

IMPLEMENTASI MODEL SISTER BISNIS UMKM

Ade Sudarma¹⁾, Alhidayatullah²⁾, Muhammad Khairul Amal³⁾, & Erik Candra Pertala⁴⁾

¹⁾Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi

²⁾ Program Studi Manajemen Retail, Fakultas Ekonomi

³⁾Program Studi Manajemen Retail, Fakultas Ekonomi

⁴⁾Program Studi Sastra Inggris, Fakultas Ilmu Administrasi dan Humaniora

Universitas Muhammadiyah Sukabumi

*Corresponding author: adesudarma@ummi.ac.id, alhidayatullah@ummi.ac.id

ABSTRAK

Informasi Artikel

Terima : 07-12-2022

Revisi : 10-12-2022

Disetujui : 19-12-2022

Kata Kunci: SISTER, UMKM

Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM yaitu mengenai aspek finansial di mana terbatasnya dana yang dimiliki untuk memproduksi secara terus menerus, aspek produksi yaitu kemampuan memenuhi pasar dan inovasi merupakan kemampuan melakukan inovasi terhadap produk. Dari tiga aspek tersebut yang menjadi permasalahan utama UMKM adalah produksi, di mana produksi saat ini belum dapat memenuhi kebutuhan pasar. Metode yang digunakan untuk mengatasi permasalahan tersebut, Dinas Koperasi dan UKM (DKUKM) bekerjasama dengan Universitas Muhammadiyah Sukabumi (UMMI) melalui Dosen yang terlibat sebagai pengusul membentuk suatu model bisnis dengan tema *Sister Business* UMKM yaitu membentuk UMKM Pelopor dan UMKM Binaan. Setelah terbentuknya UMKM Pelopor maka diberikan pelatihan mengenai pengelolaan manajerial, keuangan, promosi, produksi dan *quality control* dan pelatihan pengetahuan *supply chain management*. Selanjutnya dilakukan pendampingan praktik *matching business* antara UMKM Pelopor dan UMKM Binaan, serta penyiapan sarana pendukung penguatan ekosistem *sister business*. Melalui *sister business* UMKM ini dapat menyelesaikan permasalahan yang selama ini menjadi kendala UMKM Pelopor dalam memenuhi kebutuhan pasar.

PENDAHULUAN

Revolusi industry 4.0 atau yang lebih dikenal dengan revolusi teknologi telah membawa banyak perubahan pada dunia usaha dan dunia industry tanpa terkecuali usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Adanya wabah covid-19 di awal tahun 2020 telah memberikan dampak besar pada berbagai aktivitas sendi kehidupan, terutama aktivitas perekonomian makro dan mikro. Pada sektor makro, banyak perusahaan mengalami kerugian dan juga ada yang mengalami kebangkrutan. Begitupun pada sektor mikro khususnya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), banyak yang pendapatannya menurun drastis dan bahkan ada yang sampai gulung tikar (Nalini, 2021). Berbagai

kebijakan telah dibuat oleh pemerintah untuk membangkitkan perekonomian nasional, terutama sektor mikro (Alhidayatullah, 2022). Menurunnya kasus penyebaran covid-19 diawal tahun 2022 membuat ekonomi yang semula lesu sudah mulai aktif kembali dan memberikan dampak yang sangat besar bagi pelaku usaha, khususnya pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Berbagai kebijakan dan program telah dikeluarkan oleh pemerintah, dimulai dari bantuan produktif usaha mikro (BPUM) yang tidak tepat sasaran dan kebijakan-kebijakan lainnya yang tidak langsung menyentuh kepada kebutuhan utama pelaku UMKM.

