

STUDY LITERATURE: STRATEGI PENGEMBANGAN WIRAUSAHA KECIL MENENGAH MASYARAKAT DESA DAN BISNIS YANG TANGGUH UNTUK MENGHADAPI ERA SOCIETY 5.0

Dewi Rosidawati Nur¹, Theodora Gultom², Intan Indria Dewi³, Budi Ilham Maliki⁴

^{1,2,3,4}Universitas Bina Bangsa

Email : dewirosidawati01@gmail.com, Theodora.gultom@gmail.com, chilovekoo@gmail.com,
Budi.ilham.maliki@binabangsa.ac.id

Abstrak

Kewirausahaan yaitu usaha seseorang dalam menciptakan ide yang inovatif untuk menghasilkan suatu produk/jasa yang dapat meningkatkan nilai tambah produk/jasa tersebut melalui cara-cara baru yang berbeda serta mampu menjalankan dan melembagakan usaha dan bisnis yang dimilikinya. Untuk menghindari kegagalan dalam berwirausaha maka dibutuhkan strategi yang cukup baik, sehingga usaha tersebut dapat dibidang mandiri dan sukses jika memiliki pengetahuan serta wawasan tentang wirausaha. Strategi dalam berwirausaha adalah upaya untuk memberikan kesempatan dan peluang bagi seorang wirausahawan agar dapat dengan baik menjalankan bisnis dan usahanya. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi menghadapi Era Society 5.0 yang dapat digunakan dalam mengembangkan wirausaha kecil di desa dan menjadikan bisnis yang sudah berjalan menjadi lebih tangguh. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan memakai referensi dari beberapa literatur jurnal-jurnal sebelumnya.

Kata kunci: Strategi, UMKM, Bisnis Era 5.0

Abstract

Entrepreneurship is the endeavor of an individual to create innovative ideas to generate a product/service that can enhance the value addition of the product/service through new and different approaches, as well as being able to establish and institutionalize their business and enterprise. To avoid failure in entrepreneurship, a fairly good strategy is needed so that the endeavor can be considered independent and successful, provided that one possesses knowledge and insight into entrepreneurship. Entrepreneurial strategy is an effort to provide opportunities and chances for an entrepreneur to effectively run their business and enterprise. This research aims to identify strategies to face the Society 5.0 Era that can be utilized in developing small businesses in rural areas and making existing businesses more resilient. This study employs a qualitative descriptive method using references from various literature and journals.

Keywords: Strategy, Entrepreneurship, Smes, Business In The 5.0 Era

PENDAHULUAN

Pada saat sekarang ini sedang terjadi krisis perekonomian, tetapi ternyata sektor informal dan sektor usaha kecil menengah (UKM) menjadi awal penyelamat pada sektor perekonomian di Indonesia. Kombinasi antara hubungan industri menengah yang penuh masalah dan semakin banyaknya peraturan yang cenderung memberatkan pengusaha kecil (Saepulloh et al., 2024). Setelah krisis moneter 1997 terjadi, kesadaran masyarakat untuk melakukan

kegiatan wirausaha semakin meningkat. Definisi wirausaha mempunyai arti yaitu seorang yang mampu memulai dan atau menjalankan usaha. Menurut Vernia (2018) wirausaha diterjemahkan dari kata entrepreneur yaitu seorang individu yang mampu mendirikan, menjalankan dan melembagakan suatu usaha/bisnis yang dimilikinya. Menurut Marien Pinontoan, dkk dalam buku pembelajaran kewirausahaan (2023), kewirausahaan adalah kemampuan untuk mengkombinasikan dan menggunakan sumber daya seperti uang, tenaga kerja, keterampilan dan material untuk menghasilkan produk atau jasa. Pengertian wirausaha yaitu seseorang yang mampu menggabungkan unsur internal seperti antara lain motivasi, isi, komunikasi, optimisme, dorongan, semangat serta pemanfaatan peluang bisnis dan usaha. Menurut Halim (2022) Pengertian kewirausahaan adalah usaha untuk menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber-sumber melalui cara-cara yang berbeda dan baru.

Agar tidak mengalami sebuah kegagalan dalam berwirausaha maka dibutuhkan strategi yang baik, tetapi usaha tersebut dapat dikatakan mandiri dan berhasil jika memiliki pengetahuan dan wawasan tentang wirausaha. Salah satu strategi umum dalam dunia pemasaran adalah menggunakan konsep bauran pemasaran, yang sering dikenal sebagai marketing mix (Agustin et al., 2024). Selain itu setelah memiliki pengetahuannya, maka kita perlu menerapkannya kedalam bisnis yang dijalani. Keterampilan wirausaha bisa semakin berkembang seiring menjalankan bisnis dengan pengetahuan yang dimiliki. Menurut Suharyono (2017) faktor pendukung wirausahawan agar berhasil menjalankan bisnisnya yaitu memiliki ciri-ciri antara lain berdaya cipta tinggi, memiliki motivasi untuk terus berprestasi, selalu perspektif, memiliki inovatif dan rasa tanggungjawab serta etos kerja yang tinggi, mampu berkomitmen dan berani mengambil resiko serta mandiri, memiliki jiwa kepemimpinan dan selalu mencari peluang, memiliki kemampuan personal dan memiliki kemampuan manajerial yang baik. Agar, Kualitas produk adalah upaya perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen melalui produk yang ditawarkan (Pramudita et al., 2024).

Strategi kewirausahaan yaitu upaya untuk bisa memberikan kesempatan atau peluang bagi seorang wirausahawan agar dapat menjalankan usaha dan bisnisnya menjadi lebih baik

lagi. Namun dalam kenyataannya memanglah tidak mudah untuk menciptakan jiwa kewirausahaan. Di era modern saat ini dalam berwirausaha perlu memiliki inovasi agar terciptanya pandangan baru untuk gambaran dalam melakukan suatu kegiatan bisnis atau usaha yang baru. Selain itu, pengetahuan yang dimiliki oleh masyarakat mengenai pemanfaatan aplikasi digital marketing dan strategi kewirausahaan dapat mematikan jiwa dan semangat wirausaha sehingga tidak adanya tindak lanjut untuk memasarkan produk dan jasa yang dimilikinya.

