



Strategi Pengembangan Model Bisnis bagi Anggota Madrasah Bisnis Muhamadiyah Abdurahman Bin Auf

Encep Saepudin, Safitri Mukarromah²

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Purwokerto, Email : encep1972@gmail.com¹, safitrimukarromah9@gmail.com²

Abstrak

Berdasarkan pemberdayaan ekonomi anggota Pimpinan Cabang Pemuda Muhammadiyah (PC PM) Ajibarang, yang kini sudah bergabung dalam Madrasah Bisnis Abdurahman bin Auf (MBAA) diketahui bahwa mitra masih belum memiliki model bisnis yang akan dikembangkan pada masa depan. Pengembangan model bisnis harus berdasarkan konsep manajemen modern. Karena itu, dibutuhkan suatu pemberdayaan berkelanjutan dalam bentuk pelatihan teori dan praktek pada mitra sehingga bisnis dikelola tidak secara otodidak, melainkan berdasarkan prinsip manajemen modern. Peserta diajak mencatat profil bisnisnya dan target yang diinginkan dalam satu, dua, hingga lima tahun ke depan. Kemudian, menginventarisasi produknya dalam hal inovasi, sumber bahan baku, mesin/alat bantu kerja. Peserta juga harus mencatat *positioning*, *targeting*, dan *segmenting* pasarnya sehingga fokus pada target yang ingin dicapai. Dilanjutkan dengan menyusun kemampuan modal yang tersedia dengan mengetahui modal yang dibutuhkan dan mencatat sumber modal sendiri dan modal yang harus pinjam, serta kemampuan dalam pengembalian.

Kata-kata kunci : Madrasah Bisnis; Visi; Misi; Manajemen; Produksi

Abstract

Based on the economic empowerment of Pimpinan Cabang Pemuda Muhammadiyah (PC PM) Ajibarang, who has now joined the Business School of Abdurahman bin Auf (MBAA) it is known that partners still do not have a business model to be developed in the future. The development of a business model should be based on modern management concepts. Therefore, it takes continuous empowerment in the form of theoretical training and practice on partners so that business is managed not self-taught but based on the principle of modern management. Participants are invited to record their business profile and desired target within one, two, to five years. Then, inventory the product in terms of innovation, source of raw materials, and machine/work tools. Participants must also record their positioning, targeting, and market segmenting so that they focus on the target they want to achieve. Followed by arranging available capital capabilities by knowing the required capital and recording the source of own capital and capital to borrow, as well as the ability to return.

Keywords: Business School; Vision; Mission; Management; Production

Pendahuluan

Ajibarang merupakan kecamatan di Kabupaten Banyumas. Kecamatan ini telah mengalami perkembangan pembangunan yang pesat dalam beberapa tahun

terakhir, yang ditandai dengan kehadiran wahana wisata air *Dreamland Water Park* Ajibarang, *Green Mulia Hotel & Resort* Ajibarang, serta pabrik semen Bima (Encep, 2017). Kehadiran taman rekreasi dan pabrik semen berdampak bagi perekonomian masyarakat sekitar karena membuka lapangan kerja dan peluang usaha baru. Pembukaan lapangan kerja menyerap angkatan kerja sehingga membuat peningkatan daya beli masyarakat. Peningkatan menyebabkan masyarakat yang bekerja mampu memenuhi kebutuhan standar hidupnya. Ketika terjadi peningkatan daya beli ini membuat sebagian masyarakat lain menangkapnya sebagai peluang usaha. Ada dua kemungkinan yang mungkin terjadi, yaitu terciptanya usaha baru yang memang sebelumnya belum ada dan pengembangan usaha yang sudah ada. Karena itu, pelaku usaha mikro dan kecil bermunculan dengan menawarkan produk barang (*goods*) dan jasa (*services*) yang sesuai dengan kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*) masyarakat (Encep, 2017).

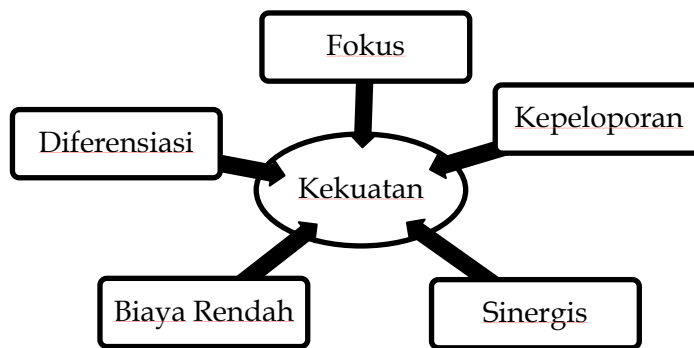
Pimpinan Cabang Pemuda Muhammadiyah (PC PM) Ajibarang merupakan salah satu organisasi massa kepemudaan yang berada di lingkungan Kecamatan Ajibarang. Anggotanya yang tergabung dalam *whatsapp* (WA) grup sebanyak 62 orang. Sebagian anggota masih merancang usaha. Mereka masih bingung mau menggeluti bidang usaha yang mana karena banyak ide dan tawaran yang mendatanginya. Sebagian lagi dari mereka sudah membuka usaha, seperti toko kelontong, agen beras, bengkel motor, bengkel sepeda, jasa las listrik dan karbit, agen genteng, toko furniture, dan masih banyak lagi usaha lainnya. Skala usahanya masih kelompok mikro dan kecil.