Permasalahan pokok yang dihadapi oleh UMKM adalah aspek finansial, manajemen,

produksi dan inovasi. Pada aspek finansial yaitu keterbatasan dana yang dimiliki oleh pelaku usaha untuk memproduksi secara terus menerus, dari aspek manajemen UMKM belum memiliki sistem manajemen yang kuat. Aspek produksi yaitu kemampuan dalam memenuhi kebutuhan pasar dan aspek inovasi yaitu kemampuan pelaku usaha untuk berinovasi dalam produk, sehingga pelaku UMKM sangat membutuhkan dorongan dari berbagai pihak. Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM harus diatasi oleh Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah dengan membentuk suatu model bisnis yang dapat menggambarkan, mengklasifikasikan, peluang bisnis dan strategi pemenuhan kebutuhan pasar (Brillinger et al., 2020; Cosenz & Bivona, 2021; Palmié et al., 2021). Dalam rangka mengatasi permasalahan tersebut diperlukan suatu model pembinaan UMKM, yaitu model yang dapat menunjang kegiatan UMKM atau inovasi model bisnis (Ayu, 2021; Cao et al., 2018; Siebold, 2021; Solihah et al., 2016). Salah satu inovasi dari model ini adalah dengan melakukan *best practice* yaitu membentuk UMKM yang sudah sukses (UMKM Pelopor) untuk dapat membina UMKM kecil agar mampu berjalan yang disebut dengan model *Sister Business* UMKM, dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



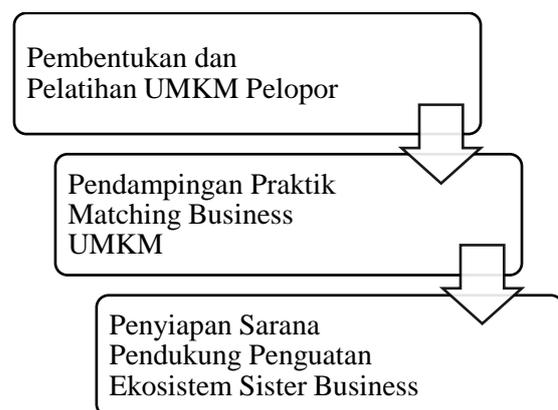
Gambar 1. Model *Sister Business* UMKM

Gambar di atas menjelaskan bahwa Model *Sister Business* UMKM merupakan bentuk kemitraan antara UMKM yang sudah mapan dalam produksi, pemasaran dan *quality control* (UMKM Pelopor) dengan UMKM

yang membutuhkan pembinaan (UMKM Binaan), dimana antara kedua UMKM tersebut memiliki komoditas yang sama. Secara langsung, UMKM Pelopor akan menjadi lokomotif (penggerak) kegiatan usaha UMKM binaannya.

METODE KEGIATAN

Kegiatan *Matching Fund* yang mengung tema *Sister Business* UMKM, merupakan kerjasama antara Universitas Muhammadiyah Sukabumi (UMMI) melalui dosen yang terlibat sebagai pengusul dengan Dinas Koperasi dan UKM (DKUKM) Kabupaten Sukabumi. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan selama 4 (empat) bulan yaitu pada bulan Agustus, September, Oktober dan Nopember 2022. Adapun sasaran dari kegiatan *matching fund* ini adalah pelaku UMKM yang sudah mapan dalam produksi, pemasaran dan *quality control* (UMKM Pelopor) dan UMKM yang membutuhkan pembinaan (UMKM Binaan), dimana antara keduanya memiliki komoditas yang sama. Metode yang digunakan dalam kegiatan *matching fund* ini adalah membentuk UMKM pelopor dan UMKM binaan melalui *sister business* UMKM. Kegiatan ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut:



Gambar 2. Metode Pelaksanaan Kegiatan *Sister Business* UMKM

Berdasarkan gambar di atas pelaksanaan kegiatan ini melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Pembentukan dan Pelatihan UMKM Pelopor

Kegiatan ini merupakan penyamaan persepsi Model Sister Business dan pembekalan pengetahuan melalui pelatihan kemampuan komunikasi bisnis dan motivasi, pelatihan kemampuan pengelolaan manajerial, pelatihan kemampuan keuangan, pelatihan kemampuan promosi, pelatihan kemampuan produksi dan *quality control* dan pelatihan pengetahuan *supply chain management*. Kegiatan pelatihan ini diperuntukan bagi UMKM Pelopor yang terdiri dari 3 sektor, yaitu makanan, budidaya jamur dan handcraft. Dimana dari 3 sektor tersebut terdapat 1 UMKM Pelopor makanan, 1 UMKM Pelopor Budidaya jamur dan 2 UMKM Pelopor handcraft (kerajinan bambu dan kerajinan kayu).

