

PERAN PROGRAM OMAH ENTREPRENEURSHIP YANG MELIBATKAN MASYARAKAT PEDESAAN UNTUK MENCIPTAKAN BISNIS

Sri Nathasya Br Sitepu
Universitas Ciputra Surabaya

Abstrak: Program omah *entrepreneurship* melibatkan tiga puluh peserta yang berasal dari Desa Kesamben Wetan. Tujuan dari program omah *entrepreneurship* agar masyarakat mampu menciptakan bisnis untuk meningkatkan pendapatan. Program omah *entrepreneurship* terdiri dari delapan tahapan diantaranya: observasi, *entrepreneurship introduction*, pemetaan potensi, *benchmarking*, penyusunan *business plan*, produksi *prototype*, *market test*, marketing. Empat tahapan pertama dapat dilalui peserta tanpa hambatan namun tahapan kelima hingga kedelapan berhasil dilalui setelah melewati hambatan dalam menciptakan bisnis. Peserta berhasil menciptakan 30 bisnis baru selama mengikuti program omah *entrepreneurship* dan mendapatkan tambahan pendapatan dari kegiatan bisnis yang dibuka.

Kata kunci: *entrepreneurship*, bisnis

A. PENDAHULUAN

Program omah *entrepreneurship* merupakan program yang ditujukan bagi masyarakat Desa Kesamben Wetan Kabupaten Gresik. Program omah *entrepreneurship* dilaksanakan selama satu tahun yang di-*support* oleh dosen dan praktisi bisnis Universitas Ciputra. Profil masyarakat Desa Kesamben Wetan berdasarkan data administrasi pemerintah desa pada pendataan survei terakhir 2014 menunjukkan jumlah 1.550 kepala keluarga dengan total 5.344 jiwa dengan usia produktif 20–49 tahun sebanyak 47,23%. Tingkat Pendidikan masyarakat desa masih didominasi jenjang tamatan SD sebanyak 43,13% lalu SMP dan SMA masing-masing 20,68% dan 18,64%. Rata-rata tingkat pendapatan Desa Kesamben Wetan Rp 1.700.000 di mana sebagian besar bermata pencaharian sebagai buruh swasta sebesar 42,76% sisanya sebagai petani sebesar 12,3% sisanya 37%.

Permasalahan masyarakat Desa Kesamben Wetan terletak pada minimnya jumlah pendapatan yang diterima masyarakat namun, belum mampu memenuhi kebutuhan hidup. Permasalahan ini disebabkan minimnya kontribusi *entrepreneurship* bagi perkembangan ekonomi masyarakat. Minimnya pemahaman *entrepreneurship* mengakibatkan penurunan kualitas sumber daya manusia mengerjakan pekerjaan sampingan (Yogatama, A.N. 2017). Hal tersebut mengakibatkan jumlah pendapatan masyarakat berada di bawah jumlah upah minimum regional (UMR) sehingga tidak semua kebutuhan terpenuhi. Hal ini dalam jangka panjang jika tidak segera menemukan solusinya berpotensi menimbulkan masalah baru berupa peningkatan jumlah kemiskinan dan penurunan kualitas kompetensi masyarakat. Solusi masalah dapat meningkatkan perkembangan desa. Hal ini membutuhkan kemauan politik pemerintah untuk mengurangi peranannya dalam pengembangan desa