Kehadiran beberapa industri berdampak pada perubahan sosial dan ekonomi di Kecamatan Ajibarang, yang merupakan salah satu kecamatan dengan akselerasi perekonomian yang tinggi. Namun demikian kehadiran industri tersebut belum berdampak secara langsung pada kegiatan usaha mereka dikarenakan banyak sebab. Beberapa sebab mereka belum merasakan dampak langsung kehadiran industri semen dan wisata karena belum memiliki visi dan misi usaha, serta belum menerapkan manajemen dalam pengelolaan usaha. Fungsi manajemen adalah perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pengarahan (*directing*), dan pengendalian (*controlling*).

Dalam berusaha belum dimulai dari suatu perencanaan yang matang. Bahkan ada diantaranya menganggap tidak atau belum penting sebuah perencanaan sehingga usaha yang ditekuninya tidak atau belum memiliki program jangka panjang, menengah, dan pendek. Usaha mengalir tanpa perencanaan. Dalam upaya memenangkan persaingan usaha yang semakin ketat dibutuhkan suatu perencanaan strategis. Perencanaan ini merupakan bagian dari manajemen profesional dari sebuah usaha (Mochamad AF, 2014 : 175). Dalam menggali permasalahan mitra sudah diupayakan sebelum program Ipteks bagi Masyarakat (IbM) sebelumnya yang digelar pada Maret 2017. Permasalahan utama yang ditemukan adalah belum menerapkan manajemen modern, belum memiliki perencanaan usaha, belum memiliki target. Dari permasalahan ini ditindaklanjuti dengan pelatihan pada upaya memberikan motivasi dan perubahan pola pikir (*mindset*) pengusaha yang berwawasan dan berperilaku Islami.

Pelatihan tersebut hanya sebagai pembuka wawasan saja belum mengarahkan pengusaha menjadi seorang yang profesional sesuai dengan bidang usahanya masing-masing. Dibutuhkan suatu pelatihan yang makin mengasah keterampilan (*skill*) berwirausaha karena hal ini mampu menekan kegagalan usaha. Kementerian Pendidikan Nasional (2010) menerangkan bahwa kemampuan sumberdaya sangat penting dalam menekan kegagalan usaha karena pendirian usaha sudah berdasarkan pertimbangan usaha terhadap kualitas produk barang dan jasa dan pencapaian omset penjualan. Wibowo K dan Nurul S (2009) mengutip Aaker (1998) menerangkan empat faktor utama dalam persaingan, yaitu : basis persaingan (*basic of competition*), arena bersaing (*where you compete*), pesaing (*whom you compete against*), dan cara bersaing (*how to complete*). Sedangkan kekuatannya strategis bertumpu pada lima hal, yaitu : diferensiasi (*differentiation*), biaya-rendah (*low-cost*), fokus, kepeloporan (*preemption*), dan sinergi (*synergi*).

(Sustainable Competitive Advantage/SCA)



Gambar 1 : Keunggulan Bersaing Berkelanjutan

Lima keunggulan usaha ini akan menjadi penentu keberhasilan usaha dalam sebuah kompetisi yang makin ketat dan bergerak cepat. Mengabaikannya berarti membuat usaha yang dibangun sulit untuk dikembangkan di masa depan, dan terbuka kemungkinan tersingkirkan dalam persaingan. Kehadiran industri pariwisata dan semen di Kecamatan Banyumas telah membuka lapangan kerja bagi banyak angkatan kerja. Penyerapan kerja berdampak pada peningkatan daya beli masyarakat karena mereka menerima pendapatan untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Selain itu, wahana wisata dan pabrik semen tersebut memerlukan sejumlah hal yang bisa dipenuhi industri mikro dan kecil yang berada dekat dengan kawasan industri tersebut. Akan tetapi berdasarkan pemantauan sekilas dari PC PM Ajibarang, belum banyak anggota yang menggeluti usaha dapat memetik dari kehadiran industri-industri tersebut.

Di antara usaha mereka masih dalam skala industri mikro dan kecil, dan belum ada yang naik menjadi skala menengah hingga atas. Bahkan diantara mereka mengakui usahanya masih belum beranjak besar meski sudah berupaya mengubah paradigma berwirausaha. Namun diakui mereka bahwa belum banyak inovasi produk yang ditawarkannya karena kreativitas masih minim akibat keterbatasan

wawasan pengetahuannya. Dalam layanan purna jual pun belum memiliki standarisasi yang baku untuk mengukur kepuasan konsumen sebagai pelanggan. Pelayanan yang diberikan pada konsumen masih bersandarkan pada situasi emosional sehingga suatu saat bisa saja layanannya berpotensi mengecewakan pelanggan. Encep (2017) menginventarisasi situasi dan kondisi mitra berdasarkan hasil pengabdian sebelumnya adalah permasalahan yang mereka hadapi cukup kompleks dan perlu menguraikannya berdasarkan skala penting dan prioritas melalui suatu program pelatihan pemberdayaan. Dalam pengabdian pertama yang digelar beberapa waktu lalu terungkap permasalahan yang perlu diselesaikan dengan segera, yaitu penguasaan kompetensi, informasi pasar, modal, teknologi, penguasaan pasar dan pemasaran, serta bahan baku.

