



PEMBERDAYAAN EKONOMI BAGI ANGGOTA MAJELIS TAQORRUB ILALLAH (MTI) BEKASI MELALUI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN

¹⁾Aris Fatoni, ²⁾Iwan Setyawan

Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957

ABSTRACT

This entrepreneurship training was given to the Majelis Taqorrub Ilallah (MTI) having address at Jl. Walet No. 101 RT. 06 RW. 02 Mekarsari Kec. Tambun Selatan Kab. Bekasi 17510. This program aims to instill an entrepreneurial mindset as a way of life for MTI members through increasing entrepreneurial knowledge, understanding of the concept and skills. This program consists of four stages: the first stage providing entrepreneurial knowledge through seminar, the second stage interactive dialogue, the third stage challenges and the fourth stage sharing session. The results of program are improving and deepening participants understanding of entrepreneurship, increasing skills and bring together the entrepreneurial potential of participants for collaboration. The output of program is the ability to think in finding business opportunities, skills to create product descriptions for e-commerce, pioneering business cooperation between MTI members.

Keywords: *Entrepreneurial Mindset, Entrepreneurship, Business, Online, Honesty, Partnership*

Received: 19 Agustus 2020

Revised: 20 November 2020

Accepted: 21 November 2020

Corresponding Author:

Aris Fatoni

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957

Jl. M. Kahfi II No. 33 Jagakarsa Jakarta Selatan

Email: tony_fatt@yahoo.com

PENDAHULUAN

Era revolusi industri 4.0 kini telah berlangsung. Kemajuan teknologi, internet dan komputer semakin pesat, hingga mampu menciptakan peluang bisnis berbasis *online*, baik skala mikro, kecil, menengah maupun besar bagi para calon pengusaha. Tahun 2017 Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) melansir sebanyak 3,79 juta UMKM sudah memanfaatkan *platform online* dalam memasarkan produknya. Jumlah ini berkisar 8% dari total UMKM yang ada di Indonesia, yaitu sebanyak 59,2 juta. Ditargetkan pada tahun 2019, 8 juta UMKM sudah *go online*. (kominfo.go.id)

Kini setiap orang memiliki kesempatan untuk mengambil peluang bisnis dengan memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Utami (2010), bahwa teknologi informasi sangat berperan penting di dalam perkembangan bisnis online di Indonesia. Dengan kemajuan teknologi dan informasi ini pula dapat menciptakan berbagai peluang bisnis yang dapat meningkatkan perekonomian negara.

Kesempatan ini terbuka bagi siapa saja yang memiliki keinginan untuk berwirausaha. Seolah tidak mau ketinggalan, sebagian anggota Majelis Taqorrub Ilallah (MTI) pun ikut serta berbisnis dengan memanfaatkan *platform online* ini, meskipun tingkat usahanya baru mikro dan kecil. Memasarkan produk melalui online memang sangat menjanjikan. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), tahun 2019 pengguna internet di Indonesia berjumlah 171,17 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia 264,16 juta orang (APJII, 2019) dan sebanyak 86% atau sekitar 147,2 juta jiwa diantaranya melakukan belanja melalui online. Diproyeksikan jumlah pengguna *e-commerce* hingga akhir 2019 sebanyak 168,3 juta pengguna dan akan terus meningkat hingga mencapai 212,2 juta pengguna pada tahun 2023 (mediaindonesia.com, 2019).

Berbagai macam usaha dijalankan anggota MTI, antara lain; jual beli dan kredit barang elektronik, kendaraan bermotor, baik kendaraan roda dua maupun empat, jual produk herbal, konveksi, makanan beku/*frozen food*, jual beli hewan kurban, sampai bisnis kuliner seperti nasi kebuli, nasi bakar, dan lain-lain, bahkan mereka kini telah memiliki "Lapak Syar'i", sejenis grup jual beli yang digunakan untuk memasarkan produknya dengan memanfaatkan aplikasi sederhana, yaitu WA grup. Lapak ini melayani para anggota MTI dan jamaahnya yang ingin menawarkan, mempromosikan serta memasarkan produk yang dijualnya dengan akad dan transaksi yang syar'i, yaitu sesuai dengan akad dan transaksi dalam Islam.

Selain menjalankan bisnis, aktivitas bisnis yang dijalankan oleh anggota MTI ini secara tidak langsung memberikan pendidikan bagi anggota dan masyarakat umum tentang bagaimana menjalankan bisnis secara syar'i, karena semua akad dan transaksi yang terjadi antara produsen dan konsumen tidak boleh keluar dari syariat Islam. Aktivitas bisnis ini juga sangat membantu pemerintah dalam mengurangi tingkat pengangguran. Sebagaimana data yang dirilis oleh Dakta. Com pada Februari 2020, terdapat 135.200 atau sekitar 8,45% dari 1,6 juta usia produktif warga Kabupaten Bekasi tercatat masih belum memiliki pekerjaan. Hal ini sangat ironi, bahkan angka pengangguran di kabupaten Bekasi menduduki peringkat ketiga se-Jawa Barat, padahal terdapat setidaknya 6.440 perusahaan baik nasional maupun *multinational corporation* (MNC) yang beroperasi di kabupaten tersebut.

