

MENUMBUHKAN MINAT BERWIRAUSAHA PADA KAUM MILLENNIAL DENGAN MENGENALKAN UKM, BIMBINGAN MEMULAI USAHA DAN MENJALAKANNYA, SERTA MENGANALISA PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN UNTUK MENJAGA EKSISTENSI USAHA AGAR BERTAHAN LAMA

Dewi Martha

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahaputra Riau

Email : dewi.martha1403@gmail.com

ABSTRAK

Dalam kegiatan PKM ini, yang menjadi mitra atau *audience* dan perwakilan para kaum milenial yang memiliki semangat yang tinggi. Pada awal kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini beberapa dari mahasiswa diajak untuk survei ke sebagian kecil UMKM yang berada di Pekanbaru untuk memperlihatkan bagaimana praktek kewirusahaan dalam arti sebenarnya dan sekaligus melihat bagaimana peluang membuka usaha di Pekanbaru pada umumnya khususnya di Kecamatan Tampan yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di Kota Pekanbaru dan sebagian besar wilayahnya digunakan untuk perumahan penduduk sehingga menjadikan kecamatan Tampan sebagai salah satu lokasi yang tepat dan startegis bagi para pelaku UMKM untuk membangun usaha dan mengembangkan usahanya dikarenakan lokasi ini merupakan padat oleh penduduk yang menjadi nilai lebih bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya ditambah lagi potensi usaha untuk berkembang cukup tinggi dilihat dari keadaan lingkungannya. Maka dari itu, untuk selanjutnya mengetahui apakah usaha yang sedang atau yang akan dijalankan merupakan usaha yang sukses atau tidak tergantung bagaimana memaksimalkan potensi Sumber daya Alam dan Sumber Daya Manusia dari UMKM tersebut untuk mengoperasikan usahanya dengan baik agar dapat bertahan dan bersaing terhadap masing-masing kompetitornya. Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini bahwa dalam kondisi pandemi skarang ini banyak kesulitan yang dihadapi oleh pelaku usaha sehingga menyebabkan omset usaha mengalami penurunan.

Kata Kunci : *Minat Berwirausaha*

ABSTRACT

In this PKM activity, those who become partners or audiences and representatives of millennials who have high enthusiasm. At the beginning of this Community Service activity some of the students were invited to survey a small number of MSMEs in Pekanbaru to show how entrepreneurship practices in the true sense and at the same time see how the opportunities to open a business in Pekanbaru in general, especially in the Tampan District which has the largest population in Pekanbaru The city of Pekanbaru and most of its territory is used for residential housing, making the Tampan sub-district one of the right and strategic locations for MSME actors to build businesses and develop their businesses because this location is densely populated by residents which is an added value for MSME actors to develop their business. plus the potential for business to develop is quite high judging from the state of the environment. Therefore, to further determine whether the current or future business is a successful business or not, it depends on how to maximize the potential of the Natural Resources and Human Resources of the UMKM to operate its business properly in order to survive and compete against each of its competitors. . The result of this community service activity is that in the current pandemic conditions, business actors face many difficulties, causing business turnover to decrease.

Keywords: *Entrepreneurial Interest*

1. PENDAHULUAN

Kecamatan Tampan merupakan kecamatan yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di Kota Pekanbaru. Jumlah penduduk yang tinggi terjadi karena Kecamatan Tampan mempunyai wilayah yang luas dibanding dengan kecamatan lainnya. Adapun jumlah penduduk sesuai dengan data yang diperoleh penduduknya berjumlah 175.634 jiwa dengan 42.221 KK.

Dalam kegiatan PKM ini, yang menjadi mitra atau *audience* dan perwakilan para kaum milenial yang memiliki semangat yang tinggi. Pada awal kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini beberapa dari mahasiswa diajak untuk survei ke sebagian kecil UMKM yang berada di Pekanbaru untuk memperlihatkan bagaimana praktek kewirusahaan dalam arti sebenarnya dan sekaligus melihat bagaimana peluang membuka usaha di Pekanbaru pada umumnya khususnya di Kecamatan Tampan yang memiliki jumlah penduduk terbanyak di Kota Pekanbaru dan sebagian besar wilayahnya digunakan untuk perumahan penduduk sehingga menjadikan kecamatan Tampan sebagai salah satu lokasi yang tepat dan startegis bagi para pelaku UMKM untuk membangun usaha dan mengembangkan usahanya dikarenakan lokasi ini merupakan padat oleh penduduk yang menjadi nilai lebih bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya ditambah lagi potensi usaha untuk berkembang cukup tinggi dilihat dari keadaan lingkungannya.