Kegiatan pengabdian ini mengerucutkan permasalahan hanya pada manajemen strategi, peserta diarahkan mampu menyusun rencana usaha dan pengembangannya di masa depan. Berdasarkan pemaparan di atas dapat ditarik kesimpulan permasalahan mitra, adalah: belum memiliki visi dan misi usaha, belum memiliki model pengembangan usaha sehingga pengelolaan usaha berdasarkan kemampuan pendapatan yang diperoleh, belum memiliki skala prioritas dalam pengembangan usaha, dan belum memiliki laporan tercatat dalam sebuah buku sederhana.

Metode

Pelaksanaan pengabdian masyarakat merupakan kelanjutan dari pelatihan sebelumnya, yang diselenggarakan pada bulan Maret 2017. Dalam pelatihan sebelumnya telah dibuka wawasan peserta mengenai pola pikir (*mindset*) sebagai wirausahawan dan kemudian dilanjutkan dengan deklarasi pembentukan Madrasah Bisnis Muhammadiyah Abdurahman bin Auf (MBM AbA). Berdasarkan kesepakatan dengan pengurus Pimpinan Cabang Pemuda Muhammadiyah (PC PM) Ajibarang bahwa seluruh anggota PC PM adalah juga anggota Madrasah Bisnis Muhammadiyah Abdurahman bin Auf (MBM AbA). Adapun anggotanya tergabung dalam grup *whatsapp* (WA) sebanyak 62 orang.

Setelah melakukan penyeleksian peserta diputuskan hanya 30 orang yang dapat mengikuti pelatihan ini dengan pertimbangan kapasitas ruang, efektifitas pelaksanaan, *sharing*, dan mentoring. *Sharing* adalah program menularkan ilmu teori dan praktik dari mereka yang telah mengikuti pelatihan kepada mereka yang belum berkesempatan mengikutinya karena kendala sesuatu hal. Mentoring adalah program kemitraan pengusaha yang sukses memberikan kiatnya pada pengusaha lainnya. Pelatihan model pengembangan usaha ini menerapkan sejumlah model sebagai berikut :

1. Metode Transfer ilmu

Pada pelatihan ini menyediakan dua instruktur, yaitu Safitri Mukarromah dan Encep Saepudin. Safitri Mukarromah mempresentasikan materi mengenai pengertian mengenai visi dan misi, sedangkan Encep Saepudin mempresentasikan materi mengenai struktur modul profil bisnis dan manajemen produksi. Pilihan

pada materi ini berdasarkan hasil penelusuran bahwa calon pengusaha dan pengusaha yang tergabung dalam Madrasah Bisnis Muhammadiyah Abdurahman bin Auf (MBM AbA) belum memahaminya. Sebab visi dan misi adalah kunci keberhasilan usaha yang akan dibangun atau dikembangkan karena usaha adalah program jangka panjang dan berkesinambungan. Ini juga menjadi keinginan pencapaian dari peserta untuk menuju model usaha yang diinginkan dalam jangka waktu tertentu.

Setelah memahami visi dan misi dilanjutkan dengan mengarahkan peserta pada memahami apa yang akan atau sedang dilakukan terhadap usahanya. Memahami produk barang (*goods*) atau jasa (*services*) sangat penting sehingga peserta dapat melakukan suatu inovasi dan kreativitas terhadap produknya. Karena itu, peserta diharuskan mengisi modul profil usaha, yang dalam pengisiannya mendapatkan panduan dari instruktur. Modul ini berisikan pencapaian target jangka pendek, menengah, dan panjang sehingga peserta dapat mengetahui kinerja usahanya. Pengetahuan ini mendorong peserta melakukan suatu pengambilan kebijakan bila usaha sedang mengalami penurunan atau sebaliknya peningkatan omset penjualan. Dalam pemaparan manajemen produksi dijelaskan bagaimana peserta memperoleh bahan baku, standarisasi produk, dan strategi pemasaran. Ini merupakan dari manajemen modern dalam upaya meningkatkan kinerja usaha sehingga peserta dalam berusaha bukan sekadar untuk menutup kebutuhan hidup dirinya dan keluarga, melainkan dalam menjalankan usaha berupaya meningkatkan kesejahteraan dan memberikan kemaslahatan bagi lingkungan sekitar.

2. Metode Penyampaian

Dalam penyampaian materi ini diberikan pemahaman bahwa latar belakang pendidikan bukan halangan atau kendala bagi peserta, namun justru menjadi pendorong peserta untuk terus belajar. Ini perlu disampaikan karena beberapa peserta hanya lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) dan bahkan ada juga yang lulusan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Karena itu materi ini pun disampaikan dengan sangat sederhana agar seluruh peserta, yang berlatar pendidikan beragam, dapat memahaminya. Instruktur memaparkan apa yang digambarkan dalam slide, sedangkan peserta menyimak materi yang sudah dibagikan sebelumnya. Peserta diberikan modul materi pelatihan beserta alat tulis yang dipergunakan untuk pengisian kolom-kolom yang memang harus peserta isi berdasarkan panduan dari instruktur.