Sebuah inovasi kewirausahaan dalam buku "Innovation And Entrepreneurship Practice And Principle." yang telah di tulis oleh Peter F. Drucker bahwa berwirausaha dapat diupayakan dengan pendekatan strategi yaitu: strategi Fustest with the mostest, strategi Ecological Niche dan Strategi Changing Value and Characteristics. Ketiga strategi yang ditulis tersebut tidak saling mempunyai keistimewaan tetapi saling memiliki keterbatasan dan risikonya masing-masing. Aspek-aspek dalam strategi pengembangan wirausaha antara lain yaitu aspek motivasi, kepemimpinan, kreatifitas, perubahan pasar, pemasaran serta persaingan usaha dan legalitas usaha. Pada dunia persaingan usaha sering di kenal dengan dinamika persaingan, hal ini berarti jika adanya perubahan – perubahan yang terjadi pada persaingan dan perusahaan maka akan ada perebutan pelanggan atau konsumen dalam waktu – waktu tertentu (Anisah et al., 2024)

Menurut (Soputan, Mamujaja, & Krisnanda, 2021), untuk membangkitkan kemauan menjadi wirausaha dapat dilakukan dengan upaya mengintervensi melalui program-program kewirausahaan. Menurut Ardiansyah, 2020, Seorang yang berani memulai bisnis mampu menciptakan ide-ide yang kreatif dan inovasi serta berani mengambil keputusan untuk berbeda dari bisnis yang sudah ada sebelumnya sehingga akhirnya akan mampu memberikan manfaat bagi masyarakat. Menurut Rahadi & Susilowaty, 2018), dengan begitu bisnis yang sekecil apapun maupun sebesar apapun jika cara kerjanya dengan menciptakan ide kreatif dan inovatif serta dengan kerja keras maka akan menghasilkan keuntungan yang sangat besar. Pemilik bisnis yang sukses itu berasal dari berbagai kalangan, mereka merupakan orang-orang

yang mau berjuang dan bekerja dengan keras serta memiliki kemauan yang keras. Mereka bekerja dengan bersungguh-sungguh dan menghasilkan sebuah nilai.

Ada banyak faktor yang bisa menjadi pendorong bagi seorang untuk terjun ke dunia wirausaha tetapi pada kenyataannya keadaan Usaha Kecil Menengah (UKM) tetap belum mendapatkan kabar yang menggembirakan. Usaha Kecil Menengah (UKM) masih sering diidentifikasi sebagai usaha/bisnis yang masih sulit untuk berkembang dan masih banyak permasalahan yang harus dihadapi seperti lemahnya manajemen Sumber Daya Manusia, kurangnya kualitas produk/jasa yang di hasilkan, pasar yang terbatas untuk pemasaran produk, ketinggalan teknologi serta kurangnya permodalan. Selain itu persaingan di dalam dunia usaha pada saat ini sangat kompetitif untuk dapat selalu tetap eksis dan aktif. Agar usaha dan bisnis bisa tetap tumbuh dan berkembang lebih maju diperlukan suatu kemampuan untuk memahami berbagai situasi dan kendala yang ada, maka untuk menjalankan UKM diperlukan keterampilan dan pengetahuan yang baik dalam sistem manajemen UKM.

Untuk menumbuhkan jiwa wirausaha pada generasi milenial maka diperlukan pengetahuan yang dapat diperoleh dari suatu pelatihan kewirausahaan. Pola pikir masyarakat akan berkembang setelah adanya pelatihan kewirausahaan tersebut. Sehingga masyarakat akan tahu bagaimana cara untuk mengembangkan suatu produk barang dan jasa serta mempersiapkan produk yang bermutu, melakukan pengemasan produk sehingga menarik dengan menambah sentuhan teknologi dalam pemasarannya, serta mampu membuat usaha yang bisa bersaing dengan mempertimbangkan harga di pasar. Pada saat ini untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat maka kita harus bisa meningkatkan kualitas produk agar usaha yang kita jalani tersebut maju sehingga kita bisa berhasil menjadi pengusaha sukses. Menurut Mopangga, H 2015 dalam Ningrum & Madjakusumah, 2022, pengembangan usaha terdiri dari beberapa tugas serta proses yang bertujuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan peluang pertumbuhan dan perkembangan tetapi pada kenyataannya untuk mengembangkan usaha yang pada awalnya dimulai dari nol besar atau baru mengawali usaha sangatlah sulit.

Dalam meningkatkan kemampuan untuk bersaing pada usaha kecil dan menengah (UKM) idealnya masih membutuhkan peran dari pemerintah. Tetapi persaingan disini bukan berarti kemampuan bersaing dengan usaha besar. Namun lebih daripada itu untuk memprediksi dan mengantisipasi kondisi lingkungan usaha tersebut. Peran pemerintah bukan hanya untuk pemberian modal tetapi lebih untuk membuat suatu kondisi yang bisa mendorong dalam mengakses modal oleh UKM dan membina kemampuan UKM. Pemerintah juga harus memihak ke UKM untuk pemberian modal kredit usaha dengan cara mengeluarkan peraturan dan kebijakan, selain itu pemerintah juga harus membina kemampuan UKM dalam hal menghitung modal yang diperlukan dan menyusun proposal pendanaan ke lembaga-lembaga pemberi modal.

