

TEKNIK PENYUSUNAN RANCANGAN KOMUNIKASI BISNIS BAGI PENGEMBANGAN UMKM (PEMBIBINGAN CARA MEMBUAT PROPOSAL BISNIS UMKM YANG POTENSIAL UNTUK DIDANAI PADA KELOMPOK MASYARAKAT KECAMATAN PONDOK KELAPA KABUPATEN BENGKULU TENGAH)

1)Lisa Adhrianti, 2)Yuliati
Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Bengkulu
Email : lisaadhrianti@unib.ac.id, yuliati@unib.ac.id

ABSTRAK

Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan aspek potensial untuk menunjang kesejahteraan dan menghidupkan perekonomian masyarakat terlebih untuk wilayah kecamatan desa Pondok Kelapa Kabupaten Bengkulu Tengah yang masih belum banyak menghasilkan produk unggulan khas sementara secara geografis di Pondok Kelapa terdapat beberapa objek wisata unggulan Bengkulu seperti pantai Sungai Suci, Taman Wahana Surya, dan Istana Kerajaan Balai Buntar, yang dapat menunjang produk pengembangan UMKM. Usaha kecil rumahan dari warga masyarakat dapat membantu perekonomian masyarakat sehingga perlu dipersiapkan berbagai hal untuk dapat mengatasi permasalahan yang terkait dengan bantuan modal atau ide-ide usaha, sehingga pembekalan tentang cara membuat dan mengembangkan ide melalui proposal komunikasi bisnis yang berpeluang besar untuk didanai merupakan hal yang penting untuk diberikan. Manfaat proposal komunikasi bisnis adalah untuk membantu wirausahawan agar dapat berpikir kritis dan objektif atas bidang usaha yang akan dimasukinya, atau dapat dikatakan bahwa proposal usaha merupakan dokumen tertulis yang berisi mengenai usaha baru yang sedang direncanakan oleh masyarakat desa Pondok Kelapa yang berasal dari berbagai daerah yang berbeda-beda, sehingga diharapkan ide tentang usaha yang akan dijalani menjadi beragam. Hasil Pengabdian ini menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat terhadap kewirausahaan sudah cukup baik dengan pengamatan bahwa seluruh peserta merupakan ibu-ibu rumah tangga yang telah memiliki bisnis sendiri di area Sungai Suci Bengkulu, serta tingkat pengetahuan dan pemahaman pentingnya kewirausahaan juga sudah sangat disadari oleh peserta sehingga menjadi modal dalam pengembangan usaha.

Kata Kunci : Pengembangan UMKM, Komunikasi Bisnis, Pariwisata Bengkulu

ABSTRACT

Small and Medium Enterprises (MSMES) is a potential aspect to the welfare and enable the Community economy for the area of Desa Pondok Kelapa District of central Bengkulu regency that still has not produced a special flagship product while geographically in Pondok Kelapa there are some of the most excellent tourist attractions such as Sungai Suci Beach, Taman Wahana Surya, and the royal Palace of Balai Buntar, which can support SMES development Small-home business from citizens can help the community perekonomian so as to be prepared various things to be able to overcome the allergies related to the assistance of capital or business ideas, so that the supply of how to create and develop ideas through business communication proposals that have a great opportunity to be funded is important to give. The benefits of business communication proposal is to help entrepreneurs to think critically and objectively to the field of business that will be entered, or it can be said that the business proposal is a written document that contains about new business that is being planned by the community of Pondok Kelapa village that comes from different regions, so it is expected that the idea of the business will be varied. This dedication shows that public awareness of entrepreneurship is good enough with the observation that all participants are mothers who have own business in the area of the Holy River Bengkulu, as well as the level of knowledge and understanding of the importance of entrepreneurship has also been highly realized by the participants so that it becomes a capital in business development.