Maka dari itu, untuk selanjutnya mengetahui apakah usaha yang sedang atau yang akan dijalankan merupakan usaha yang sukses atau tidak tergantung bagaimana memaksimalkan potensi Sumber daya Alam dan Sumber Daya Manusia dari UMKM tersebut untuk mengoperasikan usahanya dengan baik agar dapat bertahan dan bersaing terhadap masing-masing kompetitornya.

2. PERMASALAHAN MITRA

Berdasarkan analisis situasi yang telah diuraikan diatas, maka dapat dikemukakan beberapa perumusan masalah yang berkaitan dengan judul kegiatan PKM ini yaitu

1. Apa saja usaha yang memiliki prospek yang bagus untuk masa depan?
2. Bagaimana memulai sebuah usaha?
3. Bagaimana menjalankan usaha yang telah dimulai?
4. Bagaimana mempertahankan usaha yang telah dijalankan dengan menggunakan analisa pengaruh bauran pemasaran terhadap penjualan?

3. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan yaitu observasi dan wawancara secara langsung kepada pelaku UKM telah ditentukan untuk diwawancarai agar dapat memperoleh gambaran mengenai dunia usaha secara riil.

Adapun metode pelaksanaan kebgaiatan PKM yang telah dilaksanakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi prospek usaha yang bagus untuk masa depan dengan cara:
 - a. Mengunjungi UKM atau observasi UKM
 - b. Menyiapkan kuisisioner
 - c. Membuat daftar pertanyaan yang berkaitan dengan ukm tersebut
 - d. Memutuskan jenis UKM yang akan diaplikasikan pada simulasi menjalankan usaha dalam kegiatan PKM
2. Bimbingan memulai sebuah UKM dengan cara:
 - a. Dosen memberikan penyuluhan bagaimana memulai usaha
 - b. Dosen memberikan penjelasan dan pengarahan bagaimana membuat *business plan* dan laporan keuangan yang baik
 - c. Masing - masing kelompok usaha yang sudah dibentuk diberikan motivasi agar berlomba memberikan *performance* yang baik
3. Bimbingan menjalankan UKM dengan cara:

- a. Memberikan penyuluhan mengenai bagaimana menjalankan promosi penjualan dengan menerapkan teori pemasaran "*marketing mix*" atau bauran pemasaran
 - b. Melaksanakan simulasi praktek menjalankan usaha masing - masing kelompok dan menjalankannya berdasarkan *business plan*
 - c. Pertimbangan pemasaran produk secara *online* melalui sosial media
2. Analisa pengaruh bauran pemasaran terhadap penjualan untuk menjaga eksistensi usaha agar bertahan lama dengan cara:
- a. Mengolah data yang diperoleh dari penyebaran kuisioner kepada pelaku UKM yang telah dilakukan sebelumnya sehingga diperoleh gambaran bagaimana menjaga kelangsungan usaha agar bertahan lama secara riil dari nasumber yang terkait
 - b. Menganalisa pengaruh bauran pemasaran terhadap penjualan berdasarkan hasil observasi ke UKM dan kegiatan usaha (jual beli) yang telah dipraktekkan
 - c. Hasil analisa diharapkan dapat memperoleh kesimpulan berupa strategi untuk mempertahankan usaha agar berlangsung lama (*long lasting*)

Tahap Pelaksanaan Pengabdian

Tahap Persiapan

Tahap persiapan yang dilakukan meliputi:

- 1) Survei lokasi
- 2) Pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran
- 3) Penyusunan bahan / materi pengabdian, termasuk anggaran yang dibutuhkan untuk melaksanakan kegiatan.
- 4) Penjelasan singkat tentang pelaksanaan kegiatan PKM oleh dosen yang terlibat kepada para mahasiswa yang diundang sebagai *audience*.
- 5) Melaksanakan penyuluhan, diskusi, tanya jawab, serta motivasi sesuai dengan tema dari kegiatan PKM dosen STIE Mahaputra Riau.
- 6) Melakukan analisa biaya terhadap seluruh kegiatan yang berlangsung.