Hal ini membuktikan, bahwa suatu daerah yang merupakan kawasan industri tidak serta merta mampu merekrut semua tenaga kerja di kawasan tersebut, padahal jika dibandingkan jumlah perusahaan dengan angka usia produktif di Kabupaten Bekasi hanya 1:248 orang. Untuk itu, UMKM yang dijalankan oleh anggota MTI ini sangat membantu pemerintah dalam mengurangi pengangguran. Mereka berusaha menciptakan lapangan

pekerjaan sendiri dengan berbisnis demi memenuhi kebutuhan keluarganya, serta mampu membuka lapangan pekerjaan bagi orang lain. Namun untuk dapat menjalankan sebuah bisnis yang berhasil anggota MTI tidak cukup hanya mengandalkan peluang saja, atau hanya sekedar ikut-ikutan memanfaatkan perkembangan teknologi dan berbasis online, yang paling penting bagaimana mereka mampu mengubah peluang tersebut menjadi bisnis nyata yang dapat menghasilkan laba (Widjajanti, 2018).

Untuk itu, baik bagi anggota yang sudah mulai menjalankan usaha maupun bagi para calon pengusaha, harus jeli dalam menemukan peluang/celah-celah bisnis dan memilih peluang mana yang memiliki potensi untuk dapat dijalankan dan menghasilkan laba. Mereka juga harus kreatif dalam menghasilkan ide-ide bisnis serta mampu mengubahnya menjadi sebuah inovasi produk, baik barang maupun jasa untuk dipasarkan.

Untuk dapat mengubah peluang menjadi bisnis nyata maka dibutuhkan kemampuan kewirausahaan/*entrepreneurship* sebagai modal dasar untuk menjalankan, mengelola dan memimpin operasi bisnisnya agar terus tumbuh dan berkembang. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Saragih (2017), bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif, jeli melihat peluang dan selalu terbuka untuk setiap masukan dan perubahan yang positif yang mampu membawa bisnis terus bertumbuh.

Berdasarkan uraian di atas, kami selaku akademisi terpanggil untuk turut berperan serta dalam pemberdayaan ekonomi anggota MTI serta sebagai wujud dari komitmen untuk membantu pemerintah dalam memberikan dan meningkatkan wawasan serta keterampilan bagi para calon pengusaha dan pengusaha melalui pelatihan kewirausahaan yang insyaAllah akan berdampak pada pengurangan pengangguran. Harapan kami, setelah adanya pelatihan ini, anggota MTI yang telah memiliki usaha mampu mengelola usahanya dengan kreatif, inovatif dan profesional sehingga mampu mengangkat anggota lainnya, serta memotivasi dan mendorong bagi anggota lainnya untuk berusaha/berbisnis bagi yang belum melakukannya.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program ini dilakukan dengan pengembangan yang bersifat temporer/sementara melalui beberapa tahap. Pertama, berupa pembekalan tentang pemaksimalan potensi berpikir (mandiri, kreatif dan inovatif), pengetahuan dasar dan keterampilan dalam berwirausaha melalui pelatihan kewirausahaan. Dalam pelatihan ini kami memaparkan teori-teori tentang kewirausahaan, mulai dari pengertian kewirausahaan, menangkap ide dan peluang bisnis, sampai proses perencanaan dan strategi pelaksanaan usaha, serta berbagi pengalaman dalam mendirikan sebuah usaha kepada anggota MTI serta cara memasarkan produk melalui internet/*online*.

Kedua melalui tanya jawab dan diskusi. Tanya jawab dan diskusi ini dilakukan untuk memperdalam dan mempertajam pemahaman per serta terhadap materi yang telah disampaikan.

Ketiga, untuk menilai sejauh mana penguasaan peserta secara keseluruhan terhadap materi dalam pelatihan tentang kewirausahaan. Tim memberikan *challenge* berupa simulasi untuk menguji keterampilan peserta. Peserta pelatihan diminta untuk mengidentifikasi perkembangan alamiah bayi, menyebutkan produk beserta keunikannya dan peserta juga diberikan latihan untuk membuat deskripsi produk yang akan dipasarkan secara *online*.

Keempat, *sharing session*. Pada tahap ini baik tim maupun peserta saling berbagi pengalaman dalam memulai dan melaksanakan bisnis, serta berusaha memetakan potensi kemampuan kewirausahaan peserta untuk dapat bermitra/bekerja sama dalam mendirikan usaha baru. Program ini direncanakan dalam bentuk pelatihan berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kemajuan teknologi dan informasi yang begitu cepat memberikan dampak positif bagi perekonomian, yaitu terciptanya banyak peluang bisnis. Di sisi lain kemajuan tersebut justru berdampak negatif, seperti terdisrupsi banyak pekerjaan, di mana tenaga manusia tergantikan dengan tenaga mesin sehingga berdampak pada terciptanya banyak pengangguran (Prasetyo dan Trisyanti, 2018).

