

Analisa Kompetensi Kewirausahaan UMKM: Suatu Telaah Kondisi Pasca-Pandemi

Gallang Perdhana Dalimunthe¹, Ni Putu Nurwita Pratami Wijaya², Annisa Lisdayanti³, Artarina Dewi Asri Samodra⁴, Dinda Kayani Putri Bestari⁵

¹S1 Manajemen, Universitas Widyatama

e-mail: gallang.dalimunthe@widyatama.ac.id

²S1 Manajemen, Universitas Widyatama

e-mail: putu.nurwita@widyatama.ac.id

³S1 Manajemen, Universitas Widyatama

e-mail: annisa.lisdayanti@widyatama.ac.id

⁴D3 Manajemen, Universitas Widyatama

e-mail: artarina.dewi@widyatama.ac.id

⁵S1 Manajemen, Universitas Widyatama

e-mail: dinda.kayani@widyatama.ac.id

Article History:

Received: 3 November 2021

Revised: 15 November 2021

Accepted: 22 November 2021

Keywords: Kompetensi kewirausahaan, wirausaha, UMKM, pasca-pandemi

Abstract: Krisis yang diakibatkan oleh pandemi Covid-19 mempengaruhi UMKM sebagai satu sektor yang penting dalam menjaga keberlangsungan bisnis dalam sebuah negara. Terpengaruhnya pola konsumsi masyarakat terdampak pandemi mengakibatkan pola permintaan yang berevolusi secara drastis. Kesuksesan kewirausahaan ditentukan oleh kompetensi yang dimiliki seorang wirausaha, khususnya di masa pandemi dan pasca-pandemi. Kemampuan penguasaan terhadap teknologi menjadi satu hal yang penting untuk menghadapi gelombang konsumsi yang mengarah ke dunia digital dan aspek ketangguhan diperlukan untuk menghadapi berbagai perubahan kondisi maupun ketidakpastian yang mungkin terjadi di masa yang akan datang.

Correspondence author: Annisa Lisdayanti; annisa.lisdayanti@widyatama.ac.id; Bandung; Indonesia

PENDAHULUAN

Krisis yang diakibatkan oleh pandemi Covid-19 mempengaruhi berbagai macam sektor industri secara global. Pandemi ini menciptakan berbagai perubahan yang sangat dramatis seperti krisis ekonomi dan kesehatan, penutupan-penutupan batas antar negara, kehilangan pekerjaan, dan terganggunya aktivitas pendidikan dalam sebuah negara (Cukier, McCallum, Egbunnonu, & Bates, 2021). Dalam kegiatan ekonomi, sektor yang terdampak tidak terkecuali adalah UMKM. Terpukulnya UMKM sebagai satu sektor yang penting dalam menjaga keberlangsungan bisnis dalam sebuah negara membuat kegiatan ekonomi menjadi terganggu (Kijkasiwat, Wellalage, & Locke, 2021). Konsekuensi atas pandemi ini adalah terhentinya kegiatan perekonomian karena matinya perindustrian, hilangnya lapangan kerja, daya konsumsi yang merosot hingga kemampuan produksi yang tidak dapat dipertahankan (Wahyono, Narmaditya, Wibowo, & Kustiandi, 2021).

Terpengaruhnya pola konsumsi masyarakat terdampak pandemi mengakibatkan pola permintaan yang berevolusi secara drastis. Walaupun sektor ekonomi mengalami gangguan, namun justru kegiatan berbelanja banyak dilakukan oleh masyarakat sepanjang pandemi sebagai *coping mechanism* (Lins, Aquino, Costa, & Koch, 2021). Hasilnya adalah aktivitas konsumen yang meningkat dan beralih kepada pembelian online yang tentunya harus diimbangi dengan pola penawaran yang inovatif juga disesuaikan dengan keadaan yang terjadi saat ini dan akan datang khususnya kondisi pasca-pandemi (Tran, 2021).