*Corresponding Author.
e-mail: nathasya.sitepu@ciputra.ac.id

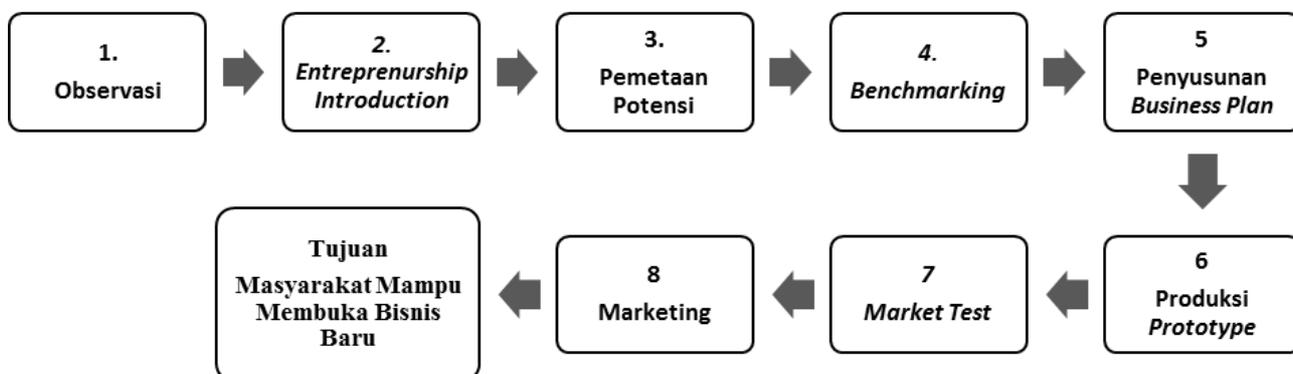
misalnya wisata dan memberikan peranan yang lebih besar kepada masyarakat dengan membuka ruang bagi masyarakat untuk berpartisipasi (Dewi, 2013). Wujud pengurangan intervensi perangkat Desa Kesamben Wetan dilihat dari tindakan aparat desa berkolaborasi dengan institusi pendidikan. Aparat Desa meminta bantuan dari Universitas Ciputra untuk mengatasi permasalahan yang dialami oleh masyarakat. Bentuk kolaborasi aparat Desa Kesamben Wetan dengan Universitas Ciputra dalam bentuk program omah *entrepreneurship*.

Program omah *entrepreneurship* bertujuan untuk memberdayakan masyarakat Desa Kesamben Wetan Kabupaten Driyorejo. Program omah *entrepreneurship* merupakan program yang dirancang khusus sesuai kebutuhan masyarakat Desa Driyorejo berdasarkan hasil observasi sebagai tahapan awal yang sudah dilakukan. Jumlah peserta yang mengikuti program omah *entrepreneurship* sebanyak tiga puluh orang. Peserta terdiri dari 20 orang perempuan dan 10 orang laki-laki. Jumlah peserta perempuan dipilih lebih banyak karena perempuan lebih tekun dalam merintis bisnis sehingga dapat dipastikan *entrepreneur* perempuan akan lebih kompetitif di tingkat global melalui pembelajaran berbasis teknologi (Hashim, *et al.*, 2011). Peserta program merupakan sampling perwakilan populasi

masyarakat Desa Kesamben Wetan. Program omah *entrepreneurship* menggunakan konsep *entrepreneurship* sebagai solusi untuk meningkatkan pendapatan. *Entrepreneurship* merupakan sebuah proses yang mampu mengembangkan dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, pembukaan lapangan kerja baru, dan kemakmuran melalui variable bisnis (Iwu, 2019). Program omah *entrepreneurship* diberikan sebagai sarana pendidikan yang dapat bermanfaat bagi pembangunan ekonomi. *Entrepreneur* yang dihasilkan mampu sharing pengalaman terkait peran dan manfaat menjadi entrepreneur pada level mikro hingga makro.

Program ini dibagi menjadi beberapa tahapan pelaksanaan kegiatan. Setiap tahapan pengajaran menggunakan metode pengajaran yang disesuaikan dengan peserta sehingga mampu untuk mengembangkan semangat kewirausahaan (Nova, J., 2015). Setiap tahapan dilakukan secara berurutan sehingga masyarakat Desa Kesamben Wetan yang menjadi peserta program omah *entrepreneurship* berhasil membuka bisnis baru. Gambar 1 adalah alur tahapan program omah *entrepreneurship*.