Pemerintah memiliki masalah dalam hal untuk pengembangan wirausaha yang tangguh yaitu penetapan strategi dan pemilihan (program) dalam dua keadaan yang berbeda, keadaan yang dimaksud yaitu : (1) mengembangkan dan menjadikan wirausaha baru yang tangguh, (2) mengembangkan dan menjadikan lebih tangguh pengusaha-pengusaha yang sudah ada. Sektor permodalan biasanya menjadi suatu hambatan munculnya UKM yang tangguh. Selain itu juga, faktor manajerial yang masih lemah dan jaringan ditingkat bawah yang belum kuat. Sehingga hal ini menyebabkan UKM mengalami banyak kesulitan untuk memperbaiki hasil produk serta meningkatkan efisiensi usaha. Pengusaha kecil sering mengeluh tentang hal ini. Namun ternyata dilapangan banyak keunggulan yang dimiliki oleh UKM daripada industri besar antara lain : mampu menyesuaikan kondisi pasar untuk keluar masuk produk dipasar. Manajemen operasional biaya overhead untuk UKM lebih kecil sehingga dalam mengantisipasi perubahan lingkungan pasar UKM lebih fleksibel.

Pada industri 4.0 yang menjadi perubahan besar dalam perkembangan hidup umat manusia, terdapat teknologi digital yang sudah berpengaruh sangat besar terhadap kehidupan individu di beberapa faktor, mulai dari faktor sosial, faktor ekonomi, faktor politik atau faktor kehidupan pribadi. Di dalam Industri 4.0 perkembangan teknologi cukup pesat karena terjalin hubungan yang baik antara masyarakat. Dimana masyarakat mempunyai keinginan kuat untuk terus belajar dan berkembang, maka secara tidak langsung industri 4.0 memiliki keterkaitan

timbal balik dengan individu yang harus terus dikembangkan dan dijaga. Era Industri 4.0 memberikan dorongan dalam peningkatan potensi kualitas SDM yang ada di masyarakat. Dengan potensi SDM yang berkualitas dalam masyarakat maka akan menghasilkan kreatifitas. Seperti Jepang selaku negara maju yang telah memberikan contoh dengan penemuan-penemuan teknologi yang canggih di negaranya. Negara Jepang mengenalkan juga konsep teknologi Society 5.0. Menurut Usmaedi, 2021, Konsep Society 5.0 merupakan suatu kondisi dimana masyarakat berkembang sudah dapat memanfaatkan pengetahuan untuk meningkatkan kesejahteraan mereka.

Pada saat sekarang ini untuk menghadapi permasalahan masyarakat 5.0 meminta 3 keahlian dasar yang wajib dimiliki oleh masing-masing individu yaitu kritis, analitis dan kreatif. Tiga keahlian ini harus ditanamkan sejak dini karena sangat dibutuhkan supaya menghasilkan Sumber Daya Manusia yang bisa bersaing di masa depan. Seperti saat ini sudah banyak masyarakat yang mulai bersaing dalam berbagai bidang kehidupan yang salah satunya adalah persaingan di bidang bisnis. Dalam dunia usaha dan bisnis tidak hanya memberikan masyarakat sebuah pekerjaan, melainkan juga dapat menciptakan lapangan kerja baru untuk orang lain. Wirausahawan-wirausahawan muda dalam hal ini dituntut agar mampu lebih kreatif untuk memajukan usahanya ditengah gencaran Society 5.0. Pada Society 5.0 bertujuan mengubah peran manusia, menciptakan kenyamanan, dan memperpanjang masa produktif setiap orang (Sari et al., 2024).

Seperti disebutkan di atas, sering dipahami bahwa kewirausahaan adalah harmonisasi dalam kreativitas yang mampu menghasilkan ide dengan banyak mempertimbangkan risiko dan kemungkinan yang akan terjadi serta menumbuhkan inovasi untuk mengimplementasikan kreatifitas idenya yang berupa produk barang dan jasa yang mempunyai nilai jual untuk wirausahawan tersebut. Wirausahawan-wirausahawan berlomba untuk menciptakan dan menghasilkan inovasi baru di era society 5.0. Dikarenakan saat ini untuk mencari sebuah pekerjaan sangatlah sulit sehingga wirausahawan muda yang pandai melihat kesempatan dan peluang usaha memiliki minat untuk membuka usaha dan lapangan kerja baru.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif dengan penjabaran secara deskriptif yang mengacu pada study literature. Menurut Creswell (2008), pengertian metode penelitian kualitatif yaitu suatu penelusuran atau pendekatan untuk memahami dan mengeksplor suatu gejala sentral/pusat, (Semiawan, 2010) dalam (Fania dkk, 2022). Hasil penelitian ini semua Informasi dan data nya di analisis dengan menggunakan artikel ilmiah atau jurnal yang memiliki reputasi berskala internasional dan nasional. Menurut Dragoi, 2021, Metode penelitian yang akan digunakan, dipilih sebagai tujuan awal untuk penyusunan artikel ini sehingga menjadi titik awal bagi para peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian pada subjek tersebut di atas.

Alur dalam pemikiran penelitian ini diawali dari adanya krisis perekonomian sehingga membuat masyarakat umum dan masyarakat desa pada khususnya berpikir agar tetap bisa bertahan hidup di era krisis ini, dan membuat serta mengembangkan suatu usaha agar perekonomian keluarga tetap baik bahkan dapat meningkat apalagi di era Society 5.0 mendatang.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Analisis

Menunjukkan distribusi referensi jurnal yang dipakai sebagai acuan untuk membuat artikel publikasi dengan judul "Strategi Pengembangan Wirausaha Kecil Menengah Masyarakat Desa dan Bisnis yang Tangguh untuk menghadapi Era Society 5.0", jurnal karya ilmiah yang dijadikan sumber referensi oleh penulis untuk menghasilkan penelitian ini diambil sekitar tahun 2020 s/d 2023, yaitu sekitar empat tahun terakhir, lebih banyak dibandingkan dengan referensi jurnal yang diambil pada tahun-tahun periode sebelumnya.