2. Pendampingan Praktik *Matching Business* UMKM

Kegiatan ini merupakan pendampingan *matching* antara UMKM Pelopor dan UMKM Binaan, yang selanjutnya UMKM binaan akan dibekali pengetahuan melalui pelatihan dan pendampingan pada aspek produksi, pemasaran dan *quality control* (QC). Praktik *matching business* ini dilakukan oleh 4 UMKM Pelopor dan 20 UMKM binaan, di mana setiap 1 UMKM Pelopor membina 5 UMKM binaan.

3. Penyiapan Sarana Pendukung Penguatan Ekosistem Sister Business

Kegiatan ini merupakan penyiapan laboratorium pemasaran, penyiapan pusat layanan informasi terpadu dan pelaksanaan pameran UMKM. Dengan adanya laboratorium pemasaran baik UMKM pelopor dan binaan dapat melakukan promosi digital, pembuatan desain promosi, serta profil produk UMKM. Selain itu, pada pusat layanan informasi, diadakan pula kegiatan promosi secara berkala yang diadakan di Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT) milik mitra (DKUKM). Dan

setiap kegiatan promosi dibuatkan event berupa pameran UMKM Pelopor dan UMKM Binaan, yang difasilitasi oleh DKUKM berupa tempat dan fasilitas kegiatan pameran UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan *Matching Fund* dengan tema *Sister Business* UMKM ini dilaksanakan dari bulan Agustus sampai dengan bulan Nopember 2022. Dari hasil survey langsung ke lokasi dan wawancara kepada beberapa calon UMKM Pelopor yang memenuhi syarat, maka didapat UMKM Pelopor sebagai berikut:

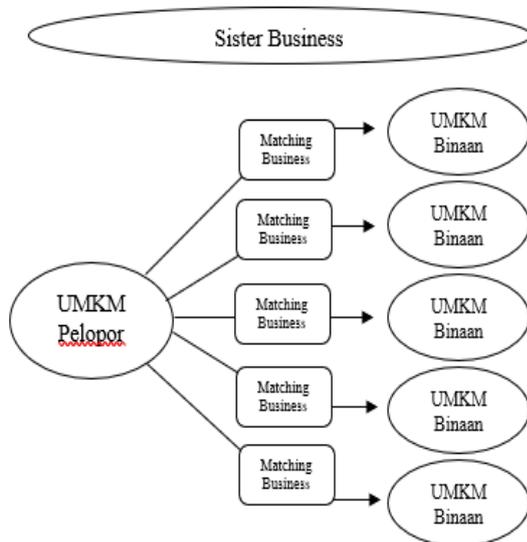
Tabel. 1 UMKM Pelopor

Jenis UMKM	Pemilik Usaha	Produk	Merk
Makanan	Bpk. Uday	Krupuk Enye	Enye Mang Uday
Budidaya Jamur	Ibu Vina	Jamur	
Handcraft	Bpk. Yadi Mulyadi	Handcraft Kerajinan Bambu	Bambu Juara Muara Dua (BJM)
Handcraft	Bpk. Aldi	Handcraft Kerajinan Kayu	

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan sebelumnya kepada UMKM Pelopor ditemukan beberapa permasalahan yang dihadapi yaitu terkait produksi dan pemasaran produk. Di mana produksi dari masing-masing UMKM Pelopor belum dapat memenuhi kebutuhan pasar disebabkan oleh kurangnya SDM yang dimiliki. Sedangkan pemasaran produk disebabkan oleh pendahulu dari masing-masing UMKM Pelopor tidak menurunkan kepada generasi selanjutnya, di mana ketika pendahulu tersebut meninggal menyebabkan terputusnya jaringan pemasaran produk tersebut.