Tujuan dari program omah *entrepreneurship* adalah meningkatkan kapasitas peserta sehingga mampu membuka bisnis baru. Pembukaan bisnis baru milik masyarakat desa Kesamben



Gambar 1 Tahapan Program Omah *Entrepreneurship*

Wetan akan menghasilkan tambahan pendapatan dan membuka peluang kerja bagi masyarakat lainnya. Bisnis baru yang dihasilkan peserta program omah *entrepreneurship* akan memaksimalkan seluruh potensi masyarakat dan lingkungan sekitar Desa Kesamben Wetan dapat dioptimalkan.

B. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program omah *entrepreneurship* dilakukan setiap minggu di balai Desa Kesamben Wetan menggunakan metode pengajaran, pendampingan dan praktik/simulasi. Variasi metode bertujuan agar peserta semakin antusias dan konsisten mengikuti semua tahapan yang ada diprogram. Pelaksanaan dan prosedur program omah *entrepreneurship* berbeda-beda pada setiap tahapannya. Tahapan pertama observasi dilakukan oleh tim Universitas Ciputra berkolaborasi dengan aparat desa. Prosedur observasi selama satu bulan dengan metode wawancara mendalam untuk memetakan kualitas masyarakat desa. Prosedur pengamatan juga dilakukan untuk mendata potensi bisnis yang dapat dikembangkan serta masalah-masalah yang dialami oleh masyarakat.

Pelaksanaan tahapan kedua *entrepreneurship introduction* dilakukan setiap satu minggu sekali di Balai Desa Kesamben Wetan. Prosedur *entrepreneurship introduction* disampaikan dengan metode pengajaran (tutorial) oleh dosen sekaligus praktisi bisnis dari Universitas Ciputra. Materi pembelajaran terdiri dari: pembukaan *mindset entrepreneur*, manfaat menjadi *entrepreneur*, konsep *entrepreneur*, tips dan *trick* menjadi *entrepreneur*. Durasi tahapan kedua ini selama dua bulan dengan total delapan pertemuan di mana setiap pertemuan berdurasi tiga jam. Tahapan *entrepreneurship introduction* melengkapi peserta dengan modul yang diberikan kepada

setiap peserta program omah *entrepreneurship*. Berikut ini dokumentasi modul dan kegiatan *entrepreneurship introduction*.



Gambar 2 Modul dan Kegiatan *Entrepreneurship Introduction*

Tahapan ketiga pemetaan potensi terhadap peserta program omah *entrepreneurship* menggunakan *tolls business model canvas* (BMC). Tahapan pemetaan bisnis memainkan peran penting dalam mengenali peluang pasar, membangun kemampuan teknologi *in-house* yang krusial, menambahnya dengan bantuan eksternal yang sesuai untuk melakukan inovasi teknologi termasuk modifikasinya sesuai dengan kebutuhan konsumen dan sehingga mampu bersaing di pasar (Krishnaswamy, *et al.*, 2014). BMC relatif lebih sederhana sehingga mudah dipahami oleh peserta. Pada tahapan ini peserta diminta untuk mengisi form BMC berdasarkan kondisi *real* dari bisnis yang akan dijalankan. Proses pengisian BMC dilakukan selama satu minggu dan didampingi oleh dosen. Setiap dosen mendampingi lima orang peserta dalam pengisian BMC. Setelah peserta mengisi BMC peserta diminta untuk mempresentasikan di depan peserta lainnya. Hal ini bertujuan agar setiap peserta dapat saling *sharing* dan melakukan *double check* dari komponen BMC. *Tolls* BMC yang digunakan peserta sesuai dengan Gambar 3.

The Business Model Canvas form is a structured grid with nine main sections: Key Partners, Key Activities, Value Propositions, Customer Relationships, Customer Segments, Key Resources, Channels, Cost Structure, and Revenue Streams. Each section contains a small icon representing its function. The form is titled 'The Business Model Canvas' and includes fields for 'Designed for:', 'Designed by:', 'Date', and 'Version:'.

Gambar 3 Form *Business Model Canvas*(BMC)

Pelaksanaan tahapan keempat (*benchmarking*) dilaksanakan pada bisnis-bisnis yang sejenis dengan bisnis yang dikembangkan oleh peserta.