Tema-tema karya ilmiah yang dibahas dalam artikel penelitian ini dapat disimpulkan bahwa untuk membuka suatu usaha atau bisnis diawali oleh adanya sumber daya manusia yang sudah memiliki pengetahuan tentang bisnis apa yang akan di buat. Selain pengetahuan juga harus memiliki motivasi dan keinginan untuk berwirausaha, kemudian adanya modal keuangan sesuai dengan bisnis apa yang akan di bukanya. Namun dalam sebuah usaha yang

sudah berjalan maka harus memiliki strategi untuk mengembangkan usahanya agar menjadi lebih maju dan tangguh. Faktor-faktor yang harus di miliki oleh seorang wirausahawan agar usahanya dapat maju berkembang mendekati era society 5.0 antara lain mampu memasarkan produk atau jasa yang dihasilkan kedalam digital marketing agar produk dan jasa tersebut dapat di ketahui oleh costumer luas dan di minati. Selain itu produk barang dan jasa harus di jaga kualitasnya sesuai dengan kebutuhan pasar agar customer merasa puas dengan usaha / bisnis yang dibuat, karena kepuasan customer merupakan salah satu bentuk usaha untuk mengembangkan produk dan jasa ke pasar industri. Jika usaha ini berkembang maka ekonomi desa akan mengalami peningkatan dan dapat mengurangi pengangguran karena akan banyak membuka lahan pekerjaan yang dapat menyerap tenaga kerja dari berbagai kalangan. Penelitian ini sengaja di buat untuk lebih mendalami faktor faktor pendukung dan strategi agar suatu bisnis atau usaha barang atau jasa dapat berkembang dan menjadi tangguh di era society 5.0.

Tabel 1. Analisis Referensi Jurnal

Peneliti	Kata kunci	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
Afra Shafa Ramadlani, Naufal Fajri, dan Adriana De Araujo Dos Santos	Strategi Wirausaha, masyarakat	Kualitatif	Strategi dalam kewirausahaan adalah upaya memberikan peluang bagi wirausahawan untuk menjalankan bisnis mereka dengan baik. Wujud inovasi berwirausaha dapat diupayakan dengan pendekatan strategi kewirausahaan dalam buku berjudul "Innovation And Entrepreneurship Practice And Principle", yang ditulis oleh Peter F. Drucker.
Veny Purwanti, Nuansa Bayu Segara, Kusnul	Wirausaha, society 5.0, wedding organizer,	Kualitatif	Wirausaha kalihkitha menggunakan strategi untuk bertahan di era society 5.0, menurut teori strateginya ada tiga macam, yaitu konsep pernikahan, implementasi, dan evaluasi.

Khotimah, dan Dian Ayu Larasati	kalihkitha wedding organizer, strategi		
Lusmimno Basia, John Suprihanto, dan Armaidly Armawi	Kewirausahaan mandiri dan ketahanan ekonomi keluarga, strategi	Kuantitatif dan kualitatif	Dari 7 indikator strategi pengembangan wirausaha dalam penelitian ini hanya terdapat 4 indikator yang mampu dilaksanakan secara efektif oleh para pemuda. Sedangkan 3 indikator lagi belum mampu dilaksanakan dengan baik dan efektif yaitu Kepemimpinan, pemasaran, dan legalitas usaha, ini karena kurangnya sumberdaya dan modal. Sedangkan indikator motivasi dan kreativitas telah mampu dilakukan dengan baik oleh para pemuda, tetapi indikator ini masih menemui hambatan dalam perubahan pasar dan persaingan usaha.
Tejo Nurseto	Kewirausahaan, UKM	Kualitatif	Menciptakan dan mengembangkan wirausaha yang tangguh memerlukan pertimbangan dan pemikiran yang matang. Program dan strategi tanpa kajian matang tidak akan memberikan hasil optimal.
Grace Jenny Sopotan, Nova Ch. Mamuaja, dan Made Krisnanda	Program Pengembangan Kewirausahaan, Strategi, Wirausaha Mandiri	Kualitatif	Program Pengembangan wirausaha dianggap sebagai bentuk strategi dalam merubah tingkah laku mahasiswa untuk menjadi salah seorang wirausaha. Rencana program ini harus berkesinambungan dan konsisten agar dapat menciptakan lebih banyak lagi wirausaha baru di masa depan.

I Wayan Sujana, Ernawati Malik, Wa Ode Al Zarliani, dan Erdin Sapuitra	Bisnis, kewirausahaan, strategi	Kualitatif	Kegiatan yang berkesinambungan melalui pelatihan packaging, design, kualitas produk dan inovasi, izin edar produk dan penggunaan media digital online sangat diperlukan untuk memaksimalkan pemasaran.
Usman Moonti , Erman I.Rahim, dan Ardiansyah	Inovasi, Kewirausahaan, Pandemi	Kualitatif	Hasil penelitian dari sosialisasi ini menumbuhkan keinginan yang kuat dari masyarakat untuk mencoba merintis suatu usaha secara mandiri dengan sumber daya yang tersedia dan dimiliki oleh Desa Botubarani. Kegiatan pelatihan mengenai inovasi kewirausahaan dan pendampingan akan dilakukan untuk menggali potensi diri yang ada pada masyarakat desa Botubarani di masa pandemi covid 19.
Regi Utami Nasution	Kewirausahaan, Memulai bisnis Baru, dan Pola Pikir Kreatif.	Kualitatif	Para pengusaha UKM yang ada di Indonesia harus mengembangkan gagasan bisnis yang terbaik untuk memulai bisnis baru dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat Indonesia.
Devina Febryani P.W, Erwin Permana ²	Strategi, kewirausahaan, mahasiswa	Kualitatif	Untuk mengembangkan minat dalam berwirausaha oleh mahasiswa di kota Depok yaitu dengan menggunakan strategi kewirausahaan melalui pelatihan wirausaha dan pemberdayaan masyarakat serta mata kuliah kewirausahaan di kampus masing-masing.
Irsan Trichayadinata, Alma Argriphi Ardhia Pramesti	Digital marketing,	Kualitatif	Strategi kewirausahaan melalui kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM di Kampung Amplang berjalan sangat lancar meskipun ada