Kemajuan teknologi ini harus disikapi dengan arif karena perubahan tersebut merupakan suatu keniscayaan. Untuk itu, memanfaatkan kemajuan teknologi adalah pilihan utama untuk menciptakan kesempatan baru bagi terciptanya lapangan usaha/bisnis. Namun untuk mampu menciptakan lapangan usaha tidak cukup hanya mengandalkan perubahan teknologi saja. Dibutuhkan kemampuan kewirausahaan yang baik untuk mewujudkan peluang bisnis tersebut menjadi bisnis yang nyata. Kemampuan kewirausahaan dapat ditumbuh-kembangkan melalui pendidikan. Hal ini sejalan dengan pendapat Alberti, Sciascia dan Pli (2004:8-10) bahwa tujuan pendidikan kewirausahaan yaitu untuk 1) memperoleh pengetahuan tentang kewirausahaan, 2) Memperoleh keterampilan dalam menggunakan teknik analisis bisnis dan membuat rencana kerja, 3) mengidentifikasi dan merangsang bakat, keterampilan dan dorongan kewirausahaan, 4) menghilangkan risiko yang merugikan, 5) mengembangkan aspek unik kewirausahaan 6) menyikapi perubahan dengan benar, 7) berusaha menciptakan usaha baru atau bentuk kewirausahaan yang lain, 8) menstimulus faktor sosialisasi.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini terlaksana berkat kerja sama IBI Kosgoro 1957 dengan Majelis *Taqorrib Ilallah* yang beralamat di Jl. Walet No. 101 RT. 06 RW. 02 Mekarsari Kec. Tambun Selatan Kab. Bekasi 17510 di *metting room* rumah makan Bebek Tepi Empang yang beralamat di Jl. Mangun Jaya No. 20 RT. 2/Rw. 5, Bekasi, Jawa Barat 17510 pada tanggal 28 Juni 2020 dan 8 Agustus 2020.



Gambar 1. Peserta Pengabdian Masyarakat

Sumber: Dokumentasi tim pelaksana, 2020

MTI adalah organisasi nirlaba yang berbentuk majelis taklim yang bergerak dalam bidang sosial keagamaan. Sebagai organisasi sosial keagamaan, MTI telah merancang program-program yang bertujuan untuk mengajak umat mampu mencapai kebahagiaan

dunia dengan pengetahuan/wawasan agama yang memadai serta akhlak yang baik guna mencapai kebahagiaan akhirat.

Selain kegiatan yang bersifat keagamaan, untuk membantu dan meningkatkan pendapatan rumah tangga, sebagian anggota MTI mendirikan dan menjalankan usaha yang dikelola secara perseorangan maupun kerja sama (*syirkah*). Dalam kondisi terus meningkatnya penularan wabah Covid-19 yang berdampak pada PHK karyawan oleh sebagian perusahaan, secara mandiri anggota MTI berusaha memberdayakan ekonomi anggotanya untuk mengantisipasi PHK dengan mendirikan usaha.

Kegiatan pelatihan ini diikuti oleh 20 orang peserta yang merupakan anggota MTI. Berikut profesi peserta pelatihan:

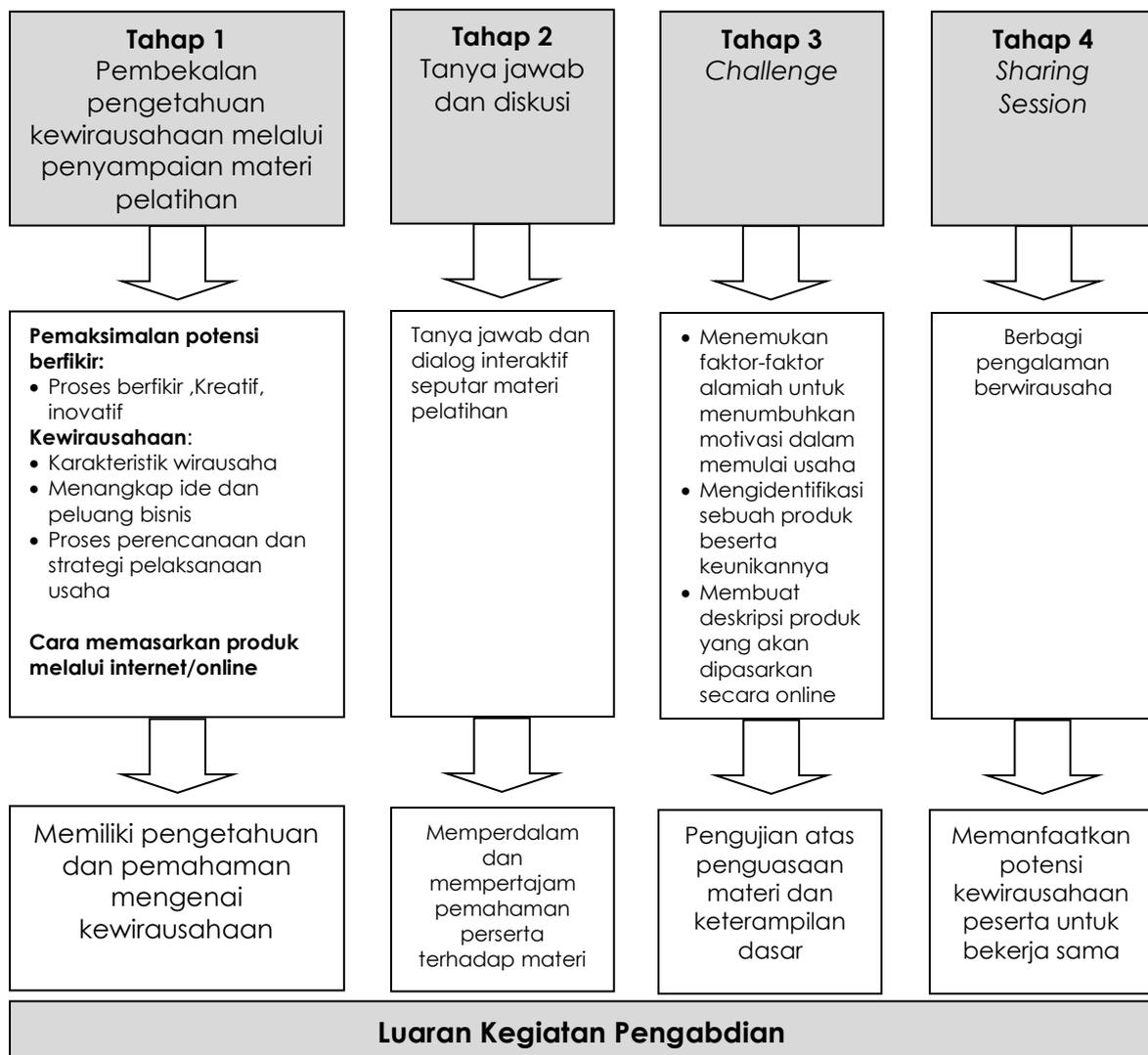
Tabel 1. Daftar Peserta Pelatihan Kewirausahaan