Sebagai sektor yang menopang keberlangsungan ekonomi suatu negara sudah seharusnya UMKM dapat menyesuaikan diri dengan kondisi pandemi maupun pasca-pandemi yang akan datang dengan melakukan berbagai macam inovasi. Strategi penawaran terkait perilaku konsumsi masyarakat pasca-pandemi harus dapat dipersiapkan dan dikembangkan dengan baik untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar dan menjaga agar sektor ekonomi tetap bergejolak.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) dilaksanakan secara online dan diikuti oleh para peserta yang terdiri dari UMKM Kota Bandung dan Yogyakarta. Terbagi dalam tiga tahap yaitu: 1. Tahap perencanaan, 2. Tahap pelaksanaan, 3. Tahap evaluasi. Metode pelaksanaan kegiatan ini menggunakan teknik ceramah, demonstrasi, tanya jawab dan evaluasi. Artikel ini merupakan tindak lanjut dari hasil PKM yang terlaksana dengan melihat kondisi industry yang ada saat ini pasca pandemic.

HASIL UMKM

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KemenkopUKM) bulan Maret 2021, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 61,07 persen atau senilai Rp8.573,89 triliun. UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Selain menjadi sumber terciptanya lapangan kerja dengan mengurangi pengangguran, kontribusi UMKM pada bidang usaha di seluruh dunia mencapai 80%, hal ini menunjukkan bahwa UMKM sangat menunjang pertumbuhan ekonomi baik dalam lingkup nasional maupun regional (Lin, 1998). Hal ini membuat UMKM menjadi jaring pengaman sekaligus penggerak perekonomian. Hal ini dikarenakan UMKM memiliki siklus transaksi yang cepat dan produknya pun cenderung berhubungan langsung dengan kebutuhan utama masyarakat. Fenomena ini menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha yang produktif untuk mendukung perekonomian secara makro dan mikro di Indonesia serta memengaruhi sektor-sektor yang lain agar turut berkembang.

Kompetensi Kewirausahaan

UMKM dituntut untuk selalu meningkatkan daya saingnya agar dapat terus berjalan dan berkembang, salah satunya adalah dengan menerapkan Teknologi Informasi dan Komunikasi sebagai penunjang kegiatan usahanya. Suatu peningkatan perekonomian dapat berimbas pada peningkatan pertumbuhan bisnis di Indonesia. Pertumbuhan bisnis diwarnai dengan berbagai macam bisnis lain di segala bidang. Wirausaha yang sukses secara umum dapat didefinisikan sebagai mereka yang memiliki kompetensi dalam bidang ilmu pengetahuan dan kualitas-kualitas individual seperti sikap, motivasi dan perilaku untuk dapat menyelesaikan suatu pekerjaan (Dalimunthe & Faritzal, 2011).

Pengembangan budaya kewirausahaan di dalam masyarakat merupakan sebuah alat dasar untuk membangun ekonomi dan sosial yang dapat meningkatkan daya saing suatu negara (Robles & Zárraga-Rodríguez, 2015). Menumbuhkembangkan budaya kewirausahaan yang sukses menjadi sangat penting dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi. Kesuksesan kewirausahaan ditentukan oleh kompetensi yang dimiliki seorang wirausaha. Kompetensi yang dimiliki oleh wirausaha akan mempengaruhi langsung keberhasilan kinerja usaha (Camuffo, Gerli, & Gubitta, 2012). Wirausaha yang memiliki kemampuan, pengetahuan, kreativitas, imajinasi, dan menangkap mudah sebuah peluang adalah faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan usaha tidak hanya di tahap awal tetapi juga dimasa mendatang yang mana hal tersebut dapat menjadi insentif untuk mendorong menciptakan kekayaan wirausaha (Zahra, Gedajlovic, Neubaum, & Shulman, 2009).