Lokasi *benchmarking* dilakukan di Kota Surabaya. Setiap peserta pelatihan diminta melakukan observasi pada saat *benchmarking* untuk melihat setiap peluang bisnis. Peserta pelatihan menggunakan *handphone* sebagai alat perekam wawancara maupun sebagai alat dokumentasi pada saat *benchmarking*. Setiap peserta diberikan waktu delapan jam di lokasi *benchmarking*. Hal ini sangat memberikan ruang gerak yang leluasa pada setiap peserta untuk mempelajari setiap bisnis sehingga dapat menemukan ide inovasi yang nantinya akan diterapkan. Gambar 4 adalah dokumentasi kegiatan *benchmarking* peserta program omah *entrepreneurship*.



Gambar 4 Kegiatan *Benchmarking* Bisnis

Pelaksanaan tahapan kelima (penyusunan *business plan*) dilakukan oleh semua peserta di

mana, setiap peserta mendapat pendampingan dari dosen dan praktisi bisnis. *Business plan* yang berhasil disusun peserta selanjutnya akan didiskusikan dengan mentor sehingga mendapat masukan dan saran. Prosedur penyusunan *business plan* disesuaikan dengan *passion* setiap peserta yang selanjutnya akan diterapkan dalam bentuk bisnis. Dosen *cross check* kesesuaian antara bisnis yang akan direalisasikan dengan *passion* setiap peserta. Tujuan dari *cross check* meminimalisasi bisnis yang hanya sekedar meniru bisnis peserta lain. Form *business plan* sudah disediakan dalam modul pelatihan *entrepreneurship* yang telah dibagikan kepada setiap peserta pada awal pelaksanaan program.

Prosedur keenam yaitu proses produksi *prototype* di mana setiap peserta yang menjalankan bisnis pembuatan barang diminta untuk mulai membuat *prototype* dari produk yang nantinya akan dipasarkan. Tahapan keenam ini setiap peserta wajib memberikan inovasi dari setiap produk yang dihasilkan jika dibandingkan dengan produk *competitor*. Prosedur berikutnya seluruh *prototype* dikumpulkan di berikan penilaian dari peserta lainnya, dosen pendamping program serta masyarakat sekitar lingkungan *sosial* dan tempat tinggal peserta program omah *entrepreneurship*. Beberapa barang *prototype* menggunakan limbah sehingga biaya produksi rendah serta mengurangi sampah yang selama ini menjadi masalah di masyarakat.

Pelaksanaan serta prosedur tahapan ketujuh peserta mulai berperan *active* melakukan survei kepada potensial *buyer*/calon konsumen apakah mereka bersedia membeli produk yang dihasilkan oleh peserta. Calon konsumen selanjutnya akan dimintai saran dan masukan terkait produk yang dihasilkan. Masukan meliputi aspek: harga, kualitas, keunikan/inovasi, kemasan, dan fungsi dari produk yang dihasilkan. Tahapan ini merupakan tahapan penting di mana peserta dapat mendengar-

kan langsung penilaian calon konsumen terkait produk sehingga mampu mengambil keputusan yang tepat untuk diterapkan dalam bisnis yang akan dijalankan.

Tahapan terakhir yang merupakan tahapan kedelapan yaitu marketing dari produk yang dihasilkan. Peserta mulai memasarkan produk yang dihasilkan agar dapat mencapai target dari dosen bisnis. Setiap peserta diberikan target sesuai dengan kapasitas peserta serta peluang bisnis dari produk yang dihasilkan. Kegiatan ini merupakan kegiatan penting saat peserta mulai menjalankan bisnis diperlukan rasa percaya diri dan semangat yang tinggi dalam menjual semua produk yang dihasilkan. Kegiatan ini akan mengasah intuisi bisnis dalam membaca semua peluang yang ada.

