



Pelatihan Peningkatan Kewirausahaan Pada Masyarakat Kelurahan Lewaja

Andi Alfianto Anugrah Ilahi^{1*}, Arifuddin², Firman Alimuddin³

Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada, Indonesia | alvian260@gmail.com¹

Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada, Indonesia | arief.fadil72@gmail.com²

Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada, Indonesia | firmanalimuddin13@gmail.com³

Correspondence Author*

Abstract

Entrepreneurship Improvement Training in the Lewaja Village Community is a training program that aims to strengthen entrepreneurial skills among the local community. This program is designed to provide the knowledge, skills and support necessary for individuals in Lewaja Subdistrict to develop their own businesses. In this training, participants will learn important aspects of starting and managing a business, including business planning, marketing, financial management, and business development strategies. With this training, it is hoped that the people of Lewaja Village can increase their economic potential, create new jobs and contribute positively to local economic development. This program is a positive step in building community economic independence and reducing the unemployment rate in Lewaja Village.

Keywords: *Increasing Entrepreneurship, Economic Empowerment Training, Lewaja Village Community*

Abstrak

Pelatihan Peningkatan Kewirausahaan pada Masyarakat Kelurahan Lewaja adalah sebuah program pelatihan yang bertujuan untuk memperkuat keterampilan kewirausahaan di kalangan masyarakat setempat. Program ini dirancang untuk memberikan pengetahuan, keterampilan, dan dukungan yang diperlukan agar individu-individu di Kelurahan Lewaja dapat mengembangkan usaha mereka sendiri. Dalam pelatihan ini, peserta akan mempelajari aspek-aspek penting dalam memulai dan mengelola usaha, termasuk perencanaan bisnis, pemasaran, manajemen keuangan, dan strategi pengembangan usaha. Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan masyarakat Kelurahan Lewaja dapat meningkatkan potensi ekonomi mereka, menciptakan lapangan kerja baru, dan berkontribusi positif terhadap perkembangan ekonomi lokal. Program ini merupakan langkah positif dalam membangun kemandirian ekonomi masyarakat dan mengurangi tingkat pengangguran di Kelurahan Lewaja.

Kata kunci: Peningkatan Kewirausahaan, Pelatihan Pemberdayaan Ekonomi, Masyarakat Kelurahan Lewaja

Pendahuluan

Kewirausahaan memiliki peran yang sangat penting dalam menggerakkan roda ekonomi suatu masyarakat (Kholifah & Nurtanto, 2016). Kemampuan untuk mengembangkan ide menjadi usaha yang berkelanjutan bukan hanya menciptakan lapangan kerja tetapi juga memacu pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Namun, seringkali individu-individu di tingkat lokal, khususnya dalam kelurahan atau komunitas yang mungkin kurang berkembang, dapat menghadapi berbagai tantangan dalam memulai atau mengelola usaha mereka sendiri (Ilahi, 2023).

Salah satu contoh dari upaya konkret untuk mengatasi tantangan ini adalah Program Pelatihan Peningkatan Kewirausahaan yang kami sajikan dalam penelitian ini (Arifuddin et al., 2023). Program ini merupakan inisiatif yang dirancang khusus untuk masyarakat Kelurahan Lewaja. Kelurahan Lewaja adalah sebuah komunitas yang memiliki potensi besar namun juga menghadapi berbagai hambatan dalam mengembangkan potensi ekonominya. Dalam konteks ini, pelatihan kewirausahaan diharapkan dapat menjadi jembatan penting menuju perkembangan ekonomi yang berkelanjutan di tingkat lokal (Ilahi, 2022).

Dalam pendahuluan ini, kami akan membahas latar belakang program, tujuan, dan relevansinya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kelurahan Lewaja. Selain itu, kami akan memberikan gambaran singkat tentang struktur dan isi program pelatihan yang kami tawarkan. Semua upaya ini merupakan bagian dari komitmen untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja, dan memberikan kesempatan bagi individu-individu di Kelurahan Lewaja untuk mengambil peran aktif dalam mengubah masa depan mereka menjadi lebih cerah melalui kewirausahaan..