Keywords: SMES development, Business communication, tourism Bengkulu.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Desa Pondok Kelapa terletak di jalur lintas Bengkulu menuju propinsi Sumatera Barat, dengan jarak tempuh ke pusat kecamatan hanya lima belas menit ditempuh dengan kendaraan bermotor, dipusat kecamatan terletak puskesmas, pos polisi, koramil, perbankkan, kantor pos, pusat pemerintahan tingkat kecamatan dan jarak tempuh ke provinsi \pm sekitar 30 menit dengan jarak \pm 22 kilo meter dari Desa Pondok Kelapa. Maka, takkan heran jika Desa ini merupakan desa penyangga kota.

Wilayah Desa Pondok Kelapa terdiri dari; Pemukiman 35 Ha, lahan Persawahan 10 Ha, lahan Perkebunan 891 Ha, lahan Tegal/Ladang 24 Ha, Rawa-rawa 20 Ha, Hutan Rakyat 40 Ha, usaha Perikanan 10 Ha, sarana Jalan 42,5 Ha dan areal Perkantoran 2,5 Ha. Beberapa objek wisata unggulan daerah Bengkulu terdapat di wilayah Pondok Kelapa, seperti seperti pantai Sungai Suci, Taman Wahana Surya, dan Istana Kerajaan Balai Buntar, namun diamati bahwa masyarakat sekitar masih belum banyak menghasilkan produk unggulan khas UMKM yang dapat menunjang promosi pariwisata Bengkulu.

Di sekitar lokasi wisata Sungai Suci yang kerap dikunjungi masyarakat terdapat beberapa usaha (warung) penjualan makanan ringan yang banyak menyediakan makanan siap saji (instant) seperti mie bungkusan dan snack yang masih belum menunjukkan produk khas local (setempat). Makanan ringan (snack) masih merupakan produk instant dan produk dari luar yang standar (misalnya keripik ubi, dan kerupuk yang merupakan hasil pembelian dari luar). Kondisi ini dipandang sebagai sebuah permasalahan sekaligus peluang untuk dapat menghidupkan sisi bisnis guna mendukung hidupnya aset pariwisata yang dimiliki oleh Pondok Kelapa.

Mata pencaharian masyarakat Pondok Kelapa yang masih banyak disibukkan dengan

pertanian, nelayan dan perkebunan, merupakan peluang untuk dapat melahirkan dan mengembangkan wirausahawan unggul yang dapat membantu kemandirian keluarga, masyarakat dan daerah Bengkulu. Namun dari hasil penelusuran dan wawancara dengan warga sekitar area wisata tersebut, masyarakat sangat menginginkan untuk dapat mengembangkan produk rumahan khas yang dapat menjadi santapan bagi para pengunjung yang ingin berwisata di area Sungai Suci.

Terdapat beberapa potensi usaha berjenis UMKM yang dapat dikembangkan di area Sungai Suci ini, misalnya kerupuk dan keripik hasil laut (Sungai Suci) yang masih terkendala dengan masih sulitnya modal bagi masyarakat sekitar untuk dapat bergerak melakukan usaha tersebut. Masyarakat Pondok Kelapa yang terdiri dari berbagai suku/ras pendatang selain penduduk asli tentunya sangat membutuhkan bimbingan untuk dapat menangkap dan memanfaatkan peluang wirausaha UMKM yang relatif mudah dan cukup fleksibel untuk dilakukan oleh masyarakat. Saat ini peran dari usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dengan segala keterbatasannya mendapat apresiasi dari pemerintah dengan membuat kebijakan yang pro kepada UMKM karena terbukti bahwa UMKM dapat menjadi penopang ekonomi bangsa. Menangkap peluang guna merintis UMKM Selain dibutuhkan niat, tekad yang kuat, ide yang cemerlang, serta proposal bisnis yang komunikatif untuk mendapat dukungan modal dari pemerintah dan investor agar dapat dipasarkan dan dijalankan secara optimal.

UMKM hadir sebagai sebuah solusi dari sistem perekonomian yang sehat karena UMKM merupakan salah satu sektor industri yang tidak terkena dampak krisis global yang melanda dunia. Oleh karena itu, peran UMKM ini cukup besar untuk tumbuhnya Ekonomi di Negara Indonesia. Kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap produk domestic bruto memang mengalami

peningkatan dan menggeliat dalam 5 tahun terakhir.

Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) telah mencatat bahwa kontribusi disektor UMKM meningkat mulai dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen. Tidak sampai disini saja, ternyata sektor UMKM juga mampu menyerap tenaga kerja didalam negri. Dilihat dari segi tenaga kerja UMKM tumbuh dari 96,99 menjadi 97,22 persen dalam 5 tahun terakhir. Hal itu tentu bisa membantu pertumbuhan ekonomi Indonesia menjadi lebih baik. Sektor produktif UMKM dapat mempekerjakan lebih dari 107,6 juta penduduk Indonesia dan berkontribusi 60,6 persen terhadap PDB Indonesia.

Kuatnya UMKM dalam membangun perekonomian Indonesia karena keunggulannya di beberapa faktor yakni kemampuan fokus yang spesifik, fleksibilitas nasional, biaya rendah, dan kecepatan inovasi. UMKM harus terus didorong dan dikembangkan dengan dukungan penuh dari pemerintah. UMKM, ia melanjutkan, membutuhkan dukungan akses permodalan dan bantuan pemasaran.

Pemerintah melalui Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah dan Perindustrian dan Perdagangan (Diskoperindag) Provinsi Bengkulu terus berusaha untuk memfasilitasi masyarakat untuk berwirausaha. Selain itu, Dinkoperindag senantiasa melakukan sosialisasi dan pelatihan dalam enterprenuership. Dinkoperindag berhasil meningkatkan jumlah Usaha Kecil Menengah (UKM) di Provinsi Bengkulu. Peningkatan itu mencapai tiga kali lipat atau 6 persen pertahunnya. "Setiap tahunnya, UKM di Bengkulu selalu meningkat.

Beberapa permasalahan yang dijumpai pada bisnis UMKM seperti kesulitan pemasaran, keterbatasan SDM, kesulitan bahan baku, keterbatasan inovasi dan teknologi, hingga kesulitan akses ke sumber pembiayaan yang cukup terbatas, sejatinya

menjadi tanggung jawab kita bersama untuk memperhatikan bisnis kecil ini, karena jika berkembang maka Negara juga akan mendapatkan keuntungan pemasukan. Dengan demikian prinsip dan aplikasi keilmuan komunikasi bisnis sangat diperlukan untuk dapat diimplementasikan bagi penciptaan ide-ide bisnis yang kreatif untuk kemudian dapat merumuskan strategi penjualan dan marketing yang efektif bagi usaha UMKM yang dipilih.

Kewirausahaan merupakan sikap mental dan jiwa yang selalu aktif atau kreatif berusaha dengan keras, berdaya, bercrepta dalam berusaha meningkatkan pendapatan dari kegiatan usahanya. Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009) bahwa kewirausahaan atau entrepreneurship adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya berguna bagi orang lain

Proposal bisnis merupakan salah satu cara untuk dapat mengatasi masalah kelangkaan modal bagi calon wirausaha, selain itu sebagai sarana untuk mengasah kreativitas bagi pengembangan ide dan langkah-langkah berwirausaha UMKM. Pembekalan kepada masyarakat agar dapat terampil membuat proposal bisnis yang mudah dimengerti dan menarik untuk dibaca sangat diperlukan bagi masyarakat sekitar area wisata Sungai Suci, Pondok Kelapa, Kabupaten Bengkulu Tengah. Menjadi seorang wirausaha tidaklah mudah karena perlu pemahaman pentingnya kewirausahaan dan bagaimana menerapkan kewirausahaan itu dalam kehidupan sehari-hari. Melihat dari permasalahan tersebut maka perlu diberikan kepada masyarakat Pondok Kelapa bagaimana mengembangkan ide usaha dan menuangkannya secara komunikatif dalam proposal bisnis yang dapat berpeluang untuk dimodali sehingga membantu masyarakat untuk giat dan aktif

berusaha memanfaatkan potensi keahlian dan alam sekitar untuk menunjang perekonomian masyarakat dan daerah Bengkulu. Sehingga perlu untuk mengetahui tentang:

1. Bagaimana kesadaran masyarakat terhadap kewirausahaan?
2. Bagaimana tingkat pengetahuan dan pemahaman pentingnya kewirausahaan?
3. Bagaimana proses penentuan ide usaha dan penerapan pembuatan proposal bisnis untuk kebutuhan UMKM?