Desain Pelaksanaan Kegiatan

Realisasi kegiatan pengabdian pada masyarakat melalui beberapa tahap mulai dari persiapan sampai kepada eksekusi dilapangan dengan uraian sebagai berikut:

- a. Menghubungi para pihak terkait yaitu pelaku UKM yang akan dikunjungi secara langsung yang terlibat dalam kegiatan PKM ini, menjelaskan dan memberikan pengarahan tentang bagaimana rencana pengabdian ini akan dijalankan, menginformasikan kemungkinan hal - hal yang akan menjadi kendala dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini nantinya beserta solusinya, serta meminta masukan yang diperlukan dalam kegiatan pengabdian ini, sekaligus rencana pelaksanaan kegiatan.
- b. Mengadakan observasi dan tanya jawab langsung dengan tujuan mencari informasi tentang minat dan keinginan untuk berwirausaha, yang nantinya mereka akan ikut serta dalam kegiatan PKM.
- c. Dosen yang melaksanakan kegiatan PKM menyiapkan bahan-bahan yang diberikan saat PKM dilaksanakan.
- d. Melaksanakan kegiatan sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan dan tim PKM / dosen yang ditugaskan diharapkan mampu untuk menjalankannya, sesuai program yang telah disusun dengan skedul sebagai berikut

Tabel 1

Jadwal Kegiatan PKM

No.	Waktu Pelaksanaan	Kegiatan
1	28 Nov 2020	TECHNICAL MEETING : Persiapan Kunjungan ke UKM
2	5 Des 2020	COLLECT KUISIONER AND VISIT UKM : Diskusi tanya jawab
3	12 Des 2020	PRESENTATION VISIT RESULT TO UKM
4	17,18,19 Des 2020	MOTIVATION AND DISCUSS: Bimbingan Bagaimana Memulai Usaha, Membuat <i>Business Plan</i> , dll
5	24,25,26 Des 20	MOTIVATION AND DISCUSS: BIMBINGAN BAGAIMANA MEMPERTAHANKAN USAHA AGAR BERLANGSUNG LAMA
5	2 Jan 21	LAST PRESENTATION WITH AUDIENCE (FEEDBACK PKM PROGRAM)
7	9 Jan 21	REVIEW AND FINISH REPORT PKM

Tahap Pelaksanaan Kegiatan:

1. Observasi Prospek Usaha Yang Bagus Untuk Masa Depan

Pada kegiatan ini mahasiswa melakukan wawancara langsung dengan memberikan daftar pertanyaan yang berkaitan dengan usaha yang mereka jalankan dan kuisisioner ke beberapa pelaku UKM yang sudah ditentukan.

Setelah melakukan wawancara langsung dengan pelaku UKM, maka yang mengikuti kegiatan PKM ini menyimpulkan bahwa menurut mereka usaha yang memiliki prospek besar untuk dijalankan di masa depan adalah usaha di bidang jasa seperti usaha *laundry*, hal ini dikarenakan dengan semakin berkembangnya jaman usaha jasa ini banyak diminati oleh kalangan ibu rumah tangga yang lebih memilih memilih hidup yang praktis dengan menyerahkan urusan cuci dan gosok baju kepada *laundry* pakaian dimana dirasa lebih praktis dan ekonomis sekaligus membantu mereka.

2. Bimbingan Memulai Sebuah UKM

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, tim dosen memberikan penyuluhan, diskusi, dan tanya jawab dengan *audience* serta memotivasi mereka bahwa berwirausaha jika dijalankan dengan baik dapat memberikan manfaat tidak hanya untuk diri sendiri tetapi juga bagi lingkungan sekitar salah satunya dengan membuka lapangan pekerjaan. Pada kegiatan ini, mahasiswa diberikan bimbingan bagaimana memulai sebuah usaha kepada *audience* dengan turun langsung ke lapangan mempraktekkan proses jual beli secara sederhana.

Selain itu, mahasiswa juga diberikan bimbingan bagaimana cara membuat sebuah *business plan* yang baik dan benar, karena dengan membuat sebuah *business plan* tersebut dapat membantu dan mempermudah dalam menjalankan usaha nantinya.

3. Bimbingan Menjalankan UKM

Pada kegiatan ini, yang menjadi *audience* mensimulasikan praktek menjalankan sebuah usaha berdasarkan *business plan* yang sudah dibuat sebelumnya dengan cara turun ke lapangan untuk mempraktekkan bagaimana cara memasarkan produk secara langsung dan secara *online*.

4. Analisa Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Penjualan Untuk Menjaga Eksistensi Usaha Agar Bertahan Lama.