Adanya kegiatan menulis catatan usaha dalam sebuah modul diharapkan memperkuat daya ingat peserta dan membuatnya bertekad untuk mewujudkan apa yang sudah dituliskannya dalam lembaran kertas ini. Apalagi ada keharusan peserta harus menyimpannya dan akan membukanya pada pelatihan berikutnya, yang direncanakan pada Maret 2019. Selain tentunya pencatatan ini mengarahkan peserta untuk terbiasa mendokumentasikan segala transaksinya meski dalam bentuk yang sederhana.

3. Tanya jawab

Dalam pelatihan ini sangat dianjurkan peserta bertanya karena ini merupakan ilmu baru bagi sebagian peserta. Segala pertanyaan yang diajukan tidak perlu menunggu waktu untuk bertanya, namun dapat diajukan kapan pun ketika peserta merasa perlu untuk bertanya. Kunci keberhasilan peserta sebenarnya terletak pada seberapa banyak ia bertanya karena suatu usaha itu harus banyak bertanya. Pertanyaan-pertanyaan ini perlu diberikan jawaban yang logis dan strategis. Dalam menjawab pertanyaan tidak harus dari instruktur, melainkan diberikan kesempatan pada peserta lain. Sebab boleh jadi peserta lain sudah pernah mengalaminya dan memberikan pengalaman yang mungkin dapat diterapkan pada penanya. Disinilah pentingnya saling tukar menukar informasi sehingga sesi pertanyaan ditiadakan, melainkan dibolehkan setiap waktu. Bahkan pertanyaan tidak mesti saat pelatihan berlangsung, melainkan dapat diajukan setelah pelatihan usai. Peserta dapat mengajukannya pada Madrasah Bisnis Muhammadiyah Abdurahman bin Auf sewaktu-waktu.

4. Konsultasi pada Madrasah Bisnis Muhammadiyah Abdurahman bin Auf

Madrasah Bisnis Muhammadiyah Abdurahman bin Auf (MBM AbA) adalah suatu wadah inkubator bisnis yang bertujuan mengantarkan calon pengusaha maupun pengusaha, khususnya di Ajibarang, menjadi pengusaha yang sukses. Di tempat ini akan disediakan segala kebutuhan yang diperlukan seperti konsultasi, peluang pasar, dan kemitraan. Bagi peserta yang belum memahami materi instruktur dapat melakukan konsultasi pada madrasah bisnis ini tanpa dikenakan biaya. Peserta juga memperoleh informasi mengenai peluang dan tantangan usaha di Banyumas sehingga dapat mempersiapkan dirinya bila sewaktu-waktu ingin melebarkan skala usahanya.

Hasil dan Pembahasan

Dalam pelaksanaan Ipteks bagi Masyarakat (IbM) ini dimulai dengan memahami permasalahan mitra yang diperoleh berdasarkan pertemuan dengan pengurus Pimpinan Cabang Pemuda Muhammadiyah (PC PM) Ajibarang. Praktis seluruh anggota organisasi otonomi Muhammadiyah yang merangkul kalangan pemuda ini menjadi anggota Madrasah Bisnis Muhammadiyah Abdurahman bin Auf (MBM AbA), yang didirikan pada pelatihan pertama pada bulan Maret 2017. Dalam MBM AbA terbagi dalam dua kelompok, yaitu calon pengusaha dan pengusaha.

Calon pengusaha adalah mereka yang berkeinginan menjadi pengusaha, namun belum memiliki jenis usaha. Mereka merancang jenis usaha yang bakal ditekuninya, namun diantara mereka mengalami bingung karena terlampau banyak pilihan jenis usaha. Diantara mereka juga sudah ada yang takut modal dan rugi meski belum melangkah. Sedangkan pengusaha adalah mereka yang sudah memiliki usaha dengan jenis usaha yang beragam. Skala mereka masih masuk kelompok mikro dan kecil dan belum beranjak naik kelas karena keterbatasan pengetahuan tentang manajemen. Dalam pertemuan tersebut terungkap

permasalahan yang membayangi mitra adalah belum memiliki visi dan misi usaha; belum memiliki model pengembangan usaha sehingga pengelolaan usaha berdasarkan kemampuan pendapatan yang diperoleh; belum memiliki skala prioritas dalam pengembangan usaha; belum memiliki laporan tercatat dalam sebuah buku laporan keuangan sederhana.

Berdasarkan dari permasalahan tersebut ditetapkan solusinya dalam bentuk penyiapan materi profil usaha yang harus diisi peserta; menjelaskan pengertian visi dan misi, kemudian peserta menulis visi dan misi; menjelaskan pada peserta mengenai produk barang (*goods*) dan jasa (*services*), kemudian peserta mengisi jenis produknya; menjelaskan keunggulan produk hasil produksinya, dan kemudian peserta menulis keunggulan produknya; menjelaskan teknik pemasaran produk, dan kemudian peserta menuliskan strategi pemasarannya; serta, menjelaskan klien, pelanggan, atau konsumennya, kemudian peserta menulis klien, pelanggan, atau konsumennya.