Maksud dan tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah: untuk menumbuhkan dan meningkatkan kesadaran akan jiwa kewirausahaan, meningkatkan pengetahuan dalam dunia kewirausahaan, menumbuhkan suasana kewirausahaan bagi masyarakat area wisata Sungai Suci Kecamatan Pondok Kelap dan menghidupkan kawasan wisata Sungai dengan mampu mengembangkan ide usaha dan membuat proposal usaha (bisnis) yang komunikatif dan layak untuk didanai oleh berbagai mitra usaha.

Melalui pengabdian dasar-dasar komunikasi bisnis dalam menumbuhkan jiwa wirausaha (entrepreneur) ini diharapkan:

1. Peserta memiliki kemampuan sebagai seorang wirausaha yang baik, yaitu mengetahui bagaimana mengembangkan ide untuk kemudian mendapatkan modal usaha dan menjalankan usaha tersebut.
2. Peserta memiliki minat dalam berwirausaha dan menumbuhkan kemandirian, kejujuran dan ketelitian pada bisnis yang ingin dijalankan.

Pada dasarnya setiap orang memiliki peluang yang sama besar untuk bisa menjadi seorang pelaku usaha. Namun sayangnya tidak semua orang berani mengasah bakat dan minat mereka, sehingga wajar adanya bila sebagian ada yang telah berhasil menjadi pengusaha sukses dan sebagian lainnya masih ada juga yang belum berani action menjalankan usaha. Ketakutan untuk memulai, dan ketakutan

untuk mencoba, menjadi kendala utama bagi sebagian orang sehingga mereka memilih mengurungkan niatnya untuk menjadi pengusaha sukses.

Dalam menjalankan usaha ataupun bisnis diperlukan pengetahuan dan pemahaman mengenai komunikasi bisnis, agar apa yang menjadi tujuan dalam berwirausaha akan tercapai. Komunikasi bisnis adalah komunikasi yang digunakan dalam dunia bisnis yang mencakup berbagai macam bentuk komunikasi, baik komunikasi verbal maupun komunikasi non verbal untuk mencapai tujuan tertentu (Purwanto, 2006). Komunikasi bisnis merupakan suatu aktivitas pertukaran informasi, gagasan, pendapat, dan instruksi yang disampaikan secara personal atau impersonal melalui simbol-simbol atau sinyal tertentu mengenai aktivitas distribusi barang dan jasa sehingga didapatkan pemahaman yang sama antar pihak-pihak yang berkomunikasi untuk tujuan membantu proses pengambilan keputusan pada suatu bisnis (Panuju, 2000).

Dalam dunia bisnis, seorang komunikator yang baik disamping harus memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik (tentu saja), juga harus mampu menggunakan berbagai macam alat atau media komunikasi yang ada untuk menyampaikan pesan-pesan bisnis kepada pihak lain secara efektif dan efisien, sehingga tujuan penyampaian pesan-pesan bisnis dapat tercapai.

Pengertian kewirausahaan secara umum kewirausahaan adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru atau kreatif dan berbeda (inovatif) yang bermanfaat dalam memberikan nilai lebih. Menurut Soeryanto Soegoto (2009) bahwa kewirausahaan atau entrepreneurship adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memiliki nilai tambah, memberi manfaat, menciptakan lapangan kerja dan hasilnya

berguna bagi orang lain. Sedangkan wirausaha atau entrepreneur adalah orang yang memiliki kemampuan untuk melakukan koordinasi, organisasi dan pengawasan. Wirausaha memiliki pengetahuan yang luas tentang lingkungan dan membuat keputusan keputusan tentang lingkungan usaha, mengelola sejumlah modal dan menghadapi ketidakpastian untuk meraih keuntungan (Soegoto, 2009).

