

Program Pembinaan UMKM Berbasis Muslimpreneur pada Kelompok UMKM Forbis Greeone

Hanny Nurlatifah

Universitas Al Azhar Indonesia

hanny@uai.ac.id

Ringkasan

Mitra Kelompok UMKM Forbis Alumni Greeone adalah kumpulan pengusaha UMKM yang mayoritas anggotanya adalah alumni SMPN 1 Cimahi. Produk dari mitra sebagian besar adalah produk kuliner dan sebagian kecil produk pertanian. Kualitas dari produk kuliner Mitra lumayan bagus dan mempunyai citarasa yang enak dan produk pertanian yang dihasilkan mitra seperti sayur-sayuran sangat bagus karena ditanam di wilayah yang subur dengan kualitas tanah yang bagus. Mekanisme pemasaran yang dilakukan mitra adalah dengan mengandalkan jaringan pertemanan dan media sosial seperti WA grup, Facebook. Sebagaimana UMKM pada umumnya yang mempunyai permasalahan seperti pengelolaan usaha yang belum profesional, pemasaran yang terbatas serta permodalan yang minim. Untuk mengatasi masalah tersebut Kelompok UMKM Forbis Alumni Greeone mengharapkan adanya pembinaan agar kegiatan usaha mereka menjadi lebih profesional serta daya saing produk mereka meningkat dan terjadi perluasan pasar. Setelah melihat permasalahan yang dihadapi Mitra dan menelaah situasi yang sedang terjadi saat ini, tim pengusul menemukan dua permasalahan utama. Permasalahan tersebut adalah: 1). Permasalahan usaha yaitu manajemen usaha yang belum profesional sehingga kinerja usaha dan daya saing produk menjadi rendah, permodalan dan saluran pemasaran yang terbatas, 2) Permasalahan etika berusaha, dimana tujuan utama dalam berbisnis yaitu mendapatkan keuntungan yang besar dapat mengakibatkan persepsi negatif.

Tim memberikan solusi pembinaan program hard skill mengatasi permasalahan usaha dan program soft skill untuk mengatasi permasalahan etika berusaha. Solusi dengan program hard skill meliputi: Pelatihan kewirausahaan, pemasaran dan optimalisasi penggunaan platform digital untuk pemasaran produk. Solusi program soft skill adalah dengan memberikan pembekalan nilai-nilai muslim-preneurship yang disarikan dari hasil riset ketua pengusul, yang memiliki empat elemen nilai utama yaitu aktivasi spiritual (spiritual activation), fondasi religius (religious foundation), interaksi manusia dan alam (human and nature interaction) serta panduan moral (moral guidance). Alasan dipilih pendekatan muslimpreneurship ini karena pembinaan dengan pendekatan ini dianggap relevan dengan situasi yang terjadi saat ini yaitu pandemi COVID-19. Program ini akan berjalan selama 3 bulan, yang terdiri 1 bulan persiapan, 5 bulan pelatihan dan 2 bulan implementasi. Tahapan metode program sebagai berikut: 1) Persiapan, dilakukan dalam rangka sosialisasi program, melakukan asesmen awal (pre-test) terhadap peserta, serta perumusan program. 2). Pelaksanaan Pelatihan, Pelatihan dilakukan dengan 5 topik materi yaitu Pengenalan Nilai-Nilai Muslimpreneurship, Kewirausahaan, Pemasaran, Proses Halal, dan Platform Digital. Pelatihan dilaksanakan dalam 3 sesi dilaksanakan dalam jangka waktu 3 bulan. Sebagai pilot project dibina sebanyak 10 anggota Mitra untuk diberi pelatihan. Target luaran dari program hard skill adalah peningkatan keterampilan kewirausahaan, pemahaman mengenai konsep pemasaran serta peningkatan kinerja usaha. Target luaran dari program soft skill adalah terbentuknya karakter kewirausahaan yang positif yaitu beretika dan bereputasi baik serta pelayanan konsumen yang lebih baik.

Kata Kunci: *Muslimpreneur, UMKM, Platform Digital*