Dari solusi tersebut akan menghasilkan luaran sebagai berikut : menindaklanjuti dari pelatihan sebelumnya yang telah menanamkan pola pikir (*mindset*) seorang pengusaha dari perspektif Islam sebagaimana yang telah diajarkan Rasulullah Muhammad Saw; memberikan pemahaman mengenai visi dan misi sebuah usaha; memberikan pemahaman mengenai model usaha yang perlu dituangkan dalam bentuk profil usah, serta memberikan kesempatan pada peserta untuk memahami usaha yang dirintis atau dibangunnya dan kemudian melaksanakan model usahanya secara bertahap dan kemudian dievaluasi sebelum memasuki tahap berikutnya.

Adapun manfaat dari pelatihan ini adalah menjadikan peserta makin memahami suatu pelatihan yang berkelanjutan dalam rangka menumbuh kembangkan usahanya; memahami visi dan misi sebuah usaha; memahami model usaha yang perlu dituangkan dalam bentuk profil usaha; memahami tahapan pelaksanaan model usahanya sehingga dapat memperkokoh pondasi usahanya Pelaksanaan pelatihan ini melalui berbagai proses tahapan yang diawali dengan :

1. mengadakan pertemuan bersama antara tim pelaksana kegiatan dengan pengurus Madrasah Bisnis Muhammadiyah Abdurahman bin Auf (MBM AbA) dengan agenda pembahasan hasil pelaksanaan kegiatan sebelumnya, yang pernah digelar pada Maret 2017, dan rencana pelaksanaan berikutnya. Dalam pertemuan ini dilaporkan keinginan dari peserta agar pelatihan berikutnya bukan sekadar motivasi, melainkan sudah memasuki peningkatan keahlian peserta, terutama dalam manajemen modern.
2. setelah melakukan inventarisasi kebutuhan mengerucut pada materi yang dinilai penting dan prioritas, yaitu visi dan misi, serta manajemen produksi. Pertimbangannya banyak anggota MBM AbA yang berusaha hanya untuk mendapatkan pendapatan yang cukup memenuhi kebutuhan keluarga keseharian. Belum terpikirkan untuk bagaimana mengembangkan usahanya sehingga menjadi usaha skala menengah atau besar.

3. sebelum pelatihan ini sebenarnya sudah ada pelatihan teknik pemeliharaan dan pengembangbiakan hewan ternak yang diselenggarakan Pimpinan Cabang Muhammadiyah Ajibarang. Peserta merasa puas dan perlu menindaklanjuti pelatihan ini menjadi kegiatan yang kongkrit.
4. calon peserta menginginkan pelatihan juga memberikan wawasan pengetahuan bagi peserta mengenai modal dan pemasaran.
5. mempersiapkan materi yang sesuai dengan kebutuhan sehingga dipilihlah materi tentang pengertian mengenai visi dan misi, profil bisnis, serta dan manajemen produksi.
6. panitia pelaksana bersama pengurus MBM AbA melakukan penyebaran informasi hari pelaksanaan dan penyeleksian peserta. Peserta yang dibolehkan hadir adalah aktivis pemuda Muhammadiyah, yang tergabung dalam MBM AbA.
7. mengingat keterbatasan tempat dan pertimbangan efektivitas pelatihan dipilih hanya 30 orang yang diundang.

Penetapan hari pelaksanaan kegiatan mengalami penyesuaian dikarenakan Pimpinan Cabang Pemuda Muhammadiyah (PC PM) Ajibarang juga memiliki agenda kegiatan yang harus dikerjakan selama bulan Januari-Maret 2018. Selain itu sikap solidaritas peserta yang sangat tinggi sehingga mereka langsung berangkat ke lokasi bencana alam ketika mendengar informasi terjadi peristiwa longsor di banyak daerah di Banyumas. Setelah mengalami beberapa kali penundaan ditetapkan pelaksanaan pada hari Ahad, 11 Maret 2018. Pilihan pada hari Ahad karena hanya pada hari Ahad dapat diluangkan waktunya, sedangkan pada hari Senin hingga Sabtu, sebagian peserta sibuk dengan agendanya masing-masing. Selain itu hari Ahad lebih panjang waktu luangnya, meskipun harus mengorbankan pertemuan dengan keluarga.

Pada hari pelaksanaan peserta kurang dari target yang direncanakan karena mereka memilih untuk berangkat menjadi relawan ke daerah bencana alam. Keberangkatan mereka sangat mendadak dan tanpa perencanaan, namun tetap mengirimkan pemberitahuan pada panitia pelaksana melalui pesan singkat *whatsapp* (WA). Keterbatasan jumlah peserta tidak menyurutkan panitia untuk terus melanjutkan kegiatannya dan tepat pada pukul 09.00 WIB, panitia membuka pelatihan.