Wijaya, Amalia Nur, Ekinda Famelia Prisca, Nurmawati, dan Zulfah Marwa Nabila	UMKM, shopee		sedikit beberapa kendala. Setelah kegiatan tersebut, UMKM mampu menjual produknya secara online melalui media digital platform shopee dan memperoleh pasar yang lebih luas.
Rani Rubiyanti, Tovani Sri, dan Adi Wibowo	digital marketing, kewirausahaan, teh binahong, lengkongsari	Kualitatif	Pelatihan tentang cara mengemas teh binahong, aplikasi digital marketing dan strategi kewirausahaan memberikan dampak positif pada masyarakat. Mitra yang mengikuti pelatihan meningkatkan pengetahuan mereka tentang bagaimana cara mengemas teh binahong dan strategi dalam berwirausaha.
Dindin Muadin, Lidya Nur Amalia, Zulfikar Noormansyah.	keberhasilan, wirausaha, agribisnis, faktor-faktor	Kualitatif	Dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku usaha akan sukses tergantung pada perilaku, budaya masyarakat dan latar belakang pendidikan. Selain itu, harus konsisten dalam menjalankan usaha, mengetahui keinginan pasar, dan memiliki pengetahuan mengenai manajemen usaha. Selain itu, harus bisa beradaptasi dengan lingkungan dan mampu mengikuti perkembangan teknologi informasi karena ini sangat diperlukan untuk mencapai kesuksesan dalam berwirausaha.
Fai'zah Laila Maulidah, Renny Oktafia	Business Development, Community Welfare, Maqashid Syariah	Kualitatif	Pemilik usaha snack di Desa Kweden memiliki strategi untuk mengembangkan usaha kecil dan mikro, seperti menjalankan dan menghasilkan produk usaha yang halal serta meningkatkan pekerja, kualitas jenis produksi harus dijaga dan harus menjaga hubungan baik dengan customer.

Strategi kewirausahaan adalah upaya untuk memberikan kesempatan bagi seorang wirausaha untuk menjalankan usaha yang mereka alami dengan baik. Di era modern seperti sekarang ini dalam menciptakan jiwa seorang wirausaha harus membutuhkan suatu inovasi agar mendapat gagasan baru yang bisa dilakukan untuk membangun suatu usaha yang baru. Dalam buku berjudul "innovation entrepreneurship practice and principle" yang ditulis oleh Peter F. Drucker menerangkan bahwa strategi dalam menjalankan kewirausahaan dibagi menjadi tiga bagian adalah strategi "ecological niche", "Fustest with The Mostest", dan "Changing Value and Characteristics". Strategi ini masih memiliki resiko dan batasan masing-masing. Untuk mengembangkan sebuah wirausaha dapat menggunakan beberapa aspek strategi yaitu antara lain aspek kreativitas, motivasi, kepemimpinan, persaingan usaha, pemasaran, perubahan pasar dan legalitas usaha.

Penggabungan konsep teknologi revolusi industri 4.0 menjadi Era Society 5.0 membutuhkan aspek humaniora dalam menyelesaikan suatu permasalahan sosial dan menciptakan tindak lanjutnya. Fungsi dari Teknologi ini merupakan bagian kehidupan manusia, sehingga teknologi dan manusia sekarang harus berjalan beriringan dan tidak dapat dipisahkan. Sarana media digital termasuk didalamnya seperti media sosial juga harus terlibat dalam pengembangan konsep Society 5.0 dengan perannya dalam menyebarkan informasi yang berkaitan dengan masyarakat dan dapat menciptakan daya sebar informasi yang kuat secara global. Hal ini upaya yang dilakukan dengan cara perluasan bidang komunikasi yang sangat luas melalui berbagai platform digital, seperti media sosial, pesan instan, dan konten online (Fikri et al., 2024)

Terdapat 7 indikator strategi pengembangan wirausaha untuk mewujudkan wirausahawan mandiri, namun dari 7 indikator tersebut masih ada 3 (tiga) indikator yang belum terlaksana secara efektif dan maksimal oleh pemuda dan masyarakat desa pada umumnya. Indikator tersebut adalah kepemimpinan, legalitas usaha dan pemasaran. Hal ini disebabkan karena terdapat sumber daya manusia yang kurang berkualitas serta kurangnya modal untuk mengembangkan suatu usaha dalam hal pemasaran produk dan pengurusan

kelegalitasan usahanya. Sedangkan indikator lain seperti kreativitas dan motivasi dalam strategi pengembangan mewujudkan wirausaha yang mandiri sudah dilakukan dengan baik oleh pemuda dan masyarakat desa. Tetapi untuk persaingan usaha dan perubahan harga pasar masih memiliki hambatan karena penetapan harga suatu produk usaha masih mengacu pada kebijakan pemerintah mengenai harga pasar seperti kenaikan tarif dasar listrik dan bahan bakar. Ini menjadi salah satu penghambat untuk mewujudkan wirausaha yang mandiri di desa.

Menciptakan dan mengembangkan wirausaha baru maupun wirausaha yang sudah ada untuk menjadi wirausaha yang tangguh harus memiliki pertimbangan yang matang dan jelas. Suatu program dan strategi yang ingin dijalankan tanpa adanya pemikiran yang matang maka program tersebut tidak akan pernah bisa memberikan suatu hasil yang maksimal. Satu cara untuk menciptakan wirausaha baru yang tangguh bisa dengan melakukan penciptaan iklim yang nantinya akan mampu menanamkan budaya wirausaha, serta melalui tingkatan operasional yaitu dengan menggunakan pola bisnis inkubasi. Selain cara tersebut, pendidikan formal dan nonformal juga bisa digunakan untuk menciptakan wirausaha baru, dengan cara menanamkan jiwa dan semangat kewirausahaan yang nantinya bisa melahirkan wirausaha-wirausaha baru yang tangguh dan handal. Kehadiran wirausaha-wirausaha baru ini nantinya mampu untuk menciptakan peluang kerja bagi dirinya sendiri maupun bagi oranglain.