Tujuan berwirausaha :

1. Berusaha dan bertekad dalam meningkatkan jumlah para wirausaha yang baik dengan kata lain ikut serta dalam mengedukasi manusia manusia calon wirausaha untuk membangun jaringan bisnis yang lebih baik
2. Ikut serta dalam mewujudkan kemampuan para wirausaha untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat dan Negeranya
3. Ikut serta dalam menumbuhkan dan mengembangkan kesadaran serta orientasi kewirausahaan yang kokoh.
4. Menyebarkan dan membuat budaya ciri ciri kewirausahaan disekitarnya terutama dalam masyarakat
5. Mengembangkan dalam bentuk inovasi dan kreasi agar tercipta dinamika dalam kewirausahaan atau dunia bisnis sehingga kemakmuran dapat tercapai.

Dalam membangun satu bisnis baik itu bisnis rumahan, usaha sampingan maupun usaha kecil menengah tentunya membutuhkan modal baik untuk modal awal maupun modal pengembangan bisnis anda. Tak dapat di pungkiri bahwa modal merupakan faktor pendukung meskipun bukan yang paling utama namun modal bisa jadi kekuatan yang mampu mendongkrak bisnis anda agar lebih berkembang. Dengan demikian mencari mitra untuk mendapatkan modal dapat ditempuh melalui jalan mengajukan proposal bisnis. Membuat proposal bisnis memerlukan langkah-langkah yang harus diperhatikan menurut Guffrey (2013) yaitu :

1. Bab Pendahuluan

Bab pendahuluan merupakan bab perkenalan dimana anda menguraikan latar belakang usaha anda, visi dan misi bisnis anda, dan gambaran usaha yang ingin anda jalankan termasuk juga bagaimana keadaan pasar saat ini.

2. Profil Badan Usaha

- Jenis usaha: uraikan tentang jenis usaha apa yang ingin anda jalankan secara singkat. Anda bisa menjalankannya dengan bentuk list atau uraian singkat. Kemudian sebutkan secara singkat model bisnisnya.
- Nama perusahaan: merupakan branded yang akan di ingat oleh pelanggan anda. Maka tentukan nama perusahaan anda dan tulis dalam proposal usaha.
- Lokasi: salah satu hal yang sangat penting dalam berbisnis adalah pemilihan lokasi terlebih jika anda menjualnya secara langsung maka pemilihan lokasi adalah hal mutlak yang harus anda perhatikan, tuliskan lokasi perusahaan anda, kemudian buat peta atau denah. Anda bisa menggunakan google maps yang kini sangat memudahkan kita dalam membuat denah lokasi.

3. Struktur Organisasi Perusahaan

Setiap perusahaan memiliki struktur organisasinya masing - masing, apakah anda berdiri sendiri atau anda membentuk satu sistem yang membuat perusahaan anda berjalan dengan satu sistem kerjasama antara owner dengan karyawan.

4. Produk Perusahaan

Jenis produk

Produk adalah nyawa bisnis, jika anda tidak memiliki produk yang anda jual maka anda jelas tidak dapat menjalankan bisnis. Untuk itu sebutkan jenis produk apa yang anda produksi (misalnya bagaimana cara pembuatan produk dan keunggulan produk)

5. Target Pasar

Sebagai tambahan anda harus menyebutkan siapa yang anda jadikan target

pasar anda. Warga di daerah mana serta umur berapa dan kalangan yang mana. Misalkan adalah daerah kota X, untuk usia anak-anak dari kalangan menengah ke bawah.

6. Promosi dan Pemasaran

Pada Bab ini menjelaskan tentang strategi pemasaran yang anda lakukan serta promosinya.

7. Laporan Keuangan

Memuat alokasi dana berupa rancangan kebutuhan dana serta pengeluaran dana yang akan anda gunakan untuk usaha, perhitungan laba untuk menghitung secara logis dan realistis mengenai keuangan anda, target laba rugi, ancaman resiko dan lain-lain, serta perhitungan bagi hasil untuk menentukan berapa rasio bagi hasil yang akan anda tetapkan. Menentukan rasio bagi hasil tergantung dari resiko usaha, semakin kecil resiko usaha maka semakin kecil pula pendapatan yang diberikan kepada investor dan sebaliknya.