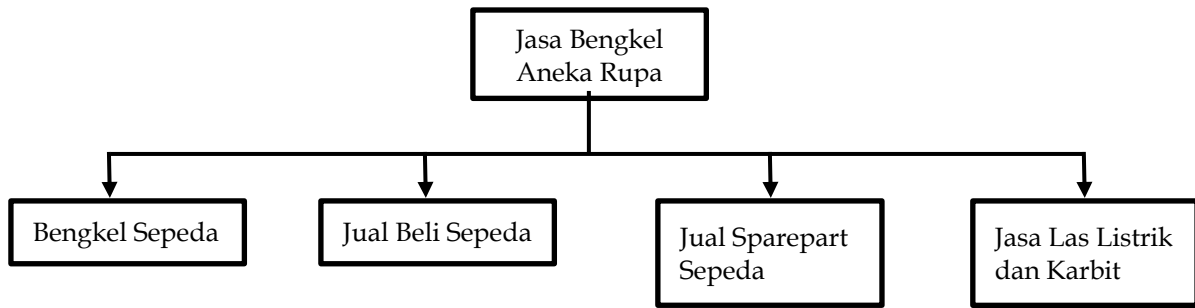
Sambutan dari perwakilan Pimpinan Cabang Pemuda Muhammadiyah (PC PM) Ajibarang dan Universitas Muhammadiyah Purwokerto (UMP) dilakukan secara singkat dan padat. Pada intinya diharapkan ketidakcapaian target bukan menjadi akhir bahwa ini kegiatan yang terakhir kalinya, namun diharapkan UMP tetap melakukan pemberdayaan warga Muhammadiyah di berbagai daerah, khususnya Kecamatan Ajibarang. Mochammad Ammar Faruq (2014) mengutip Schroeder (1989) menerangkan bahwa suatu entitas bisnis perlu merumuskan strategi usaha dengan maksud dapat melakukan adaptasi dengan cepat terhadap segala perubahan lingkungan yang dinamis. Mengabaikannya dapat menyebabkan usaha tersingkir dari persaingan usaha yang semakin ketat dan keras.

Berdasarkan kondisi di atas dinilai perlu dan penting perumusan strategi usaha dalam bentuk menetapkan visi dan misi. Visi bertujuan menjelaskan tujuan yang ingin diraih peserta dalam periode tertentu. Sedangkan misi menjelaskan langkah-langkah yang akan ditempuh atau dilakukan peserta agar meraih visi yang sudah ditetapkan tersebut. Peluang usaha di Kabupaten Banyumas ternyata cukup besar dan masih berpeluang bagi pengusaha pendatang baru untuk menggarapnya. Dibutuhkan suatu keunggulan kompetitif dalam banyak bentuk seperti pengembangan produk, penetrasi pasar, peningkatan kualitas dan kuantitas produk, dan masih banyak lagi sehingga dapat meraih porsi dari peluang tersebut.

Ditemukan peserta yang memiliki lebih dari dua usaha sehingga cukup merepotkan dirinya dalam mengelola usaha ini. Selain itu usaha-usaha yang dikembangkannya belum mampu meningkatkan kinerja usaha dan kesejahteraannya. Atas temuan tersebut dilakukan pembedahan usaha untuk mengetahui permasalahannya berdasarkan modul yang sudah dipegangnya. Dari pembedahan ini diketahui bahwa peserta belum memiliki visi dan misi yang kongkrit, pembukuan sederhana, serta modul profil usaha. Usaha yang dilakukannya tanpa tercatat atau terdokumentasikan dengan baik sehingga menimbulkan ketidakjelasan status modal, apakah memang itu modal usaha atau uang pribadi. Selain itu uang yang keluar masuk pun tidak dipisahkan antara keuangan pribadi dengan keuangan usaha.

Sebagai solusinya adalah pemisahan uang pribadi dengan uang usaha. Pemisahan ini akan berguna dalam mengetahui kinerja usahanya selama beberapa tahun terakhir. Dalam pembukuan dimasukan gaji bagi peserta (pengusaha) sehingga bisa diketahui berapa uang yang harus ia pegang dalam sebulan. Bila ia memiliki kelebihan uang maka harus dikembalikan pada perusahaannya karena itu pasti uang perusahaan. Mengenai banyak usaha membuat bingung seharusnya ditulis apa usaha inti perusahaannya. Usaha inti merupakan usaha yang menjadi usaha utamanya selama ini. Sedangkan usaha-usaha yang lain merupakan usaha tambahan yang kebetulan ia menguasainya pula.

Guna menghindari kebingungan perlu dibuatkan semacam *standard operating procedur* (SOP) sehingga ia dapat menyerahkan pengelolaannya pada pihak lain, seperti istri, anak, saudara terdekat, atau pegawainya. Meskipun mereka berasal dari ikatan keluarga, namun tetap harus dipisahkan antara kepentingan keluarga dengan usaha. Penyusunan SOP bertujuan agar hasil pekerjaan sesuai dengan standar yang dapat memuaskan pelanggan. Sebab setiap orang memiliki keterampilan yang berbeda, namun dengan standarisasi dapat meminimalisir kekurangan kualitas produk. Sebab tanpa SOP dapat merusak usaha karena konsumen yang kecewa dapat meninggalkan usahanya dan beralih pada perusahaan lain. Sebelum penyusunan SOP sebaiknya peserta menyusun organisasi usahanya sehingga dapat diketahui potensi diri dan produk yang ditawarkannya. Dikarenakan peserta ini merupakan pengusaha bengkel sepeda, namun memiliki jasa las, maka susunan organisasinya dapat dibuat seperti dibawah ini :