Rangkaian tahapan pertama hingga tahapan kedelapan pada program omah *entrepreneurship* dilakukan secara parsial dengan tujuan peserta mampu melahirkan bisnis baru untuk meningkatkan pendapatan keluarga. Pada masing-masing tahapan dosen mendampingi dan melihat sejauh mana perkembangan peserta sehingga dapat meminimalisasi kegagalan. Setiap tahapan memiliki metode berbeda dengan tujuan yang sangat spesifik sehingga peserta siap menjadi *entrepreneur*.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program omah *entrepreneurship* pada setiap tahapannya memperlihatkan hasil yang berbeda-beda. Perbedaan hasil sesuai dengan kapasitas dan kemampuan dari setiap peserta. Adapun hasil dari setiap tahapan yang dilalui peserta adalah sebagai berikut.

1. Observasi

Hasil dari observasi menemukan bahwa masyarakat Desa Kesamben Wetan membutuhkan program *entrepreneurship* yang mendampingi

masyarakat dari dasar (tanpa pemahaman konsep bisnis) hingga mampu menciptakan bisnis baru. Program disampaikan menggunakan bahasa sederhana dan menyelipkan bahasa daerah (bahasa Jawa) sehingga dapat membangun rasa nyaman pada peserta untuk mengikuti program omah *entrepreneurship*. Program *entrepreneurship* diberikan secara parsial sehingga masyarakat dapat berproses selama program dijalankan. Dosen yang terlibat pada program omah *entrepreneurship* membagikan pengalaman bisnis dan memberikan target sehingga dapat meningkatkan semangat peserta.

2. *Entrepreneurship Introduction*

Tahapan ini menemukan masyarakat merasa tidak percaya diri dikarenakan peserta fokus pada hambatan bisnis. Beberapa hambatan bisnis bagi peserta di antaranya: kurangnya modal, tingkat pendidikan formal relative rendah, risiko kerugian, budaya di masyarakat (“nerimo nasib”), penolakan konsumen, kurangnya *skill*, serta lingkungan keluarga yang membatasi kreativitas. Tahapan ini membutuhkan waktu satu bulan hingga peserta percaya diri dan fokus pada manfaat membuka bisnis bukan pada keterbatasan yang dimiliki. *Entrepreneurship introduction* diberikan melalui media video, *sharing* kisah sukses pebisnis yang bangkit dari kegagalan untuk mencapai sukses.

3. Pemetaan Potensi

Setelah peserta percaya diri dan memiliki *mindset entrepreneur* tahapan ketiga peserta menemukan potensi yang potensial untuk dikembangkan. Adapun beberapa potensi dari aspek individu dari peserta dapat dikelompokkan menjadi sebagai berikut. (a) Keahlian bidang kerajinan tangan mengolah sampah menjadi barang

bernilai jual tinggi. (b) Keterampilan membuat minuman tradisional yang memanfaatkan hasil bumi dari Desa Kesamben Wetan. (c) Passion menulis yang dapat dituangkan menjadi penulis novel. (d) *Skill* menganyam dari daun pandan untuk membuat karya seni. (e) *Skill* membuat batik dari pewarna alami (tumbuh-tumbuhan dan bunga). (f) Keterampilan menjahit baju boneka. (g) Kemampuan mempersuasi dan berkomunikasi sehingga sangat cocok sebagai marketing.

Selain potensi dari setiap individu peserta program omah *entrepreneurs* juga berhasil memetakan potensi sumber daya alam dari Desa Kesamben Wetan sebagai berikut.

- a) Lokasi strategis dekat dengan Kota Surabaya memudahkan peserta menjual barang hasil produksi ke kota. Manfaat lanjutan dari lokasi yang strategi masyarakat dapat mengakses informasi serta lebih cepat mendapat penangan program pemerintah.
- b) Hasil pertanian yang berlimpah dan siap untuk di olah sehingga memiliki nilai tambah. Beberapa produk hasil pertanian: kunyit, bambu, dan jagung.
- c) Potensi wisata (Api Abadi dan waduk Desa Kesamben Wetan) yang dapat dikelola menjadi ekowisata.