8. Penutup

Penutup berisi kata-kata terakhir anda untuk meyakinkan investor, mengetuk hati investor anda agar lebih tertarik. Ucapkan terima kasih atas kesediaannya membaca proposal bisnis yang diajukan.

9. Lampiran

Biodata pemilik usaha, Surat perjanjian, Surat Ijin Usaha, Sertifikat Usaha atau kepelatihan.

2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan ini akan dilaksanakan di Sungai Suci kecamatan Pondok Kelapa, Kabupaten Bengkulu Tengah. Pada teknis di lapangan sedapat mungkin peserta sasaran merupakan kelompok masyarakat yang tertarik untuk mengembangkan ide bisnis UMKM namun masih terkendala modal usaha dan pemasaran.

Dasar-dasar komunikasi bisnis dalam menumbuhkan jiwa wirausaha (entrepreneur) ini dilakukan dengan metode pelatihan :

ceramah, tanya jawab dan praktek membuat proposal bisnis. Materinya adalah: bagaimana langkah yang diperlukan dalam membuat proposal bisnis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setiap orang memiliki peluang yang sama untuk menjadi seorang wirausaha. Dibutuhkan mental berani untuk sukses menjadi pengusaha, meskipun untuk mengasah bakat dan insting wirausaha dibutuhkan keyakinan dan ketekunan. Penduduk di Desa Pasar Pedati daerah Sungai Suci Bengkulu Tengah masih banyak membutuhkan pembimbingan untuk dapat produktif menjadi wirasudaha untuk menopang kebutuhan keluarga, terutama untuk kaum ibu rumah tangga.

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan di wilayah RT. 3 Desa Psar Pedati yang paling dekat dengan lokasi objek wisata Sungai Suci. Penduduk di sekitar wilayah Sungai Suci tersebut memiliki potensi untuk dapat mengembangkan usaha guna mendukung area wisata Sungai Suci yang merupakan lokasi wisata paling dekat dengan daerah Bengkulu.

Pengabdian masyarakat ini bermaksud Untuk menumbuhkan dan meningkatkan kesadaran akan jiwa kewirausahaan, meningkatkan pengetahuan dalam dunia kewirausahaan, menumbuhkan suasana kewirausahaan bagi masyarakat area wisata Sungai Suci Kecamatan Pondok Kelapa dan menghidupkan kawasan wisata Sungai dengan mampu mengembangkan ide usaha dan membuat proposal usaha (bisnis) yang komunikatif dan layak untuk di danai oleh berbagai mitra usaha.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga memberikan pemecahan masalah dengan cara (1) Memberikan penyuluhan dan praktik sederhana tentang peluang kewirausahaan dalam rangka menemukan ide, mengembangkan dan mewujudkan keinginan

bisnis yang masih terkendala modal bagi masyarakat Pondok Kelapa; (2) Mendiskusikan tentang bagaimana menuliskan ide bisnis dalam bentuk proposal yang berpotensi untuk di danai/dimodali; serta (3) Mengevaluasi konsep ide dan langkah-langkah dalam proposal bisnis dengan memberikan saran- saran.

Bentuk kegiatan yang dilakuka adalah ceramah kepada ibu-ibu rumah tangga RT. 3 Sungai Suci, diskusi ide, produk dan rencana pengembangan bisnis.

Kegiatan pengabdian masyarakat yang menysasar para kaum ibu rumah tangga yang ingin mengembangkan diri secara mandiri melalui kegiatan berwirausaha menghasilkan hasil sebagai berikut :

4.1 Kesadaran Masyarakat terhadap Kewirausahaan

Penduduk desa RT.3 Pasar Pedati Kecamatan Bengkulu Tengah rata-rata telah menyadari bahwa banyak terdapat peluang usaha di sekitar lokasinya karena berdekatan dengan objek wisata Sungai Suci.

Beberapa masyarakat peserta mengakui bahwa insting bisnis mereka banyak telah bejalan dengan bebrbagai ide namun terkendala di modal sehingga banyak menghalangi produktifitas untuk menghasilkan sesuatu yang dapat dijual untuk mencapai kemandirian masyrakat.