Tujuan dibuatnya Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK) adalah untuk pembinaan masyarakat dan sebagai motivasi dalam menciptakan wirausaha baru yang mandiri dan kreatif, dengan cara membekali pengetahuan kepada masyarakat untuk dapat membuka usaha baru. Salah satu Program dari Pengembangan Kewirausahaan (PPK) yaitu antara lain melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, tujuan kegiatan ini untuk memberikan pengetahuan kepada wirausahawan mengenai strategi-strategi mengembangkan bisnis di desa. Salah satu strateginya yaitu melakukan pelatihan tentang kewirausahaan dan melakukan pendampingan yang berhubungan dengan pelatihan cara mendesign produk, cara packaging, memberikan contoh inovasi serta menilai kualitas produk, pengurusan perizinan edar produk, dan penggunaan media digital online untuk memaksimalkan pemasaran produk. Untuk pelaku usaha maupun calon pelaku usaha harus

mampu mengasah keterampilannya sehingga bisa bermanfaat untuk dapat berwirausaha. Keterampilan ini sangat berpengaruh dalam memberikan dampak yang besar bagi masa depan dan cara bertingkah laku mereka di lingkungan. Permasalahan dari pelaku usaha di desa antara lain yaitu masih rendahnya dalam memilih ide untuk produk, modal usaha minim dan terbatas, inovasi yang kurang, dan teknik pemasaran secara teknologi yang belum bisa mereka gunakan dan ambil peluangnya.

Kegiatan pengabdian ini memberikan sosialisasi agar masyarakat desa dapat mengubah pola pikir mereka dan tertarik untuk berwirausaha dengan menggunakan inovasi-inovasi baru. Materi yang diberikan mengenai strategi dalam pengembangan kewirausahaan seperti strategi marketing, dan macam-macam usaha yang cocok pada pasca pandemi dan memasuki era society 5.0. Sehingga masyarakat desa dapat tergerak hatinya dan menumbuhkan keinginan untuk merintis usaha secara mandiri. Kegiatan ini harus berlanjut dalam mendampingi dan melatih pelaku usaha untuk berinovasi lebih dan menggali potensi yang dimiliki oleh masyarakat. Kewirausahaan/entrepreneur bukanlah pekerjaan melainkan pola pikir.

Kewirausahaan adalah tindakan individu yang memiliki semangat, bahkan respons positif terhadap peluang untuk menghasilkan keuntungan bagi dirinya sendiri, dan untuk melayani pelanggan/masyarakat lebih baik lagi; dengan cara selalu berusaha untuk menemukan dan menciptakan serta memberikan hasil keterampilan yang berguna dengan cara kreativitas, pengambilan resiko, inovasi, dan keterampilan manajemen. Dalam bisnis dan kewirausahaan membutuhkan semangat gigih dan keberanian dalam mengambil suatu risiko untuk dapat memenangkan persaingan. Filter seorang wirausahawan adalah karakteristiknya. Jika tidak memiliki karakter maka memulai bisnis hanyalah untuk coba-coba. Banyak yang ingin menjalankannya namun karena kurang kepribadian akhirnya harus berhenti di tengah jalan. Wirausahawan tanpa karakter yang kuat maka tidak dapat berjalan. Selain itu, mereka yang berbisnis juga harus melihat dengan optimis peluang dan usaha yang bisa mereka dapatkan. Jadi kemauan dan semangat serta didukung ketekunan dapat menghasilkan bisnis semakin terus berkembang dan meningkat. Inovasi kewirausahaan mampu membuka pangsa pasar

peluang diversifikasi produk. Lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif memaksa pengusaha untuk memperoleh terobosan baru. Karakter bangga diri dan puas diri bisa membuat bisnis terpuruk. Oleh karena itu, inovasi merupakan jawaban bagi pengusaha untuk sukses.

Kreativitas merupakan inovasi yang dapat diimplementasikan dan ditransformasikan menjadi sesuatu yang mampu memberi nilai tambah dari usaha yang kita miliki. Sehingga dalam inovasi dibutuhkan kreatifitas dan kecerdasan. Inovasi merupakan kunci dalam pembangunan ekonomi nasional. Bagi seorang wirausahawan, inovasi adalah tentang mengambil untung dari sebuah perubahan bukan menciptakannya. Ide-ide inovatif bisa datang dari kreativitas eksternal maupun internal. Untuk menghadapi persaingan dan ekonomi global yang semakin kompleks, maka kreativitas dibutuhkan dalam menciptakan keunggulan yang kompetitif dan juga untuk pengembangan usaha yang berkelanjutan. Sumber daya manusia yang inovatif dan kreatif, serta berjiwa wirausaha sangat penting dalam menghadapi tantangan global. Seorang wirausahawan harus memiliki keunggulan yang bisa menciptakan nilai tambah. Penambahan nilai dapat dihasilkan dengan inovasi dan kreativitas. Bagi seorang pengusaha, hal-hal terkecil pun layak untuk mendapatkan perlakuan kreatif. Kreativitas wirausaha merupakan harga tetap. Seorang pengusaha bisa berhasil apabila mereka mampu mengembangkan pola pikir kreatif dan menerapkan hal lama dan baru dengan cara yang lebih inovatif.