Jumlah penduduk Desa kesamben Wetan sebesar 1.550.000 merupakan pasar potensial untuk menjual barang dan jasa yang dihasilkan oleh peserta program omah *entrepreneurship*. Hal ini diperkuat dengan adanya budaya masyarakat yang konsumtif sehingga sebagian besar pendapatan dialokasikan untuk konsumsi membeli barang kebutuhan sehari-hari. Desa Driyorejo berlokasi di kawasan industri sehingga mobilitas penduduk yang melintasi desa juga tinggi. Penduduk yang melintasi desa merupakan calon konsumen yang potensial membeli produk

dan mengembangkan bisnis yang dijalankan peserta. Hasil dari tahapan pemetaan potensi ini didukung oleh program *one village one product* (OVOP) yang dilaksanakan melalui tahapan memilih *product* unggulan yang sangat spesifik, mengidentifikasi potensi dan masalah ketika memproduksi sehingga nantinya mampu meningkatkan kualitas produk yang menembus pasar global (Pasaribu, S., 2016).

4. *Benchmarking*

Pada kegiatan *benchmarking* peserta menemukan ide bisnis, menemukan *channel* (*supplier*) dan mitra penjualan produk yang potensial untuk membantu memasarkan produk. Hasil wawancara peserta dengan pelaku bisnis profesional berhasil meningkatkan rasa percaya diri dari peserta program omah *entrepreneurship* untuk menciptakan bisnis. Informasi berupa video dan dokumentasi *benchmarking* dipakai sebagai dasar menyusun *business plan*.

5. Penyusunan *Business Plan*

Business plan peserta program omah *entrepreneurship* dapat diklasifikasikan menjadi dua di antaranya: *business plan* rasional dan *business plan* yang sulit direalisasikan. *Business plan*

rasional adalah bisnis yang memetakan masalah dan menciptakan solusi (produk atau jasa yang dipasarkan adalah produk yang dibutuhkan konsumen) bagi masyarakat melalui bisnis. *Business plan* sulit direalisasikan merupakan bisnis yang tidak sesuai dengan kebutuhan masyarakat namun lebih mengarah kepada keinginan produsen (peserta program omah *entrepreneurship*). Dosen memberikan pendampingan kepada peserta yang menyusun *business plan* yang sulit direalisasikan melalui mentoring dan analisis bisnis.

6. Produksi *Prototype*

Peserta program omah *entrepreneurship* mampu membuat *prototype* sesuai dengan *business plan* yang telah disusun pada tahap sebelumnya. Sebagian peserta menggunakan sampah (daun kering) sebagai bahan baku pembuatan *prototype*, namun ada juga peserta yang menggunakan bahan baku pilihan (baru) pada *prototype*. Dari tiga puluh peserta terdapat dua puluh tiga peserta yang gagal dan harus mengulang beberapa kali untuk membuat *prototype*. Peserta yang berhasil membuat *prototype* tanpa harus mengulang proses pembuatan hanya sebanyak tujuh orang. Berikut ini adalah bentuk *prototype* milik peserta pelatihan.



Gambar 5 Prototype Hasil Karya Peserta Omah Entrepreneurship

7. Market Test

Hasil dari tahapan *market test* terhadap produk yang dihasilkan peserta program omah *entrepreneurship* diselenggarakan dalam dua putaran. *Market test* putaran pertama tidak sepenuhnya mendapat respons positif dari pasar. Beberapa respons yang membutuhkan perbaikan di antaranya: konsistensi kualitas produk, kemasan yang tidak memberikan informasi terkait komposisi produk, kemasan produk yang tidak menarik, serta penentuan harga yang terlalu tinggi. Hampir semua produk mendapat kritikan dari calon konsumen. Hasil evaluasi kegiatan *market test* sempat menurunkan semangat peserta namun dosen membantu peserta untuk membenahi produk sesuai dengan masukan dari calon konsumen. Peserta membutuhkan waktu dua bulan untuk melakukan perbaikan terhadap produk yang dihasilkan.