Kesadaran masyarakat terhadap kewirausahaan yang sudah cukup baik tersebut dibuktikan dengan seluruh peserta merupakan ibu-ibu rumah tangga yang telah memiliki bisnis sendiri. (Misalnya tepung Mocaf, Baju online, Kantin di area Sungai Suci).



Gambar 1 : Contoh Produksi Wirausaha Masyarakat

4.2 Tingkat Pengetahuan dan Pemahaman Pentingnya Kewirausahaan

Tingkat pengetahuan dan pemahaman pentingnya kewirausahaan juga sudah sangat disadari oleh peserta sehingga menjadi modal dalam pengembangan usaha. Beberapa peserta mengakui bahwa wirausaha dapat menjadi jalan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian keluarga.

Peserta diberikan masukan tentang bagaimana perpektif bisnis dan komunikasi yang terdiri dari empat perbedaan pemahaman. Pertama diberikan pengetahuan bahwa bisnis dan komunikasi sama-sama memulai kegiatannya dengan kegiatan produksi namun yang memebedakannya adalah apa yang diproduksi. Dalam komunikasi: yang diproduksi dinamakan informasi, sedangkan dalam bisnis yang diproduksi adalah barang dan jasa.

Kedua, diberikan pemahaman tentang perbedaan perspektif bisnis dan komunikasi dalam aspek cara menyampaikan produk kepada pihak lain. Pada komunikasi pihak lain disebut dengan komunikator, audience, destination, sedangkan dalam bisnis pihak lain disebut dengan konsumen, klien, buyer dan seterusnya.

Ketiga, adalah pemahaman tentang bahwa komunikasi dan bisnis sama-sama

menimbulkan reaksi tertent serta keempat, bahwa bisnis dan komunikasi sama-sama mempunyai hambatan-hambatan yang spesifik.

Selain itu juga peserta diberikan pemahaman tentang manfaat komunikasi bisnis yang berisi tentang manfaat bisnis secara internal yang dapat meningkatkan kemampuan berkomunikasi. Serta manfaat secara eksternal, bahwa komunikasi bisnis juga efektif membawa dampak positif dalam keberhasilan usaha bisnis dan upaya membangun citra perusahaan di mata masyarakat.

Peserta juga diberikan pemahaman tentang karakteristik pesan komunikasi bisnis yaitu:

1. Disusun untuk audience atau penerima yang membutuhkan informasi.
2. Pesan bisnis disusun dengan mempertimbangkan batasan waktu dan biaya.
3. Pesan bisnis biasanya disusun untuk lebih dari satu tujuan.
4. Pesan bisnis harus memperhatikan nada dan pengaruhnya terhadap audience.

Dari berbagai pengetahuan yang diberikan ini para peserta dapat mengikuti dengan baik dan memahami tentang pentingnya kewirausahaan, yang dibuktikan dengan latar belakang para peserta pegebadian yang hamper seluruhnya telah memiliki bisnis/usaha rumahan sendiri.

4.3 Proses penentuan ide usaha dan penerapan pembuatan proposal bisnis untuk kebutuhan UMKM

Pada tahapan ini, prosese pengabdian dimulai dengan memberikan gambaran pemahaman tentang apa itu proposal bisnis dan cara membuatnya. Proposal bisnis merupakan sarana untuk menuliskan pesan-pesan bisnis yang akan menarik public untuk dapat banyak membantu mendanai sebuah bisnis. Kegiatan penulisan pesan bisnis ini dimuali dengan Perencanaan (Planning Phase) untuk menentukan apa yang akan dilakukan di masa

yang akan datang. Dalam perencanaan akan ditentukan hal-hal pokok atau mendasar dari pesan tersebut, seperti: pesan, penerima, ide pokok dan saluran yang digunakan. Tahap selanjutnya adalah proses pengorganisasian untuk menuangkan pesan tersebut dalam bentuk tertulis yang terdiri dari kata-kata, kalimat, paragraf serta menentukan ilustrasi. Tahapan selanjutnya adalah Revisi, yaitu memeriksakan kembali apakah pesan yang disusun, apakah sudah mampu meng-ekspesikan apa ide pokoknya.