Dalam rangka mengatasi permasalahan produksi dan terputusnya jaringan pemasaran tim Kedaireka Universitas Muhammadiyah

Sukabumi bekerjasama dengan mitra Dinas Koperasi dan UKM (DKUKM), membuat model *Sister Business* UMKM dengan praktik *matching business* antara UMKM Pelopor dan UMKM Binaan. Berikut praktik *matching business* UMKM:



Gambar 3. Matching Business

Gambar di atas menjelaskan bahwa praktik *matching business* adalah kesepakatan antara UMKM Pelopor dan UMKM Binaan, untuk meningkatkan produksi dalam rangka memenuhi kebutuhan pasar. Berikut ini adalah UMKM Pelopor yang dipilih:



Gambar 4. UMKM Pelopor Krupuk Enye Mang Uday



Gambar 5. UMKM Pelopor Budidaya Jamur



Gambar 6. UMKM Pelopor Handcraft Kerajinan Bambu



Gambar 7. UMKM Pelopor Handcraft Kerajinan Kayu

PENUTUP

Kegiatan *matching fund* ini merupakan kerjasama antara Universitas Muhammadiyah Sukabumi dengan Dinas Koperasi dan UKM (DKUKM) Kabupaten Sukabumi, secara bersama-sama membentuk suatu model bisnis UMKM untuk mengatasi permasalahan yang selama ini dihadapi oleh para pelaku UMKM. Selain itu Pemerintah Kabupaten Sukabumi melalui Dinas Koperasi dan UKM,

memfasilitasi kegiatan promosi dan kegiatan lainnya yang dilakukan oleh UMKM Pelopor dan UMKM Binaan. Dengan adanya model *Sister Business* UMKM ini, tentunya akan dapat meningkatkan produksi yang selama ini menjadi kendala dari UMKM Pelopor dalam memenuhi kebutuhan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhidayatullah, A. (2022). Edukasi Adaptasi Kebiasaan Baru (New Normal) Dalam Meningkatkan Ekonomi Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 119–128.
<https://doi.org/10.32815/jpm.v3i1.1184>
- Ayu, J. P. (2021). Perencanaan Model Bisnis pada UMKM dalam Mengembangkan Oleh-oleh Khas Bekasi. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(1), 75.
<https://doi.org/10.37535/104001120216>
- Brillinger, A. S., Els, C., Schäfer, B., & Bender, B. (2020). Business model risk and uncertainty factors: Toward building and maintaining profitable and sustainable business models. *Business Horizons*, 63(1), 121–130.
<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.09.009>
- Cao, L., Navare, J., & Jin, Z. (2018). Business model innovation: How the international retailers rebuild their core business logic in a new host country. *International Business Review*, 27(3), 543–562.
<https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2017.10.005>
- Cosenz, F., & Bivona, E. (2021). Fostering growth patterns of SMEs through business model innovation. A tailored dynamic business modelling approach. *Journal of Business Research*, 130(February), 658–669.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.003>
- Nalini, S. N. L. (2021). Dampak Dampak covid-19 terhadap Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 662–669.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.278>
- Palmié, M., Boehm, J., Lekkas, C. K., Parida, V., Wincent, J., & Gassmann, O. (2021). Circular business model implementation: Design choices, orchestration strategies, and transition pathways for resource-sharing solutions. *Journal of Cleaner Production*, 280, 124399.
<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124399>
- Siebold, N. (2021). Reference points for business model innovation in social purpose organizations: A stakeholder perspective. *Journal of Business Research*, 125(January), 710–719.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.01.032>
- Solihah, E., Hubeis, A. V. S., & Maulana, A. (2016). Analisis Model Bisnis Pada Knm Fish Farm Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Bmc). *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan*, 9(2), 185–194.
<https://doi.org/10.15578/jsekp.v9i2.1220>