NO	NAMA	JENIS USAHA/PEKERJAAN
1	Dodi	Kuliner
2	Kamsin	Produk Herbal
3	Mumuh Mukhlisin	Pakaian Bayi
4	Rohmadin	Kuliner
5	Samsul	Jual beli motor/mobil
6	Tarya	Karyawan
7	Fonky	Karyawan
8	Misdi	Karyawan
9	M. Mahfud	Tenaga pendidik
10	Indra	Tenaga pendidik
11	Isro'i	Karyawan
12	Karyan	Karyawan
13	Tri	Karyawan
14	Rasimun	Karyawan
15	Parmin	Karyawan
16	Rizky	Karyawan
27	Mustofa	Karyawan
28	Fathurrahman	Karyawan
19	Dhika	Mahasiswa
20	Teguh	Mahasiswa

Sumber: Data primer, 2020

Dari daftar peserta yang hadir dalam pelatihan, 5 orang diantaranya atau sekitar 20 % telah memiliki usaha. 2 orang atau 10 % tenaga pendidik, 12 orang atau 60 % karyawan dan 2 orang atau 10% mahasiswa. Dapat disimpulkan bahwa sebagian besar peserta pelatihan adalah seorang karyawan.

Tahap-tahap pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dapat dilihat pada model berikut:



Gambar 2. Tahapan Kegiatan Pengabdian Masyarakat.

Tahap pertama dibagi menjadi 3 sesi. Pertama, disampaikan oleh Aris Fatoni, S.Sos., MA. Sesi ini berisi pemaparan materi tentang bagaimana memaksimalkan potensi berpikir melalui tahapan-tahapan proses berpikir yang benar, sehingga menghasilkan kemampuan berpikir kreatif dan inovatif. Materi berisi tentang pengetahuan dasar mengenai elemen-elemen yang digunakan manusia untuk berpikir, tahapan-tahapan proses berpikir mulai dari penginderaan yang menghasilkan stimulan, memersepsikan dan menyimpannya dalam sebuah memori di dalam otak dan mengeluarkannya kembali (An-Nabhani, 2018).

Materi ini fokus pada bagaimana mengajak dan melatih peserta untuk berpikir mendasar hingga hasil pemikirannya berasal dari sumber yang benar, yaitu sumber utama atau data primer. Dari proses berpikir yang benar inilah akan muncul kreativitas dan inovasi.

Untuk memperdalam pemahaman peserta pelatihan, pemateri mengajak peserta untuk memikirkan satu benda yaitu laptop. Peserta diminta untuk mengidentifikasi semua hal yang terdapat pada laptop, baik komponen berupa *hardware* maupun *software*, setelah semua komponen diidentifikasi, pemateri meminta peserta menjelaskan mengapa benda tersebut disebut laptop? Dari sinilah peserta terlihat bingung mengapa benda tersebut dinamakan laptop. Ada yang menjelaskan mulai dari bentuk, fungsi, manfaat, dan lain-lain, namun jawaban belum tepat, hingga pemateri menyampaikan; mengapa

benda tersebut disebut laptop? Jawabannya sederhana, karena yang menciptakan memberi nama laptop bukan nama yang lain. Dari sinilah peserta diajak untuk membiasakan diri berpikir dengan menggunakan data primer, sehingga menumbuhkan kreativitas dan inovasi.



