan adanya akun instagram seperti susu tetangga (@susutetangga), Svaadisht Snack (@svaadisht.snack), Gula Aren Kobutu (@ko.butu), dan manik-manik "By Manik" (@\_by.manik). Dibuatnya akun Instagram tersebut menunjukkan adanya peningkatan *skill* penggunaan instrumen promosi produk tersebut.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Atas terselesainya KKN Virtual, Pengabdian kepada Masyarakat, dan penulisan artikel ini saya menyampaikan terima kasih kepada Rektor Universitas Padjadjaran beserta Wakil Rektor 1, Direktur Pendidikan, Direktur Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat, dan jajaran Koordinator KKN Virtual yang telah memfasilitasi berbagai hal sehingga semua kegiatan terlaksana dengan baik dan lancar. Ucapan terima kasih disampaikan juga kepada para mahasiswa yang saya bimbing atas segala kerja samanya yang menyenangkan. Tidak lupa kepada masyarakat yang menjadi subjek KKN Virtual dan Pengabdian pada Masyarakat disampaikan terima kasih atas kesediaan menjadi subjek kegiatan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Askania, F. I. (2021). *Research dan Development Guna Peningkatan Manajemen Usaha Bisnis Milenial; Strap Mask "By Manik" Komplek BNI Buah Batu, Bandung*.
- Athariadi, A. M. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Branding dalam Penjualan Gula Aren Kobutu Jalan Sitisari VII no 61, Kel. Cijagra, Kec. Lengkong, Bandung*.
- Badan Pembinaan dan Pengembangan Bahasa. 2021. *Wirasawasta*.
- Cantini, A. (2021). *Meningkatkan Pemasaran Produk Umkm "Susu Tetangga" Dengan Menggunakan Sosial Media*.
- Hasty, N. J. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial dan E-Commerce Serta Peningkatan Manajemen Usaha pada Mitra Svaadisht Snack*.
- Nugraha, J. (2015). *Mengenal Perbedaan Wirausaha dan Wiraswasta, Ketahui Ciri-cirinya*. <https://www.merdeka.com/jateng/-mengenal-perbedaan-wirausaha-dan-wiraswasta-ketahui-ciri-cirinya-kl.html?page=4>.
- Rahayu, N. (2017). *Begini Strategi Pemasaran yang Mudah Melalui Sosmed*.
- Trenggana, M. F. F. (2021). *Penerapan Strategi Pemasaran Terhadap Usaha Makanan Chummy di Antapani Bandung*.