Pada kegiatan ini masing – masing mahasiswa telah mempersiapkan kuisisioner yang mana kuisisioner tersebut akan diajukan kepada beberapa pelaku UKM yang sudah ditentukan guna untuk mengetahui apa saja yang perlu dipertimbangkan dalam menjalankan suatu usaha untuk di masa yang akan datang. Berikut ini contoh format kuisisioner yang disebarkan kepada para pelaku UKM :

I. Kuisisioner Harga

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
-----	------------	----	---	---	----	-----

Harga					
1	Harga produk sesuai dengan kualitas yang ada				
2	Harga produk dapat dijangkau oleh semua konsumen				
3	Harga produk yang ditawarkan bervariasi				
4	Harga produk dapat bersaing dengan produk lain				
5	Harga produk yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen				
Diskon					
1	Adanya diskon yang ditawarkan guna untuk menarik minat konsumen				
2	Memberikan diskon pada waktu tertentu				

II. Kuesioner Untuk Promosi

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Promosi						
Promosi penjualan						
1	Promosi penjualan dilakukan melalui media social Instagram dan lain lain					
2	Seringnya promosi produk untuk menarik minat konsumen					
3	Pelayanan yang diberikan kepada konsumen sangat baik					
4	Karyawan baik, sopan dan ramah					
5	Tampilan iklan di media sosial menarik					
6	Informasi yang diberikan sangat menarik dan jelas					
7	Banyak nya produk yang ditawarkan membuat konsumen tertarik untuk membeli					

III Kuesioner Untuk Tempat

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Tempat						
Lokasi						
1	Lokasi yang dipilih sangat mudah dicari					
2	Memberikan suasana yang nyaman kepada konsumen					
3	Lokasi usaha yang dipilih sangat strategis					
4	Memiliki tempat parkir yang luas					

IV. Kuesioner Untuk Produk

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Produk						
1	Kualitas produk sangat baik					

2	Variasi produk yang ditawarkan sangat beragam					
3	Produk yang disajikan memiliki bentuk yang unik					
4	Produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen					
5	Produk yang disajikan menggunakan bahan yang berkualitas					

V.

6	Produk yang ditawarkan banyak diminati konsumen					
---	---	--	--	--	--	--

Kuesioner Untuk Penjualan

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Penjualan						
1	Dengan adanya promosi penjualan sehingga dapat menarik perhatian konsumen					
2	Kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan penjualan					
3	Produk yang ditawarkan cukup bersaing dengan produk lainnya					

Selain kuesioner, para pelaku UKM juga diberikan daftar pertanyaan, berikut daftar pertanyaan yang diberikan kepada pelaku UKM:

1. Bagaimana cara yang Bapak/Ibu untuk menarik perhatian konsumen?
2. Bagaimana langkah yang Bapak/Ibu ambil dalam mempertahankan usaha tersebut dengan kondisi pandemi seperti saat ini?
3. Apa yang Bapak/Ibu terapkan agar konsumen atau pelanggan selalu merasa puas?

Berdasarkan hasil dari kuesioner dan pertanyaan tersebut diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Faktor harga sangat mempengaruhi saat menjalankan sebuah usaha, selain itu diskon juga dapat mempengaruhi minat konsumen .
- b. Promosi juga merupakan faktor yang sangat penting, dengan melakukan promosi secara terus menerus dapat menarik minat konsumen serta mampu mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang akan dijual. Selain itu, memberikan pelayanan yang baik juga mampu membuat konsumen merasa nyaman.
- c. Tempat juga merupakan faktor yang sangat penting, dengan pemilihan tempat yang sesuai dan strategis dapat membantu konsumen serta mampu memberikan rasa yang nyaman terhadap konsumen
- d. Produk juga merupakan faktor yang sangat penting, dengan produk yang berkualitas dan kemasan yang menarik dapat menarik minat konsumen serta mampu bersaing dengan produk lainnya.
- e. Dari hasil kuisisioner, maka disimpulkan bahwa faktor harga, promosi, tempat dan produk yang berkualitas berpengaruh dan mampu meningkatkan penjualan.

4. HASIL KEGIATAN

a. Kehadiran dan Sikap Peserta

Dosen mengadakan survei dan observasi kepada beberapa pelaku UKM sebelum dilakukan kegiatan utama dan meminta kesediaan pelaku UKM agar memberikan waktu dan tempat untuk diwawancarai. Tim dosen PKM STIE Mahaputra Riau mengharapkan banyak peserta yang hadir.