Gambar 3. Penyampaian Materi 1, Proses Berfikir

Sumber: Dokumentasi tim pelaksana, 2020

Materi kedua, disampaikan oleh Aris Fatoni, S.Sos., MA. Materi fokus pada memberikan pengetahuan tentang bisnis, ruang lingkup kewirausahaan, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan yang andal dan unggul, kemampuan dasar dan khusus yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan, memberikan pengetahuan tentang bagaimana menciptakan ide dan peluang bisnis, memberikan pengetahuan dasar tentang tahapan dalam melakukan sebuah usaha, mulai dari tahap memulai, melaksanakan, mempertahankan dan mengembangkan usaha (Sanawiri dan Iqbal, 2018). Tujuan dari pemberian materi ini adalah menanamkan *entrepreneurial mindset* sebagai *way of life* anggota MTI, sehingga tumbuh motivasi bagi peserta yang belum berwirausaha untuk mencoba berwirausaha, serta semangat untuk fokus dalam menjalankan usaha bagi anggota yang sudah memulai usaha hingga menularkan kemampuan berwirausahanya kepada anggota yang lain yang belum berkesempatan hadir dalam kegiatan pelatihan.



Gambar 4. Penyampaian Materi 2, Kewirausahaan

Sumber: Dokumentasi tim pelaksana, 2020

Materi ketiga, untuk sesi ini materi fokus pada bagaimana cara memasarkan produk secara online melalui media sosial maupun *market place*. Materi disampaikan oleh Iwan

Setyawan, S.Sos., M.Si. Dimulai dengan menyampaikan tentang jenis-jenis pemasaran, manfaat memasarkan produk secara online, perilaku pembelian online, dasar pembelian online dan strategi pemasaran online (Cor Molenaar, 2013), (Lohse dan Spiller, 1998; Kolesar dan Galbraith. 2000. dalam Park dan Kim, 2003).

Di awal pemaparan materi, pemateri mengajak peserta untuk berpikir mengenai tujuan berbisnis; "Apakah hanya sekedar mengejar keuntungan atau keberkahan?". Pemateri menyampaikan jika tujuan bisnis hanya untuk mendapatkan keuntungan maka belum tentu mendapatkan keberkahan, namun jika tujuannya adalah mendapatkan keberkahan maka keuntungan pasti akan didapatkan. Pemateri juga mengajak peserta untuk bersahabat dengan perubahan, yaitu kemajuan teknologi. Kecepatan perubahan teknologi seharusnya dapat dimanfaatkan untuk hal yang positif guna menunjang perkembangan bisnis, diantaranya memasarkan produk melalui sistem online (Nasir, Basalamah, Kusuma, 2019). Tujuan dari pemaparan materi ini selain memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai cara memasarkan produk secara online, juga mengajak peserta untuk memanfaatkan *platform* sistem pemasaran online/*e-commerce*. Di saat penyebaran Covid-19 terus terjadi dan menghantam berbagai sendi-sendi ekonomi, bisnis online tetap menjanjikan, sehingga pemateri mengajak peserta untuk mulai memasarkan produk melalui media sosial maupun *market place* yang tersedia di Indonesia.



Gambar 5. Penyampaian Materi 3, Kewirausahaan

Sumber: Dokumentasi tim pelaksana, 2020

Tahap kedua, sesi tanya jawab dan dialog interaktif. Pada sesi ini peserta sangat antusias dan terdorong untuk merespons pemaparan materi dengan menyampaikan pertanyaan. Pertanyaan ditujukan kepada kedua Aris Fatoni, S.Sos., MA dan Iwan Setyawan, S.Sos., M.Si. Pertanyaan pertama disampaikan oleh bapak Tri Wiyanto; "Dalam kondisi/keadaan ekonomi mengalami pertumbuhan negatif dan terancam resesi, bagaimana sikap kita sebagai calon wirausahawan untuk memulai usaha?. Pertanyaan kedua "peluang bisnis apa saat ini yang *marketable* sehingga bisnis tersebut berkelanjutan?"



Gambar 6. Bapak Tri Wiyanto Menyampaikan Pertanyaan

Sumber: Dokumentasi tim pelaksana, 2020

Dalam hal ini tim memberikan tips tentang bagaimana memulai usaha dalam kondisi ekonomi terancam resesi: 1), tetap tenang dan teliti memilih peluang bisnis di saat krisis. Di saat kondisi pertumbuhan negatif akibat Covid-19 calon wirausahawan harus mampu melihat peluang bisnis yang produknya banyak dibutuhkan masyarakat dan masih memiliki pertumbuhan pangsa pasar. Diantaranya adalah kebutuhan pokok atau bisnis yang sedang tren saat pandemi. Jawaban ini sekaligus menjawab pertanyaan tentang “peluang bisnis apa saat ini yang *marketable* sehingga bisnis tersebut berkelanjutan? 2) Menjalankan usaha dengan penuh keyakinan sesuai *passion*, 3) Melihat *timing* yang tepat kapan memulai usaha, 4) Memanfaatkan *platform* online dan 5) Bertawakal (pengalaman tim dalam berwirausaha).

Pertanyaan ketiga disampaikan oleh bapak Drs. Mumuh. Beliau adalah seorang guru namun juga berwirausaha menjual berbagai jenis perlengkapan bayi. Beliau bertanya; “Apakah untuk menjadi seorang *entrepreneur* seorang karyawan harus meninggalkan pekerjaannya?”. Pemateri menyarankan, jika seseorang telah yakin akan kemampuan dan pengalamannya untuk menjalankan usaha dengan baik, dan memiliki kemampuan finansial, maka untuk bisa lebih fokus dalam menjalankan bisnis, seorang karyawan tersebut bisa meninggalkan pekerjaannya. Namun jika belum memiliki kemampuan dan pengalaman mengelola usaha serta kemampuan finansial yang memadai, seseorang bisa menjadi seorang karyawan sambil berusaha, hingga ia telah memiliki kemampuan dan pengalaman yang cukup serta finansial yang memadai, serta berbekal keyakinan, baru kemudian fokus menjalankan usaha secara penuh.