Meode

A. Tahap Persiapan

1. Satu minggu sebelum kegiatan dimulai kami membawa surat permohonan perizinan ke kantor lurah kab enrekang Kelurahan Lewaja .
2. Pada saat hari pelaksanaan tiba di lokasi kab enrekang pelaksanaan kegiatan, yaitu Kelurahan Lewaja.
3. Sesampainya di lokasi, kami menyiapkan seluruh peralatan yang akan digunakan. Setelah itu moderator menjalankan tugasnya untuk membuka serta memulai kegiatan.

B. Tahap Pelaksanaan

1. Acara pelaksanaan penyuluhan dimulai pada pukul 09.15 WITA. Kegiatan ini dilaksanakan telat 15 menit karena kami menunggu masyarakat berkumpul di lokasi.

2. Kegiatan dilaksanakan oleh mahasiswa dan berperan sesuai dengan tugasnya masing-masing.
3. Setelah kegiatan selesai kami meminta dokumentasi bersama.

Hasil dan Pembahasan

A. Pengertian Branding

Kewirausahaan adalah suatu bidang atau kegiatan yang melibatkan proses merencanakan, mendirikan, dan mengelola suatu usaha atau bisnis dengan tujuan untuk menciptakan nilai atau keuntungan. Kewirausahaan melibatkan sikap, keterampilan, dan tindakan untuk mengidentifikasi peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya yang diperlukan, dan mengelola risiko guna mencapai kesuksesan dalam usaha yang didirikan (Tijjani et al., 2022)

B. Kiat Berwirausaha

Berikut adalah beberapa kiat berwirausaha yang dapat membantu Anda dalam menjalankan usaha menurut (Agus Setiono, 2020):

1. Miliki Visi dan Tujuan yang Jelas: Tentukan visi jangka panjang dan tujuan yang spesifik untuk usaha Anda. Hal ini akan memberikan arah dan motivasi dalam mengembangkan bisnis Anda.
2. Kenali Pasar dan Pelanggan: Lakukan riset pasar secara menyeluruh untuk memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku pelanggan. Dengan memahami pasar, Anda dapat mengembangkan produk atau jasa yang tepat sasaran dan memenuhi kebutuhan pelanggan.
3. Kembangkan Rencana Bisnis yang Komprehensif: Buatlah rencana bisnis yang mencakup strategi pemasaran, operasional, keuangan, dan manajemen. Rencana bisnis akan menjadi panduan dan alat pengukur kesuksesan bisnis Anda.
4. Fokus pada Kualitas dan Nilai Tambah: Prioritaskan kualitas produk atau jasa yang Anda tawarkan. Berikan nilai tambah kepada pelanggan Anda dengan inovasi, layanan yang memuaskan, atau pengalaman pelanggan yang unik.
5. Kelola Keuangan dengan Bijak: Pelajari dan kelola keuangan usaha Anda dengan baik. Buat perencanaan keuangan yang realistis, lakukan pemantauan secara berkala, dan atur pengeluaran dengan efisien.
6. Berani Mengambil Risiko: Wirausaha sukses tidak takut mengambil risiko. Evaluasilah risiko dengan cermat, lakukan perencanaan yang matang, dan jangan takut untuk mencoba hal-hal baru dalam mengembangkan bisnis Anda.
7. Bangun Jaringan dan Koneksi: Manfaatkan peluang untuk membangun jaringan dan menjalin hubungan dengan pihak terkait seperti mitra bisnis, investor, pelanggan, atau

komunitas. Jaringan yang baik dapat membuka peluang kerjasama, mendapatkan saran, dan mendukung pertumbuhan bisnis Anda.

8. Terus Belajar dan Tingkatkan Kompetensi: Selalu berusaha untuk belajar dan mengembangkan kompetensi Anda. Ikuti pelatihan, baca buku, dan terus pantau perkembangan di industri Anda. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang terus ditingkatkan, Anda dapat beradaptasi dengan perubahan dan menghadapi persaingan yang lebih baik.
9. Jaga Semangat dan Ketekunan: Kewirausahaan tidak selalu mudah. Tetaplah semangat dan tekun dalam menghadapi tantangan. Jaga motivasi diri Anda, tetap fokus pada tujuan Anda, dan terus berusaha untuk mencapai kesuksesan.