Kemampuan yang dibutuhkan oleh wirausaha mencakup kemampuan manajerial, konseptual, sumber daya manusia, pengambilan keputusan dan manajemen waktu. Sedangkan industri kreatif memiliki beberapa kelompok yang terbagi menjadi berbagai sektor seperti periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, mode, video, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, percetakan, komputer dan *software*, televisi dan radio dan riset dan pengembangan. Berdasarkan riset eksplorasi yang telah dilakukan oleh Robles & Zárraga-Rodríguez (2015), kompetensi yang relevan untuk dimiliki wirausaha adalah asumsi risiko, inisiatif, tanggung jawab, kemampuan menghadapi dinamika, penyelesaian masalah, pencarian dan analisa informasi, orientasi terhadap hasil, manajemen perubahan dan kualitas terhadap pekerjaan. Beberapa kompetensi yang dibutuhkan oleh wirausaha tersebut dapat membantu penyesuaian konsep bisnis para wirausaha khususnya UMKM untuk dapat terus berkembang dalam kondisi pandemi maupun pasca-pandemi. Kemampuan menghadapi dinamika permintaan yang fluktuatif dan berevolusi ke arah digital, penyelesaian masalah terkait pembatasan kegiatan masyarakat, analisa informasi yang didapatkan dari berbagai literatur maupun kebijakan pemerintah serta manajemen perubahan mengenai bentuk bisnis yang terus berevolusi dinilai sebagai kompetensi penting yang sangat dibutuhkan di masa yang akan datang.

PEMBAHASAN

Menurut Cukier, McCallum, Egbunnonu, & Bates (2021) terdapat beberapa strategi bisnis yang dapat dilakukan oleh wirausaha dalam konteks pasca-pandemi.

1. Menciptakan produk dan jasa yang baru.
2. Model dan operasional bisnis yang baru.
3. Proses inovasi.
4. Terus mengembangkan dan mempertahankan produk yang sudah ada di pasar.
5. Pengaturan kerja yang baru.

Hal ini sejalan dengan beberapa mitra yang mengikuti kegiatan PKM ini baik di Yogyakarta atau Bandung, kondisi pandemic membuat mereka selalu berinovasi hal ini semata-mata agak bisnis mereka tetap bisa bertahan di pasar. Dalam kondisi ini juga membuat pelaku usaha tersebut untuk selalu mencari cara baru agar dapat bertahan di pasar, sesuai dengan teori memang hal ini yang diperlukan para pelaku usaha pasca pandemic. Pembaharuan akan membuat penyegaran pasar dan juga dapat kita lihat hal ini dapat menarik pasar lebih besar, hal ini lah yang dibutuhkan para pelaku usaha pasca pandemi.

Modal kerja yang baik serta diversifikasi *supplier* juga merupakan hal yang penting untuk dilakukan oleh wirausaha khususnya UMKM dalam konteks pandemi (Marconatto, Teixeira, Peixoto & Faccin, 2021). Sedangkan terkait kompetensi kewirausahaan yang relevan khususnya untuk pasca-pandemi, Cukier, McCallum, Egbunnonu, & Bates (2021) merekomendasikan penambahan beberapa *skill* baru yang harus dikuasai, antara lain:

1. Penggunaan, pengontrolan, dan pemantauan teknologi.
2. Desain teknologi dan pemrograman.
3. Ketangguhan, toleransi stres, dan fleksibilitas.

Kondisi pandemi kemarin memang membuat pukulan besar bagi seluruh pelaku usaha baik di Indonesia bahkan dunia. Berbagai macam ancaman ini dan kondisi usaha yang terpuruk pada pandemic membuat pelaku usaha yang dapat bertahan hingga saat ini benar-benar bisa mengelola usahanya dengan baik dan bisa dikatakan tangguh. Skill/ Keterampilan ini sesuai dengan teori diatas ternyata sangat diperlukan dalam kondisi pasca pandemi. Disamping itu kondisi pada saat pandemic membuat semua orang menjadi melek terhadap teknologi. Dikarenakan keterbatasan untuk dapat bepergian sehingga semua orang merasa nyaman melakukan pembelian secara online. Hal ini juga yang harus diwaspadai oleh pelaku bisnis untuk tetap mengikuti setiap perkembangan teknologi yang ada dan tentunya yang saat ini menarik para konsumen. Ketika pada saat pandemic hal ini sudah mampu diimplementasikan oleh pelaku usaha, tentunya pada saat pasca pandemi pelaku usaha ini sudah menjadi terbiasa melakukan pemantauan teknologi, melihat semua peluang yang ada di dalamnya. Sehingga teknologi bukan lagi dilihat sebagai ancaman namun sebagai peluang yang harus dicapai.