Gambar 7. Bapak Drs. Mumuh Mukhlisin, Menyampaikan Pertanyaan

Sumber: Dokumentasi tim pelaksana, 2020

Pertanyaan keempat, "Mengapa dalam memasarkan produk, penjual/seller sering menggunakan harga dengan nominal yang tidak bulat, misal Rp 24.999,-?" Tim menjelaskan, bahwa harga yang ditetapkan secara ganjil atau tidak bulat disebut dengan *psychological pricing*/harga psikologi atau sering disebut juga dengan *odd pricing*. Harga psikologi bertujuan untuk mempengaruhi psikologi konsumen dan menjadi salah satu faktor penentu keputusan seseorang berbelanja, penjelasan ini didasarkan pada pendapat Kotler & Keller, 2012. Namun harga psikologi hanya bisa ditetapkan pada penjualan yang berbasis non tunai. Jika digunakan untuk penjualan tunai, maka penjual akan kesulitan untuk memberikan sisa nominal belanja yang pecahannya tidak terdapat pada uang logam maupun kertas. Hal ini bisa mengakibatkan pengambilan hak orang lain atau bahkan penipuan. Pemateri menganjurkan, tidak menggunakan harga psikologi untuk penjualan tunai.

Kelima, berupa tanggapan oleh salah seorang peserta, yaitu bapak Dodi; beliau menambahkan bahwa dalam memasarkan produk secara online melalui *market place*, seorang *seller* harus cepat merespons pertanyaan dari calon pembeli melalui forum *chat*, jika tidak atau jika terlalu lama merespons pertanyaan maka calon pembeli akan mencari produk pada *seller* lain.



Gambar 8. Tim Memberikan Jawaban Atas Pertanyaan Peserta

Sumber: Dokumentasi tim pelaksana, 2020

Karena keterbatasan waktu, hingga sesi tanya jawab pun berakhir, peserta masih banyak yang ingin bertanya. Dari antusiasme, tanggapan dan pertanyaan-pertanyaan yang muncul dalam sesi tanya jawab dan diskusi, pemateri menilai bahwa apa yang disampaikan oleh pemateri dapat diterima dan dipahami dengan baik. Bahkan pertanyaan-pertanyaan yang muncul pun sangat menarik, mampu mengaitkan antara teori dan praktik dengan fakta-fakta/keadaan/kondisi ekonomi yang terjadi. Hal ini menunjukkan bahwa ketajaman pemahaman peserta dalam menerima materi yang disampaikan sangat baik.

Tahap ketiga, challenge/tantang. Pertama, peserta diminta untuk menjawab pertanyaan; "Menurut anda hambatan apa yang membuat anda sulit untuk memulai usaha?". Dengan pilihan jawaban; 1) Terlambat, 2) Tidak memiliki pengalaman, 3) Tidak berbakat, 4) Tidak memiliki modal. Pertanyaan diberikan kepada peserta yang belum memiliki usaha. Dari pertanyaan inilah diketahui faktor-faktor apa saja yang membuat peserta kesulitan untuk memulai usaha. Berikut daftar jawaban dari seluruh peserta.

Tabel 2. Daftar Jawaban Peserta

NO	NAMA	HAMBATAN MEMULAI USAHA
1	Isro'i	Tidak memiliki modal
2	Karyan	Tidak memiliki pengalaman
3	M. Mahfud	Tidak memiliki modal
4	Tri	Tidak memiliki pengalaman
5	Rasimun	Tidak memiliki pengalaman
6	Tarya	Tidak berbakat
7	Fonkqy	Tidak memiliki modal
8	Misdi	Tidak memiliki pengalaman
9	Indra	Tidak berbakat
10	Parmin	Tidak memiliki modal
11	Rizky	Tidak memiliki pengalaman
12	Mustofa	Tidak memiliki Pengalaman
13	Fathurrahman	Tidak Berbakat
14	Dhika	Tidak memiliki modal
15	Teguh	Tidak memiliki modal

Sumber: Data primer, 2020

Dari jawaban peserta diketahui bahwa hambatan utama peserta untuk memulai usaha adalah tidak memiliki pengalaman dan tidak memiliki modal. Hal ini menjadi perhatian utama bagi tim pelaksana program pengabdian masyarakat. Dari sisi menumbuhkembangkan bakat, secara teoritis para peserta telah dibekali melalui penyuluhan.