Perubahan setelah melakukan pengabdian kepada masyarakat melalui pengadaan pelatihan digital marketing, memberikan dampak positif terhadap masyarakat desa, yaitu mengenai pengetahuan tentang strategi kewirausahaan. Antusias masyarakat sangat besar untuk menggunakan aplikasi digital marketing dalam pemasaran produk maupun jasa yang dihasilkan. Pada awalnya pemasaran produk oleh masyarakat desa dilakukan secara offline, namun setelah kegiatan ini masyarakat mampu memasarkan produk mereka dengan menggunakan platform digital online sehingga wilayah pemasaran akan semakin luas. Kegiatan ini diharapkan oleh masyarakat agar bisa terus di dampingi dan dipantau melalui whatsapp agar pelaku usaha yang belum memahami tentang platform online ini dapat bertanya

sehingga memudahkan pelaku usaha mengembangkan pasar usahanya. Media sosial sendiri memiliki banyak peran, termasuk dalam dunia bisnis yang terus mempublikasikan produknya pada publik karena beberapa alasan, salah satunya untuk menciptakan citra merek terhadap produknya (Firdaus et al., 2024)

Kesuksesan dalam berwirausaha yang dimiliki oleh setiap pelaku usaha memiliki caranya masing-masing sesuai dengan perilaku dan kebiasaan saat menjalankan usaha, latar belakang pendidikan dan budaya masyarakat juga dapat mempengaruhi pola pikir pelaku usaha sehingga mampu membuat usahanya sukses. Kegiatan dalam berwirausaha jika ingin sukses maka harus dijalankan dengan sungguh-sungguh, konsisten serta memahami keinginan pasar, kemudian harus memperkuat pengetahuan tentang manajemen usaha, dan juga harus selalu mengikuti perkembangan teknologi informasi, sehingga mampu beradaptasi dengan lingkungan.

Dalam mengembangkan usaha kecil dan mikro seperti usaha makanan maupun usaha lainnya harus memiliki strategi yaitu : menjalankan usaha yang baik dan halal, tingkatkan kualitas pekerja, jenis produk harus dijaga kualitasnya, menjaga hubungan dengan customer dan melakukan pelayanan yang baik, dan yang terakhir adalah modal. Hal ini bertujuan untuk mengembangkan usaha tersebut, sehingga para customer tidak akan kecewa untuk membeli produk yang ditawarkan, dengan demikian produk usaha tersebut akan terus berkembang dengan pesat.

KESIMPULAN

Strategi dalam kewirausahaan adalah upaya dalam rangka memberikan suatu peluang bagi seorang wirausaha untuk menjalankan bisnis dengan baik. Di Era Society 5.0 fungsi teknologi menjadi bagian terpenting pada kehidupan manusia, sehingga teknologi dan manusia berjalan beriringan melalui konsep ini. Di antara 7 indikator dalam strategi mengembangkan usaha untuk mewujudkan sebuah wirausaha mandiri terdapat 3 indikator yang belum dapat dilaksanakan dengan baik yaitu kepemimpinan, legalitas usaha dan pemasaran. Strategi dalam menciptakan dan mengembangkan wirausaha yang tangguh harus

matang sehingga memberikan hasil yang maksimal. Strategi tersebut antara lain membuat Program Pengembangan Kewirausahaan (PPK) yang bertujuan membekali masyarakat dalam merintis usaha baru.

Program Pengembangan Kewirausahaan salah satunya yaitu dengan pengabdian kepada masyarakat, tujuan kegiatan ini untuk berbagi pengetahuan berupa pelatihan-pelatihan kepada wirausahawan dalam hal strategi pengembangan wirausaha dan bisnis di desa-desa. Kewirausahaan membutuhkan semangat gigih dan berani mengambil resiko untuk memenangkan persaingan bisnis. Sumber Daya Manusia yang inovatif, kreatif dan berjiwa wirausaha sangat penting untuk menghadapi perlawanan global di jaman Society 5.0, salah satunya melakukan pemasaran produk menggunakan digital marketing.

DAFTAR PUSTAKA

- Afra Shafa Ramadlani, Naufal Fajri, dan Adriana De Araujo Dos Santos. Studi literature : Strategy kewirausahaan dalam upaya mengembangkan usaha masyarakat. *Jurnal Comm-Edu*. ISSN:2622-5492 (print), 2615-1480 (online). Volume 6 No. 1, January 2023.
- Agustin, I.D; Hasanah, Uswatun; Gusliyani, Ani; Laksana, A. (2024). Strategi Pemasaran Guardian Ramayana Kota Serang Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Wardah. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran Dan Penelitian Mahasiswa*, 6(1), 45–54. <https://doi.org/10.51903/jurnalmahasiswa.v6i1.818>.
- Anisah, A., Dwiyantri, S., Suminah, S., Hanip, H., & Laksana, A. (2024). Upaya Koperasi Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah (KSPPS) Abdi Kerta Raharja Untuk Meningkatkan Citra Positif terhadap Masyarakat di Tengah Persaingan dengan Kompetitor. *Education and Social Science Journal*, 1(2), 125–134. Retrieved from <https://naluriedukasi.com/index.php/eticjournal/index>.
- Ardiansyah, Tedy, (2020). Kreativitas dan Inovasi dalam berwirausaha, *Jurnal Usaha*, 1(2), 19-25.
- Cresswell, 2008. *Research Design*. Yogyakarta : Pustaka Belajar diterjemahkan oleh Achma Fawaid.
- Devina Febryani P.W, Erwin Permana Strategi pengembangan kewirausahaan mahasiswa di kota Depok. *Jurnal Dedikasi* volume 2 Number 1 (2023), ISSN 2828-1101 (print), ISSN 2828-0741 (online).
- Dindin Muadin, Lidya Nur Amalia, Zulfikar Noormansyah. Faktor-faktor keberhasilan berwirausaha tani (Agribisnis) sebuah study literatur *Jurnal Ilmiah mahasiswa AGROINFO GALUH* volume 8, Nomor 1, Januari 2021 : 232-236.
- Dragoi, D.A., 2021. Metode, instrument, dan timbangan yang digunakan untuk mengukur citra Negara : tinjauan Literatur. *Ilmu Ekonomi* vol.XXL No.2, p-12.