Selain itu juga dijelaskan tentang maksud dan tujuan proposal usaha yaitu bagi pengusaha pemula yang terkendala modal, proposal dapat memberikan solusi untuk menggali dana operasional usahanya, sementara bagi pebisnis yang sudah besar, proposal dapat digunakan untuk mengembangkan usaha dengan bekerja sama dengan perusahaan lain atau menerima investor dengan perjanjian tertentu (bagi hasil/kesepakatan lainnya).

Selain itu juga peserta diberikan teknik/langkah-langkah membuat proposal usaha/bisnis dengan panduan sebagai berikut:

Cover / Sampul Kreatif

A. PENDAHULUAN :

- Latar Belakang
- Visi dan Misi

B. PROFIL PERUSAHAAN

- Nama Perusahaan
- Lokasi Perusahaan

C. STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN

D. JENIS USAHA

E. PROSPEK USAHA DAN PEMASARAN

F. RENCANA ANGGARAN BIAYA OPERASIONAL USAHA

G. PENUTUP

Berisi lampiran-lampiran yang bisa berisi gambaran lokasi usaha, berbagai foto kegiatan usaha dan sertifikat izin usaha misalnya.

Setelah dipaparkan tentang langkah-langkah membuat proposal bisnis maka peserta diajak diskusi untuk menyatakan ide masa depan bisnis mereka dan mengevaluasinya konsep ide dan langkah-langkah dalam proposal bisnis bersama-sama dengan memberikan saran-saran.

Para peserta tampak antusias dalam memberikan pernyataan tentang impian pengembangan bisnis di masa depan dan berusaha menuliskan ide-ide tersebut untuk kemudian dapat didiskusikan kembali jika harus menjadikannya sebagai sebuah proposal bisnis yang menarik.



Gambar 2 : Suasana Diskusi Ide Bisnis



Gambar 3 : Pembimbingan konsep Proposal Bisnis



Gambar 4 : Proses Penyuluhan Pengabdian

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

- Kesadaran masyarakat terhadap kewirausahaan sudah cukup baik. Ini dibuktikan dengan seluruh peserta merupakan ibu-ibu rumah tangga yang telah memiliki bisnis sendiri. (Misalnya tepung Mocaf, Baju online, Kantin di area Sungai Suci).
- Tingkat pengetahuan dan pemahaman pentingnya kewirausahaan juga sudah sangat disadari oleh peserta sehingga menjadi modal dalam pengembangan usaha.
- Penentuan ide dan cita-cita usaha ke depan sebagaimana sistematika proposal bisnis telah didiskusikan dan dievaluasi dengan menghasilkan berbagai ide dan konsep pengembangan bisnis di masa yang akan datang.

5.2 Saran

- Sebaiknya potensi daerah wisata Sungai Suci semakin diperhatikan oleh pemerintah daerah dengan menggalakkan masyarakat sekitar untuk menjalankan usaha yang dapat menunjang perekonomian masyarakat sekitar dengan pemberian bantuan modal dan kemudahan akses informasi.
- Diperlukan kegiatan rutin pembimbingan wirausaha untuk masyarakat daerah wisata Sungai Suci terutama pada kalangan ibu-ibu rumah tangga agar dapat menghasilkan produk yang berkualitas dan khas bagi kawasan wisata Sungai Suci.

DAFTAR PUSTAKA

- Guffrey, Mary Ellen & Dana Loewy. 2013. *Business Communication: Process and Product*. South Western : Cengage Learning.
- Purwanto, Djoko. 2006. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta : Erlangga
- Soeryanto Soegoto, Eddy. 2009. *“Entrepreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung*, Jakarta: Kompas Gramedia.
- Thoby Mutis. 1995. *Kewirausahaan yang*

Berproses. Jakarta : Grasindo

Sumber Online :

<https://bengkuluekspress.com/jumlah-ukm-terus-meningkat/>, diakses tanggal 30 Maret 2019, pukul 20.00 wib.

<http://internetmarketing.co.id/peran-umkm-bagi-perekonomian-indonesia/>, diakses tanggal 30 Maret 2019 pukul 20.30 wib.