**Gambar 9. Jawaban Peserta**

Sumber: Dokumentasi tim pelaksana, 2020

Kedua, peserta diminta untuk menyebutkan, kejadian-kejadian alamiah apa saja yang terjadi pada bayi yang dapat diindra oleh peserta. Tujuannya adalah menguji ketajaman berpikir dalam rangka memaksimalkan potensi berkikirnya serta menumbuhkan motivasi untuk berani mencoba memulai sebuah bisnis. Terdapat beberapa jawaban yang menarik, yaitu 1) Balita berlatih berjalan karena "motivasi kuat" setelah bosan merangkak, 2) Balita berlatih berjalan karena "tidak banyak berpikir risiko", 3) Balita belajar berjalan "tidak butuh modal" tapi kemauan dan keberanian. 4) Balita butuh pijakan untuk dapat berdiri. Dari sinilah pelaksana mengajak peserta untuk berpikir, bahwa untuk memulai usaha, yang pertama kali dibutuhkan adalah niat/kemauan dan keyakinan untuk memulai. Faktor modal adalah faktor yang dapat diusahakan kemudian, bahkan bisa didapat dari pihak lain, sedangkan faktor pengalaman bisa diusahakan dengan bekerja sama dengan orang lain sebagai mitra atau pekerja.

Ketiga, peserta diminta untuk menyebutkan sebuah produk beserta keunikannya, untuk diamati, ditiru dan memberikan nilai tambah kemudian dipasarkan sesuai dengan kemampuan peserta, baik kemampuan konsep, teknik maupun finansial untuk dipasarkan. Salah satu bentuk produk yang diajukan adalah madu kemasan. Konsep ini diajukan oleh bapak Kamsin. Konsepnya berupa madu kemasan asli dan murah. Teknisnya, madu asli dikirim dari Kalimantan atau Riau kemudian dikemas di Bekasi dan diberi merek sendiri, kemudian dipasarkan dengan harga di bawah pasar, namun tidak terkesan murahan atau bahkan palsu. Secara finansial usaha ini mungkin untuk diwujudkan.

Keempat, peserta diminta membuat deskripsi produk yang menarik yang dipilihnya untuk dipasarkan melalui *market place*. Berikut salah satu deskripsi produk yang telah dibuat oleh peserta.

MADU AL-MUTTAQI

Rasulullah bersabda: "*Hendalah kalian menggunakan madu dan Al-quran*"

Madu karet super, madu ternak yang mempunyai aroma dan manis yang khas, dihasilkan dari peternak madu yang ada di Jember Jawa timur dan Subang.

KASIAT MADU KARET SUPER

- Meningkatkan daya tahan tubuh
3 x 3 sendok makan pagi dan malam
- Menyembuhkan keputihan
2 x 3 sendok makan pagi dan sore
- Menghilangkan gatal-gatal
2 x 4 sendok makan dicampur sama air anget pagi dan sore
- Menyembuhkan alergi
3 x 4 sendok makan pagi siang dan malam
- Memperlancar fungsi otak
3 x 3 sendok makan pagi siang dan malam
- Menyembuhkan luka bakar, oleh pada bagian yang luka

Isi bersih 1000g

#madumurni
#maduasli
#maduenak
#madusehat
#madumanis

Gambar 10. Deskripsi Produk Hasil Karya Peserta Pelatihan

Sumber: Dokumen tim pelaksana, 2020

Tahap empat, *sharing session*. Pada tahap ini, seluruh peserta dan tim berdialog dan berbagi pengalaman. Dalam proses dialog muncul pertanyaan mengenai cara mendorong calon konsumen untuk melakukan pembelian produk yang dijual pada *market place*. Tim memberikan saran, selain memberikan informasi yang benar, reputasi penjual baik, citra e-tailer, tampilan yang menarik ((Kwek et al. (2010); Heijden et al. (2003); So, W.C. May, Wong, T.N. Danny, & Domenic Sculli. (2005); Dillon & Reif (2004); Ling, K. C., Chai, L. T., and Piew, T. H., (2010) dalam Yuniarty dan Abbas, 2018) diantara para anggota MTI dapat

saling membantu membeli produk peserta melalui *market place* dan menyampaikan pengalaman belanja yang menarik, yaitu dengan memberikan testimoni sesuai dengan kualitas produk dan layanan penjual serta keadaan produk yang sesungguhnya. Jika kualitas produk dan layanan baik, diikuti dengan testimoni yang baik, maka akan mendorong calon konsumen untuk membeli, namun jangan pernah memberikan testimoni yang tidak sesuai dengan kualitas produk, layanan dan keadaan produk yang sesungguhnya, sebab kepercayaan konsumen akan hilang, penjual dan produknya akan ditinggalkan, serta akan meninggalkan testimoni yang buruk.

Pada tahap ini tim juga menjembatani kendala yang dihadapi peserta dalam memulai bisnis. Peserta yang kesulitan modal saat akan mendirikan usaha dipertemukan dengan peserta yang memiliki modal namun tidak memiliki pengalaman. Tim bertindak sebagai mentor. Diantara peserta yang memiliki modal namun belum punya pengalaman, yaitu bapak Tri Wiyanto dan peserta yang memiliki pengalaman berwirausaha namun kekurangan modal, yaitu bapak Samsul. Namun dengan keterbatasan waktu, proses mentoring kurang maksimal, sehingga membutuhkan cukup waktu untuk sampai pada meyakinkan kedua belah pihak untuk melakukan kerja sama atau bermitra dalam bisnis.