Gambar 2 : Struktur Organisasi Perusahaan

Penetapan *standard operating procedure* (SOP) dan struktur organisasi usaha memudahkannya dalam mengelola perusahaan. Meskipun dalam skala usaha yang masih mikro tetap diharuskan menetapkan SOP dan struktur organisasi dengan harapan seluruh pekerjaan tidak terkonsentrasi hanya pada satu orang, melainkan dapat dilimpahkan wewenang pada staf lain. Penetapan SOP sudah seharusnya dirancang sejak perusahaan itu masih dalam skala mikro dan kecil karena ini merupakan suatu terobosan bagi yang bersangkutan untuk dalam memenangkan persaingan. Selain itu bukan sesuatu yang janggal bila seorang pengusaha memiliki lebih dari satu perusahaan karena ini sebenarnya bukan sesuatu yang dilarang sebagai upaya meraih kesempatan dalam suatu peluang.

Asisten Deputi Bidang Sumberdaya Kementerian Koperasi dan UKM Budi Mustopo menerangkan bahwa jumlah unit usaha mikro dan kecil mencapai 60 juta unit usaha, sedangkan jumlah pengusaha hanya tujuh juta orang. Ini bisa terjadi karena seorang pengusaha mikro dan kecil memiliki lebih dari dua perusahaan. Karena itu bila peserta pelatihan ini yang merupakan pengusaha bengkel sepeda, tetapi memiliki jaringan dalam jasa las karbit maupun listrik, dan memanfaatkan suatu peluang dari bukan usaha intinya, bengkel sepeda, bukan sesuatu yang terlarang atau tabu. Ia dapat meraih peluang itu dan sebagai bagian dari usaha untuk mengoptimalkan sumberdaya yang tersedia. Namun seringkali pengusaha ini terpaksa harus melayani pelanggan yang membutuhkan jasa las karena ia sudah berupaya mencari mitra tukang las, namun terbentur kelangkaan sumberdaya manusia. Padahal peserta ini sudah membuat pengumuman melalui media social, namun belum mendapatkan orang-orang yang memiliki kemampuan dibidang perlasan. Namun demikian diakuinya belum menjalin kemitraan dengan lembaga atau balai latihan keterampilan kerja (BLK) yang menawarkan jasa pelatihan keterampilan las. Tampaknya ini bisa dicoba di masa depan sebagai bentuk menyediakan jasa tukang las bagi usahanya ini.

Terdapat dua orang peserta yang memiliki keterampilan memandikan jenazah (kayim). Keterampilan ini hanya dikuasai segelintir orang, sedangkan kebutuhannya cukup besar, terutama sekali di daerah perkotaan. Pendirian banyak rumah sakit di Banyumas membutuhkan orang-orang yang memiliki keterampilan tertentu, seperti pengurusan jenazah. Jasa ini masuk dalam kelompok sosial preneur karena mental seorang pengusaha dalam jasa-jasa yang berkaitan dengan masalah sosial. Ada unsur komersial dan ibadah dalam jasa ini. Dicontohkan Yayasan Bunga Kemboja merupakan jasa pengurusan jenazah yang cukup terkenal

di Jakarta.

Disarankan kedua orang ini meningkatkan kompetensinya dibidangnya seperti mengikuti pelatihan kesehatan karena penting sekali bagi profesi ini untuk mengetahui berbagai jenis penyakit. Dengan begitu ia dapat lebih bersikap hati-hati bagi dirinya maupun orang lain. Namun demikian disarankan untuk bertanya pada ahli fiqih bagaimanahukumnya bila keterampilan ini menjadi suatu profesi. Sebab hal ini berbenturan dengan kaidah-kaidah agama yang tidak boleh dilanggar. Pertanyaan lain dan justru ini paling banyak ditanyakan adalah usaha apa yang pantas untuk ditekuni karena menilai ternyata banyak sekali peluang usaha itu. Sebenarnya jawaban dari pertanyaan ini cukup mudah, yaitu kerjakan usaha yang paling mudah dijalankan. Setiap jenis usaha memiliki peluang mendatangkan keuntungan, namun pasti dibayangi oleh risiko dengan segala tingkatannya.

Beberapa peserta menyatakan sulit memutuskan karena semua peluang untuk menjanjikan keuntungan dengan segala risiko. M. Syahril Yusuf (1998) menyarankan langkah awal bagi pemula adalah menentukan pilihan usaha yang disesuaikan dengan kemampuan diri. Dihadapan matanya terdapat lebih dari dua pilihan usaha, dan sebenarnya hanya satu yang dapat dikerjakannya. Beberapa langkah yang ditempuh pemula untuk memutuskan pilihannya adalah melakukan pengamatan dan menggali informasi. Pengamatan yang ditempuh dengan mengamati perilaku masyarakat untuk mengetahui apakah masyarakat sebagai calon konsumen membutuhkan produk barang atau jasa tersebut. Hasil pengamatan perlu diperkuat dengan riset atau penelitian sederhana melalui penggalian informasi dari berbagai sumber informasi seperti televisi, radio, koran, majalah, media sosial. Apakah produk yang hendak ditawarkan tersebut banyak memasang iklan diberbagai media atau dibutuhkan suatu strategi pemasaran khusus. Sekarang ini sumber informasi sangat berlimpah bahkan banyak grup-grup pengusaha bertebaran di media sosial seperti facebook, whatsapp, youtube, dan instagram.