Hasil *market test* putaran kedua dilakukan pada bulan Mei 2019 di mana peserta memberikan *prototype* kepada calon konsumen dan sudah mulai mendapat respons positif. Hal ini dibuktikan dengan adanya transaksi (penjualan). Konsumen tidak hanya memberikan pujian terhadap produk namun juga dengan sukarela membeli *prototype* sesuai dengan harga yang ditawarkan oleh peserta program omah *entrepreneur*. Terdapat beberapa masyarakat yang sudah membeli produk dan mempromosikan produk kepada lingkungan social di sekitar permukiman konsumen.

8. Marketing

Pelaksanaan tahapan marketing dilalui oleh peserta program *entrepreneur* melalui *system* penjualan *offline* dan *online*. Marketing *offline* tidak berjalan dengan baik hal ini dikarenakan keterbatasan penguasaan teknologi dari setiap peserta dan ketakutan menggunakan *system* pembayaran *online*. Hal ini dikarenakan pemahaman

peserta terkait digitalisasi *system* perbankan sangat rendah. Peserta tidak mau mencoba memasuki pasar *online* karena tidak mampu menerima *system* pembayaran via transfer. Berangkat dari kegagalan marketing *online*. Hambatan yang ditemui peserta sejalan dengan temuan.

Peserta memilih *system* penjualan *offline* dengan cara memasarkan produk kepada masyarakat di sekitar Desa Kesamben Wetan. Lima orang dari peserta melakukan penjualan dengan *system* konsinyasi kepada pemilik warung yang ada di sekolah ataupun di dekat kantor kepala desa. Khusus untuk produk minuman tradisional dan produk makanan sudah mulai berani mengikuti bazar yang diadakan aparat desa. Hal ini dikarenakan produk yang dihasilkan merupakan kebutuhan masyarakat yang dijual dengan harga kompetitif. Penjualan produk pada saat bazar berhasil menjual 50 botol. Keberhasilan ini menjadi semangat dan menambah rasa percaya diri dari peserta lainnya untuk mengikuti bazar bisnis. Hasil penjualan produk dengan *system* konsinyasi delapan puluh persen habis terjual sementara sisanya di putar untuk di titipkan kepada warung yang lainnya. Besarnya tambahan pendapatan dari bisnis baru yang dibuka oleh peserta sebesar Rp 500.000–2.000.000 setiap bulannya. Program ini berhasil memberikan tambahan pendapatan pada peserta dan mulai menumbuhkan bisnis di Desa Kesamben Wetan.

D. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih atas kolaborasi dengan aparat Desa Kesamben Wetan Kecamatan Driyo-rejo Kabupaten Gersik yang telah men-support program omah *entrepreneurship*. Terima kasih kepada Fakultas Manajemen Universitas Ciputra yang telah men-support melalui kesediaan tim dosen dan membuka *link* bisnis kepada peserta. Terima kasih kepada LPPM Univeristas Ciputra

yang telah memberikan dukungan dana untuk pelaksanaan program. Terima kasih kepada warga kesamben wetan yang telah bersedia menjadi peserta dan mendapat solusi untuk meningkatkan pendapatan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

E. KESIMPULAN

Program omah *entrepreneurship* berhasil menciptakan bisnis baru sehingga dapat menambah pendapatan masyarakat. Hal ini didukung

oleh tulisan Sklyarov dan Sklyarova, (2013) mengatakan program pengembangan usaha kecil berbasis *entrepreneurship* dikategorikan sukses jika memberikan manfaat bagi *entrepreneur* (menghasilkan profit) serta mampu mendistribusikan hasil (produk) pertanian milik petani untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Pelaksanaan program omah *entrepreneurship* melalui delapan tahapan dapat diklasifikasikan menjadi dua kategori yaitu: tahapan berhasil dilalui tanpa hambatan serta tahapan yang dilalui setelah menyelesaikan kendala mendirikan bisnis.