Belajar dari Kegagalan: Jangan takut untuk belajar dari kegagalan. Kegagalan adalah bagian dari proses belajar dan pengembangan bisnis. Evaluasi kegagalan Anda, ambil hikmahnya, dan gunakan sebagai pembelajaran untuk memperbaiki bisnis Anda ke depannya..

C. Segmentasi

Menganalisis pasar untuk mengembangkan persaingan bisnis merupakan Segmentasi. Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki

kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda (Sinaga, 2017).

D. Manfaat Segmentasi

Adapun manfaat Segmentasi menurut (Sihotang, 2016) , yaitu:

1. Mendatangkan keuntungan
2. Memudahkan perusahaan merencanakan keuangan usaha
3. Lebih mengenal konsumen dengan baik
4. Perusahaan leluasa mengatur produk

E. Dasar-dasar Segmentasi

1. Segmentasi geografis, dilakukan dengan cara membagi pasar menjadi unit-unit geografis misalnya Negara, provinsi, kabupaten, kota dsb. Perusahaan dapat beroperasi di semua segmen tetapi ia perlu memperhatikan perbedaan kebutuhan dan selera yang ada di masing- masing wilayah.
2. Segmentasi demografis, yaitu yang memisahkan pasar kedalam kelompok-kelompok yang didasarkan pada variabel demografis, seperti umur, jenis kelamin, pendidikan, agama, pekerjaan. Dimana ini merupakan dasar yang paling sering digunakan pada waktu mengelompokkan konsumen

3. Segmentasi psikografis, dimana para konsumen dibagi beberapa kelompok yang berlainan menurut kelas social, gaya hidup atau berbagai ciri kepribadian.
4. Segmentasi perilaku, merupakan variabel utama dalam segmentasi pasar maka para konsumen di bagi menjadi beberapa kelompok menurut tingkat pengetahuan, sikap, penggunaan, atau tanggapannya terhadap produk terhenti.

F. Positioning

Aktivitas yang perusahaan lakukan terhadap persepsi konsumen. Menempatkan produk dalam segmen atau target pasar yang paling menguntungkan (Mujahidin & Khoirianingrum, 2019) .

G. Tujuan Positioning

Adapun tujuan positioning, yaitu Menempatkan sebuah produk untuk mendapatkan posisi yang lebih unggul dalam benak konsumen.

H. Manfaat Positioning

Berdasarkan buku Manajemen Periklanan oleh Rachmat Kriyanto, Ph.D, secara umum positioning mempunyai manfaat sebagai berikut:

1. Membantu perusahaan atau periklanan menyampaikan manfaat dan kelebihan produk kepada konsumen dan membedakannya dengan produk pesaing lainnya.
2. Memudahkan konsumen untuk mengenali dan memilih produk
3. Mengkomunikasikan identitas (brand personality) atau jiwa suatu merek (brand soul)
4. Menciptakan citra dan persepsi produk para konsumen
5. Membuat indah kegiatan persaingan di pasar, melalui konsep-konsep yang ditunjukkan ke pikiran konsumen

I. Targeting

Targeting merupakan cara menentukan pasar yang akan dimasuki dan strategi perusahaan dalam mengoptimalkan pasar tersebut dengan mengimplementasikan konsep prioritas, variabilitas, dan fleksibilitas. Targeting termasuk tindakan menganalisis ketertarikan dan minat pasar sekaligus penentuan segmen yang akan menjadi target pasar (Suyatna, 2022). Proses untuk mengevaluasi daya Tarik dari berbagai segmen pasar yang ada juga disebut Targeting.



Gambar 1. Pembukaan Pelatihan



Gambar 2. Pemberian Materi



Gambar 3. Peserta Pelatihan

Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil kegiatan PKM yang telah kami lakukan di kelurahan lewaja Enrekang, kami dapat menyimpulkan materi yang kami bawaan, yaitu:

Kewirausahaan adalah proses mengidentifikasi, menciptakan, dan mengembangkan peluang bisnis dengan tujuan mencapai kesuksesan dalam bentuk keuntungan dan pertumbuhan.