PO Abas Sunarya, Sudaryono, Asep Saefullah (2011) menyatakan bahwa peluang usaha sebenarnya berada di sekitar kita, yang diistilahkan dengan *economic orbit of opportunity*. Lingkungan adalah sumberdaya potensial yang seringkali terabaikan oleh kita karena seringnya melihat dan merasakannya menjadi bukan sesuatu yang mendatangkan keuntungan. Karena itu seseorang yang masih bimbang atau bingung mau merintis suatu usaha disarankan banyak membaca buku-buku mengenai suatu keterampilan tertentu. Pengetahuan yang diperoleh dari berbagai cara, termasuk membaca buku, sangat berperan penting dalam mengembangkan pola pikir yang cerdas, kreatif, dan inovatif. Misalkan ia tinggal dekat dengan lahan yang banyak ditumbuhi pohon-pohon bamboo atau berdekatan dengan aliran sungai. Guna mengoptimalkan nilai tambah terhadap pohon-pohon bambu perlu belajar atau berlatih mengenai kerajinan dari bambu. Banyak kerajinan yang berbahan dasar bambu seperti kipas, topi anyaman, tas, tempat lampu, tusuk sate, tusuk gigi, dan masih banyak lagi ide-ide kreatif dan inovatifnya.

Permasalahan lain yang mengemuka adalah bagaimana mendapatkan modal, sedangkan beberapa peserta telah mengikuti pelatihan beternak kambing dan unggas. Yang dapat ditempuh adalah mendapatkan dana dari LazisMu dan baitulmal tamwil (BTM) atau koperasi simpan pinjam syariah. Peluang untuk mendapatkan bantuan modal dari LazisMu cukup besar karena ini sebagai usaha rintisan dalam upaya memberdayakan umat. Namun demikian peserta harus membuat proposal usaha ternak kambing atau unggas sehingga proposal ini dapat menjadi rujukan bagi LazisMu untuk mempertimbangkannya. Pada prinsipnya pelatihan strategi pengembangan model bisnis ini sejalan dengan kebutuhan peserta, baik bagi pemula maupun yang sudah membangun usaha. Sedangkan bagi yang masih belum memutuskan dapat membaca kembali dan merenungi materi-materi modul pelatihan sehingga dapat segera memutuskan bidang usahanya.

Simpulan

Kesimpulan dalam kegiatan pengabdian masyarakat bahwa anggota Madrasah Bisnis Muhammadiyah Abdurahman bin Auf belum fokus dalam mengembangkan usaha dan ini bisa dibuktikan dari kehadiran peserta yang belum mencapai target. Peserta yang hadir sangat antusias dalam upaya menambah pengetahuan mereka mengenai strategi pengembangan model bisnis yang dibuktikan dengan pertanyaan yang diajukan. Berdasarkan kesimpulan diatas dapat disarankan program pelatihan akan tetap terus ditingkatkan atau diselenggarakan bersama Madrasah Bisnis Muhammadiyah Abdurahman bin Auf sebagai upaya pemberdayaan ekonomi umat, khususnya perekonomian warga Muhammadiyah di Ajibarang.

Daftar Rujukan

- Encep Saepudin, Darodjat. 2017. Pemberdayaan Ekonomi Bagi Anggota Pimpinan Cabang Pemuda Muhammadiyah Ajibarang. Artikel Ilmiah. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Purwokerto.
- Eva Siti Khuzaev. 2014. Mengembangkan Pola Pikir Cerdas, Kreatif dan Mandiri melalui Telematika. Jurnal Lingkar Widyaiswara. Edisi 1 No. 4 , Oktober - Desember 2014 , p. 138 - 148
- Mochamad AF dan Indrianawati U. 2014. Penyusunan Strategi Bisnis dan Strategi Operasi Usaha Kecil dan Menengah pada Perusahaan Konveksi Scissors di Surabaya Jurnal Manajemen Teori dan Terapan Tahun 7. No. 3, Desember 2014.
- Wibowo K dan Nurul Safitri. 2017. Analisis Strategi Bersaing dalam Persaingan Usaha Penerbangan Komersial. *Bisnis & Birokrasi, Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, Volume 16, Nomor 1, Jan – Apr 2009, hlm. 45-52
- Syahrial Yusuf. 1998. Kiat Sukses Menjadi Pengusaha. Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia. Jakarta
- PO Abas Sunarya, Sudaryono, Asep Saefullah. 2011. Kewirausahaan. Penerbit Andi. Yogyakarta

_____. 2010. Modul 5 Perencanaan Usaha. Direktorat Pembinaan Kursus dan Kelembagaan. Dirjen Pendidikan Non Formal dan Informal. Kementerian Pendidikan Nasional. Jakarta.