- Fai'zah Laila Maulidah, Renny Oktafia. Strategi pengembangan usaha kecil dan mikro serta dampak kesejahteraan masyarakat desa kweden kecamatan tarik kabupaten sidoarjo (menurut pandangan maqashid syariah), *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(03), 2020, 571-581.
- Firdaus, Z. M., Febriyanti, G., & Laksana, A. (2024). Peran Media Sosial dan Citra Merek dalam Minat Beli Ms Glow. *Education and Social Science Journal*, 1(2), 119–124. Retrieved from <https://naluriedukasi.com/index.php/eticjournal/index>.
- Fikri, R., Mujahidin, M. H., Sutisna, N. A., & Najat, N. K. (2024). Dinamika Komunikasi Korporasi dalam Meningkatkan Keterlibatan Karyawan Generasi Z. *Education and Social Science Journal*, 1(2), 107–118. Retrieved from <https://naluriedukasi.com/index.php/eticjournal/index>.
- Grace Jenny Soputan, Nova Ch. Mamujaja, dan Made Krisnanda. Strategi membentuk wirausaha baru di kampus, *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis* Vol.26 No.1 June 2021.
- Halim, Ismail (2022), *Kewirausahaan Koperasi*
- Irsan Tricahyadinata, Alma Argriphi Ardhia Pramesti Wijaya, Amalia Nur, Ekinda Famelia Prisca, Nurmawati, dan Zulfah Marwa Nabila. Pengoptimalan digital marketing untuk meningkatkan penjualan kampong amplang di kota Samarinda melalui platform shopee, *ABDIMU Jurnal pengabdian kepada masyarakat; ekonomi; manajemen; bisnis dan akuntansi* volume 02 Issue 1, 2023 page 36-41.
- I Wayan Sujana, Ernawati Malik, Wa Ode Al Zarlioni, dan Erdin Saputra. Strategi pengembangan bisnis dan wirausaha *Community Development Journal* Vol.4 No.5 tahun 2023, hal.9963-9966. *Kamus Manajemen- LPPM*
- Lusmimno Basia, John Suprihanto, dan Armaidly Armawi. Strategi wirausahawan muda menghadapi era society 5.0 di kota Surabaya (studi kasus pada kalihkita wedding organizer), *Sosearch : social science educational research*, volume 2(2) (2022) : 104-117, ISSN (online) : 2774-2776.
- Marien Pinontoan, dkk. *Buku pembelajaran kewirausahaan* (2023).
- Peter F. Drucker. Dalam buku berjudul "Innovation And Entrepreneurship Practice And Principle".
- Pramudita, S., Miliani, A., Saputra, R. E., & Fatchurrochman, A. (2024). Strategi Komunikasi Korporasi Kepuasan Pembelian dan Kualitas Produk Geprek Benu. *Education and Social Science Journal*, 1(2), 99–106. Retrieved from <https://naluriedukasi.com/index.php/eticjournal/index>
- Rahadi, Dedi Rianto, & Susilowaty, Ety, (2018). Kreatifitas Kewirausahaan sosial dan menggali ide usaha baru melalui pengolahan kripik tempe lupin. *Jurnal pengabdian dan kewirausahaan*, 1(1).
- Rani Rubiyanti, Tovani Sri, dan Adi Wibowo. Strategi kewirausahaan dan digital marketing produk teh binahong di tawang, tasikmalaya, jawa barat *Edukasi Masyarakat Sehat Sejahtera (EMaSS) : Jurnal pengabdian pada masyarakat* volume 2 no. 1 tahun 2020.
- Regi Utami Nasution. Strategi memulai bisnis baru dalam berwirausaha *JSIM : Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, p-ISSN : 2721-2491 e-ISSN : 2721-2246 Vol.3, No.3, Juli 2022.
- Saepulloh, A., Dewi, I. I., Laksana, A., & Ferdiana, R. (2024). Analisis Dinamika Sosial Bagi

- Organisasi Serikat Pekerja pada Kebijakan Undang-Undang Cipta Kerja Peraturan Pemerintah Nomor 51 dalam Penetapan Upah Minimum 2024 di Provinsi Banten, 7(1), 35–46. <https://doi.org/https://doi.org/10.61332/ijpa.v7i1.136>.
- Semiawan, C.R., 2010. metode penelitian kualitatif, Jakarta Pusat : Grasindo.
- Soputan, G.J., Mamujaja, N.C., Nova CH., & Krisnanda, Made, (2021). Strategi membentuk wirausaha baru di kampus, Jurnal kewirausahaan dan bisnis, 26(1), 45-54.
- Suharyono. (2017). Sikap dan perilaku wirausahawan. Jurnal Ekonomi Modernisasi, 40 (56), 6551-6586.
- Tejo Nurseto. Strategi menumbuhkan wirausaha kecil menengah yang tangguh, Jurnal ekonomi dan pendidikan volume 1, nomor 1, Februari 2004.
- Usmaedi, (2021). Education curriculum for society 5.0 in the next decade. Jurnal pendidikan dasar seti budhi, 4(2), 1-30.
- Usman Moonti, Erman I. Rahim, dan Ardiansyah. Strategi pengembangan kewirausahaan Desa Botubarani masa pandemic covid-19 JAT 1 (1), 1-4. 2021, e-ISSN ; 2798-6624.
- Veny Purwanti, Nuansa Bayu Segara, Kusnul Khotimah, dan Dian Ayu Larasati. Strategi pengembangan wirausaha pemuda dalam mewujudkan wirausahawan mandiri dan implikasinya terhadap ketahanan ekonomi keluarga (studi pada koperasi Sumekar dikampung Sanggrahan Pathuk, kecamatan Ngampilan kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta), Jurnal Ketahanan Nasional No.1, 27 April 2016.
- Vernia, D.M. (2018). Pengaruh Efikasi Diri dan Pendidikan Kewirausahaan terhadap minat Berwirausahaan di SMK Nural Iman Jakarta. Lectura : Jurnal Pendidikan, 9(1), 10-16.