Kewirausahaan melibatkan pengambilan risiko dalam mengelola bisnis dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan, pemangku kepentingan, dan masyarakat secara luas.

Kewirausahaan melibatkan kemampuan untuk mengidentifikasi peluang pasar, mengembangkan rencana bisnis yang efektif, dan melaksanakan strategi untuk mencapai kesuksesan.

Kewirausahaan tidak terbatas pada pendirian bisnis baru, tetapi juga melibatkan inovasi, pengembangan produk baru, pengembangan pasar, dan perubahan dalam bisnis yang sudah ada.

Kewirausahaan memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara dengan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan inovasi, dan meningkatkan daya saing bisnis.

Kewirausahaan melibatkan sikap mental dan keterampilan khusus seperti keberanian, kreativitas, ketekunan, kemampuan beradaptasi, dan kepemimpinan yang efektif.

Kewirausahaan juga melibatkan pengelolaan sumber daya yang efisien, pengembangan jaringan yang kuat, dan kemampuan untuk mengatasi hambatan dan tantangan yang muncul dalam menjalankan bisnis.

Kewirausahaan memainkan peran penting dalam mendorong inovasi, transformasi digital, dan pemecahan masalah kompleks dalam dunia bisnis dan masyarakat secara umum.

Kewirausahaan dapat dipelajari dan dikembangkan melalui pendidikan kewirausahaan, pelatihan, mentorship, dan pengalaman praktis dalam dunia bisnis.

Kewirausahaan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi individu dalam hal pencapaian pribadi, kemandirian finansial, dan pengaruh positif terhadap lingkungan sekitar.

Segmentasi pasar adalah kegiatan membagi suatu pasar menjadi kelompok-kelompok pembeli yang berbeda yang memiliki kebutuhan, karakteristik, atau perilaku yang berbeda yang mungkin membutuhkan produk atau bauran pemasaran yang berbeda.

Aktivitas yang perusahaan lakukan terhadap persepsi konsumen. Menempatkan produk dalam segmen atau target pasar yang paling menguntungkan.

Targeting merupakan cara menentukan pasar yang akan dimasuki dan strategi perusahaan dalam mengoptimalkan pasar tersebut dengan mengimplementasikan konsep prioritas, variabilitas, dan fleksibilitas..

Referensi

Agus Setiono, B. (2020). Kiat Sukses Berwirausaha.

Andi Alfianto Anugrah Ilahi, (2023). Kewirausahaan. Eureka Media Aksara

- Arifuddin, A., Lita, W., Catherine, S., & Yingxiang, S. (2023). The Influence of Leadership Style and Work Motivation on Employee Performance. *Journal Markcount Finance*, 1(3), 206–215.
- Ilahi, A. A. A. (2022). Pengaruh Iklan Promosi Penjualan personal branding terhadap kepuasan produk perahu sekoci PT Jatitengah Perdana Indonesia. *Amsir Management Journal*, 3(1), 12–18.
- Kholifah, N., & Nurtanto, M. (2016). *Pengembangan pendidikan kewirausahaan dalam menanamkan nilai-nilai entrepreneurship untuk menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (Mea)*. Prosiding seminar nasional inovasi pendidikan.
- Mujahidin, A., & Khoirianingrum, I. (2019). *Analisis Segmentasi, Targeting, Positioning (STP) pada Zakiyya House Bojonegoro*. 2.
- Sihotang, E. T. (2016). Segmentasi layanan internet banking. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 12–22.
- Sinaga, A. S. R. (2017). Implementasi Teknik Threshoding Pada Segmentasi Citra Digital. *Jurnal Mantik Penusa*, 1(2).
- Suyatna, A. (2022). *Analisis Penerapan Segmenting, Targeting, Dan Positioning Pada Andre Resto And Cafe Pekanbaru*.
- Tijjang, B., Nurfadhilah, N., Putra, P., Jayadi, U., & Ilham, R. (2022). *The Influence of Product Quality and Purchase Decisions on Helmet LTD's Brand Image*. Proceedings of the 6th Batusangkar International Conference, BIC 2021, 11-12 October, 2021, Batusangkar-West Sumatra, Indonesia.