Dari hasil pelaksanaan, tim PKM menilai kegiatan yang dilakukan dapat diterima dengan baik tanpa ada penolakan oleh pelaku UKM sebagai narasumber dan para mahasiswa sebagai *audience*, sebaliknya pelaku UKM dan *audience* dalam hal ini para mahasiswa menyatakan rasa terima kasih kepada tim dosen PKM dengan adanya kegiatan ini sehingga wawasan mereka pun bertambah.

Hal ini menandakan penerimaan yang baik terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan serta sebagai wujud kepedulian tim dosen PKM STIE Mahaputra Riau terhadap lingkungan. Pemahaman peserta yang hadir didapatkan gambarannya dari sikap mereka, animo, dan keinginan yang cukup tinggi untuk dapat berwirausaha nantinya setelah selesai menyelesaikan pendidikan.

b. Kondisi Riil Pelaku UKM yang Diobservasi dan Para *Audience*

Berdasarkan hasil wawancara dan kuisioner, kondisi riil UKM saat pandemi ini cukup berat karena sempat mengalami penurunan omset penjualan sementara mereka belum bisa memanfaatkan peran media sosial sebagai media promosi *online* dengan maksimal, sehingga mereka memerlukan metode dan strategi tertentu untuk dapat meningkatkan penjualannya yang sudah mengalami kemunduran sejak masa pandemi berlangsung. Maka, untuk mengatasi kondisi tersebut, tim yang terlibat dalam kegiatan PKM ini memberikan saran yang diharapkan dapat menjadi solusi bagi mereka untuk melakukan upaya - upaya yang inovatif dengan mencoba tren pemasaran *online* yang ada dan lazim digunakan saat ini seperti: Facebook :*Market Place*, Instagram dan WhatsApp.

Berikut ini gambar dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat adalah:



5. KESIMPULAN

Maka berdasarkan pada kegiatan pengabdian yaitu bahwa dalam kondisi pandemi skarang ini banyak kesulitan yang dihadapi oleh pelaku usaha sehingga menyebabkan omset usaha mengalami penurunan.

Pengakuan

Dalam hal pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini terlaksana atas dukungan para civitas akademika dari Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahaputra Riau dan Para Mitra Usaha maka untuk itu kami mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya.

DAFTAR PUSTAKA

- Dalf, Richard., Marcic, Dorothy 2007, Understanding Management , 12 Edition, New York,NY : McGraw-Hill Education.
- Hisrich and Peters (1995:113) Pengertian Rencana Bisnis (Business Plan), BAB II KERANGKA TEORI. Rencana usaha menurut Hisrich and peters adalah dokumen tertulis yang”
<https://docplayer.info/33861774-Bab-ii-kerangka-teori-rencana-usaha-menurut-hisrich-and-peter-adalah-dokumen-tertulis-yang.html>
- Suryana (2006), Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses, Edisi Ketiga, Penerbit Salemba, Jakarta.
- Wijoyo, H. (2020). Socialization Of The Accreditation Aessment System (SISPENA) Of The National Accreditation Board For Early Childhood Education (PAUD) And Non Formal Education (PNF) In Bengkalis, Riau Province. Jurnal Humanities Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(1), 103-111.
- Wijoyo, H. (2021). Persepsi Mahasiswa Tentang Aplikasi Chatting Signal. Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis, 3(1), 153-156.
- Wijoyo, H. (2021). Strategi Pemasaran UMKM di masa pandemi. Insan Cendekia Mandiri.
- Wijoyo, H., & Akbar, I. R. (2021). Strategi Usaha Menengah Kecil Dan Mikro Bertahan Di Era Pandemi-19. Economics, Business and Management Science Journal, 1(1), 40-46.
- Wijoyo, H., & Haudi, H. (2021, January). PENYULUHAN TEKNIK PEMASARAN KERUPUK RASA JENGKOL “DONG DONG SNACK” PEKANBARU. In PROSIDING SENANTIAS: Seminar Nasional Hasil Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (Vol. 1, No. 1, pp. 643-650).
- Wijoyo, H., Cahyono, Y., Ariyanto, A., & Wongso, F. (2020). Digital economy dan pemasaran era new normal. Insan Cendekia Mandiri.
- Wijoyo, H., Limakrisna, N., & Suryanti, S. (2021). The effect of renewal privacy policy whatsapp to customer behavior. Insight Management Journal, 1(2), 26-31.
- Wijoyo, Hadion and Akbar, Mada Faisal and Safii, Abdul Rahman and Prasada, Dodi and Yusuf, Ade and Sudarsono, Agus and Widiyant, W., The Effect of Tax Stimulus during the COVID-19 Pandemic in Improving the Performance of Taxpayers (May 27, 2021).