Tabel 1 Pemetaan Pelaksanaan Program Omah *Entrepreneurship* dalam Menciptakan Bisnis

Tahapan Program	Keterangan
Tahapan program yang berhasil dijalankan peserta tanpa kendala	1. Observasi Berhasil menemukan masalah yang dialami masyarakat untuk membuka bisnis dan mendata semua peluang bisnis yang ada di Desa Kesamben Wetan.
	2. <i>Entrepreneurship Introduction</i> Peserta berhasil memahami konsep <i>entrepreneurship</i> dan berkomitmen membuka bisnis.
	3. Pemetaan Potensi Peserta berhasil menemukan potensi diri sendiri, potensi alam dan potensi lingkungan social yang ada di sekitar tempat tinggal.
	4. <i>Benchmarking</i> Peserta berhasil menemukan channel bisnis (supplier)/reseller, menemukan ide bisnis dan tips menjalankan bisnis secara langsung dari pelaku bisnis.
Tahapan program yang memiliki kendala saat dijalankan peserta	1. Penyusunan <i>Business Plan</i> Sebagian peserta mengalami kendala penyusunan karena dalam proses penyusunan bisnis yang akan dibangun adalah bisnis yang berdasarkan keinginan peserta bukan kebutuhan konsumen. Bisnis yang di susun belum memberikan solusi terhadap masyarakat.
	2. Pembuatan <i>Prototype</i> Sebagian besar peserta harus mengulangi pembuatan <i>prototype</i> untuk mendapatkan hasil yang layak untuk dijual. Hambatan yang ditemui peserta berasal dari pemilihan bahan baku, proses produksi hingga pemilihan kemasan.
	3. <i>Market Test</i> Peserta mengalami kendala karena mendapatkan banyak masukan untuk perbaikan dari calon konsumen.
	4. Marketing Peserta menemukan hambatan pada system penjualan <i>online</i> karena tidak menguasai teknologi dan adanya ketakutan ketika melakukan transaksi perbankan via <i>online</i> .

Peserta program omah *entrepreneurship* melalui empat tahapan pertama dengan lancar (tanpa hambatan) dan empat tahapan lainnya diselesaikan setelah melewati tantangan membuka bisnis. Tahapan yang berhasil dilalui oleh peserta tanpa kegagalan di antaranya: observasi, *entrepreneurship introduction*, pemetaan potensi, *benchmarking*. Kegagalan yang dialami peserta pada tahapan: penyusunan *business plan*, pembuatan *prototype*, *market test* dan marketing. Peserta belajar dari hambatan bisnis yang dialami pada empat tahapan dan segera memperbaiki. Berikut *table* untuk proses pelaksanaan program.

F. DAFTAR RUJUKAN

- Dewi, M.H.U. 2013. Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2).
- Hashim, F., Razak, N.A., & Amir, Z. 2011. Empowering Rural Women Entrepreneurs with ict Skills: An Impact Study of 1nita Project in Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 15, 3779-3783.
- Iwu, C.G., Opute, P.A., Nchu, R., Eresia-Eke, C., Tengeh, R.K., Jaiyeoba, O., & Aliyu, O.A. (2019). Entrepreneurship Education, Curriculum and Lecturer-Competency as Antecedents of Student Entrepreneurial Intention. *The International Journal of Management Education*.
- Krishnaswamy, K.N., Mathirajan, M., & Subrahmanya, M.B. 2014. Technological Innovations and Its Influence on the Growth of Auto Component SMEs of Bangalore: A Case Study Approach. *Technology in Society*, 38, 18–31.
- Nová, J. 2015. Developing the Entrepreneurial Competencies of Sport Management Students. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 174, 3916-3924.
- Pasaribu, S. 2016. Pengembangan Agro-Industri Perdesaan dengan Pendekatan One Village One Product (OVOP). In *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, August, Vol. 29, No. 1, pp. 1–11.
- Sklyarov, I.Y. & Sklyarova, Y.M. 2013. Development of Small Forms of Entrepreneurship and Agricultural Production in Russian Village. *Middle East Journal of Scientific Research*, 17(4), 424–428.
- Yogatama, A.N. 2017. Peran Entrepreneurship bagi Pengembangan Kampung Wisata Organik Pesona Agro. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 11(2), 1–10.