KESIMPULAN

Terlihat bahwa kemampuan penguasaan terhadap teknologi menjadi satu hal yang penting untuk menghadapi gelombang konsumsi yang mengarah ke dunia digital. Pemanfaatan *fintech* juga menjadi pertimbangan dalam menjalankan bisnis mengingat pola konsumsi dengan *e-commerce* juga membutuhkan dukungan transaksi digital. Aspek ketangguhan diperlukan untuk menghadapi berbagai perubahan kondisi maupun ketidakpastian yang mungkin terjadi di masa yang akan datang. Kemampuan-kemampuan ini melengkapi berbagai aspek kompetensi kewirausahaan yang telah dieksplorasi lebih dulu. Kompetensi kewirausahaan pasca-pandemi ini diharapkan dapat memperkuat para wirausaha dalam menjalankan serta mengembangkan setiap kegiatan bisnisnya.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini. Peneliti mengucapkan terimakasih kepada : Rektor Universitas Widyatama beserta jajarannya; LP2M Universitas Widyatama yang telah berkenan melakukan kerjasama Pendidikan, Penelitian, Pelatihan, Pengembangan Serta Pengabdian Kepada Masyarakat dengan pihak Universitas Widyatama khususnya atas dana Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) tahun pelaksanaan Semester Ganjil 2021/2022 dengan Nomor Kontrak No. 025/SPC2/LP2M-UTAMA/XI/2021 sehingga kegiatan ini dapat terlaksana dan berjalan lancar; Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Widyatama beserta jajarannya; Direktur Sekolah Pascasarjana dan Ketua Program Magister Manajemen. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada kepada pihak Mitra Ibu Giyanti, S.Sn pemilik Sogga Batik yang telah memberikan waktu demi terlaksananya kegiatan pengabdian masyarakat ini, terutama peserta pelatihan yang sangat antusias dalam pelaksanaan webinar pelatihan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Camuffo, A., Gerli, F., & Gubitta, P. (2012). Competencies matter: Modeling effective entrepreneurship in northeast of Italy small firms. *Cross Cultural Management*, 19(1), 48–66. <https://doi.org/10.1108/13527601211195628>
- Cukier, W., McCallum, K. E., Egbunnonu, P., & Bates, K. (2021). The mother of invention: Skills for innovation in the post-pandemic world. *Public Policy Forum*, (June). Retrieved from https://www.ryerson.ca/diversity/reports/MotherOfInvention_EN.pdf
- Dalimunthe, G. P., & Faritzal, A. (2011). Identifying Post-Industrial Creative Entrepreneurship Competencies Bandung, Indonesia. In *Conference Paper of The 3rd Indonesia International conference On Innovation, Entrepreneurship, & Small Business* (pp. 26-28).
- Kijkasiwat, P., Wellalage, N. H., & Locke, S. (2021). The impact of symbiotic relations on the performance of micro, small and medium enterprises in a small-town context: The perspective of risk and return. *Research in International Business and*

- Finance*, 56(January), 101388. <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2021.101388>
- Lins, S., Aquino, S., Costa, A. R., & Koch, R. (2021). From panic to revenge: Compensatory buying behaviors during the pandemic. *International Journal of Social Psychiatry*, 2–3. <https://doi.org/10.1177/00207640211002557>
- Marconatto, D. A. B., Teixeira, E. G., Peixoto, G. A., & Faccin, K. (2021). Weathering the storm: what successful SMEs are doing to beat the pandemic. *Management Decision*.
- Robles, L., & Zárraga-Rodríguez, M. (2015). Key Competencies for Entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 23(October 2014), 828–832. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(15\)00389-5](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(15)00389-5)
- Tran, L. T. T. (2021). Managing the effectiveness of e-commerce platforms in a pandemic. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58(August 2020), 102287. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102287>
- Wahyono, H., Narmaditya, B. S., Wibowo, A., & Kustiandi, J. (2021). Irrationality and economic morality of SMEs' behavior during the Covid-19 pandemic: lesson from Indonesia. *Heliyon*, 7(7), e07400. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07400>
- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>.