Gambar 11. Sharing Session

Sumber: Dokumentasi tim pelaksana, 2020

KESIMPULAN

Semua tahapan dalam program pengabdian masyarakat berjalan sesuai dengan perencanaan dan berjalan dengan baik. Semangat dan motivasi yang tinggi peserta dalam berwirausaha, kesiapan tim pelaksana, menjadi faktor utama terlaksananya program yang berdampak pada peningkatan pengetahuan, pemahaman dan keterampilan berwirausaha anggota Majelis Taqorrub Ilallah (MTI) Bekasi. Dari hasil evaluasi, tim pelaksana menilai bahwa dibutuhkan waktu yang cukup untuk tahap *sharing session* guna menyatukan potensi-potensi yang ada pada setiap peserta menjadi sumber daya

yang dapat digerakkan untuk menghasilkan usaha/bisnis baru, serta dibutuhkan *business coaching* guna mendorong, mengarahkan dan membimbing agar para peserta dapat mewujudkan usaha barunya. Jika berkesempatan *business coaching* menjadi pertimbangan tim pelaksana untuk mengadakan pengabdian masyarakat lanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Akhirnya kami mengucapkan rasa syukur segala puji ke hadirat Allah SWT atas terlaksananya program pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pimpinan dan anggota Majelis Taqorrub Ilallah (MTI) Bekasi atas kerja sama yang baik, dan kami juga mengucapkan terima kasih kepada Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro 1957 yang telah memberikan pendanaan program pengabdian masyarakat ini, semoga pengabdian masyarakat ini bermanfaat bagi kita semua.

Rasulullah bersabda: "*Barangsiapa yang meringankan kesusahan seorang mukmin di antara kesusahan-kesusahan dunia, niscaya Allah akan meringankan kesusahannya di antara kesusahan-kesusahan hari kiamat. Barangsiapa memudahkan orang yang sedang kesulitan, niscaya Allah akan memberinya kemudahan di dunia dan akhirat. Dan barangsiapa menutupi (aib) seorang muslim, niscaya Allah akan menutupi (aibnya) di dunia dan di akhirat. Allah akan selalu menolong seorang hamba selama ia mau menolong saudaranya.*" (HR. Muslim).

REFERENSI

Buku:

- An-Nabhani. 2018. *Hakekat Berpikir*. Cetakan ke VII. Pustaka Thoriqul Izzah. bogor
- Kotler, Phillip and Keller, Kevin L. 2012. *Marketing Management*. 14th Edition. Pearson. USA
- Molenaar, Cor. 2013. *The End of Shops. Social Buying and the Battle for the Customer*. Gower Publishing Limited. England
- Sanawiri, Brillyanes dan Iqbal, Mohammad. 2018. *Kewirausahaan*. Universitas Brawijaya Press. Malang.
- Widjajanti, Chrismi. 2018. *Membangun Bisnis Di Era Industri 4.0*. Direktorat Pembinaan Sekolah Menengah Kejuruan Direktorat Jenderal Pendidikan Dasar dan Menengah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan

Jurnal:

- Nasir, Munawir, Basalamah, Jafar dan Kusuma, Aditya HP. *Kegiatan E-Marketing sebagai bentuk Kewirausahaan Dini Bagi Pelajar*. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Vol 1, No, 1, April 2019, pp. 01-08
- Park, Chung-Hoon and Kim, Young-Gul. *Identifying key factors affecting consumer purchase behavior in an online shopping context*. International Journal of Retail & Distribution Management Volume 31 . Number 1 . 2003 . pp. 16-29
- Prasetyo, Banu dan Trisyanti, Umi. *Revolusi Industri 4.0 dan Tantangan Perubahan Sosial*. Prosiding SEMATEKSOS 3. 2018. pp. 22-27.
- Saragih, Rintan. *Membangun Usaha Kreatif, Inovatif dan Bermanfaat Melalui Penerapan Kewirausahaan Sosial*. Jurnal Kewirausahaan Vol 3. No. 2. STIE ILMU Medan. Desember 2017. pp. 26-34.

Utami, Setyaningsih Sri. *Pengaruh Teknologi Informasi Dalam Perkembangan Bisnis*. Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi. Volume 8 Nomor 1. Universitas Slamet Riyadi Surakarta. April 2010. pp. 61-67.

Yuniarty, Abbas, Bahtiar S. *Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian Melalui E-Commerce pada PT. GRE*. Jurnal Manajemen Indonesia (Vol. 18(2)). 2018. pp. 144-153

Konferensi:

Alberti F., Sciascia S., and Poli, A. 2004. *Entrepreneurship education: Notes on an ongoing debate*. 14th Annual IntEnt Conference University of Napoli Federico II Italy.

Web:

<http://apji.or.id>. *Survei APJII yang ditunggu-tunggu, Penetrasi Internet Indonesia 2018*. Diunduh tanggal 12 Agustus 2020

<https://www.mediaindonesia.com>. *Pengguna E-Commerce di Tanah Air Akan Capai 168,3 Juta*. Diunduh tanggal 3 Maret 2020

<http://www.dakta.com>. *1,6 Juta Warga Kabupaten Bekasi Usia Produktif Masih Nganggur*. Diunduh tanggal 12 Agustus 2020

www.kominfo.go.id. *3,79 Juta UMKM Sudah Go Online*. Diunduh tanggal 3 Maret 2020

Copyright and License



This article is published under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) License
<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Published by LPPM Institut Bisnis dan Informatika (IBI) Kosgoro 1957, Jakarta