

Implementasi model 7 TOP kewirausahaan pada UMKM di masa pandemi

L.A Wibowo¹, T.A Koeswandi & Y.M Hidayat

Universitas Pendidikan Indonesia

liliadiwibowo@upi.edu

Abstrak: Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan implementasi model 7 TOP kewirausahaan dalam pengembangan UMKM di masa pandemi. Penelitian ini merupakan jenis deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode implementasi dilakukan berdasarkan kurikulum 7 TOP Kewirausahaan OKOCE terhadap 100 pelaku UMKM mahasiswa di Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia sebagai katalis utama penggerak ekonomi kreatif dan khususnya pada program MBKM kewirausahaan. Kegiatan implementasi dilakukan selama empat bulan dengan mengintegrasikan tahapan P1-P7 ke dalam mata kuliah berbasis kewirausahaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi model 7 TOP memberikan dampak positif bagi UMKM. Penelitian ini menyimpulkan bahwa implementasi model 7 TOP Kewirausahaan pada UMKM berjalan optimal, meskipun dilaksanakan di masa pandemi, implementasi ini memberikan dampak bagi UMKM khususnya dalam kaitannya dengan pembelajaran kewirausahaan, penguatan bisnis dan mentoring.

Kata Kunci: Model 7 TOP, UMKM, OKOCE, Pandemi Covid-19

PENDAHULUAN

Wirausaha dapat didefinisikan sebagai seseorang yang berani mengambil resiko, berfikir kreatif, mampu membaca peluang dan dapat melakukan inovasi sehingga dapat menciptakan profit/ laba pada usaha yang sedang dirintis (Iswahyudi, 2016); (Primaskara dan Koeswandi, 2020); (Hamzah, 2020); (Krisnawati dan Hussein, 2016); (Silvana dan Darmawan, 2018). Di Indonesia, jumlah wirausahawan tercatat mencapai 2 juta jiwa dengan dominasi presentase tertinggi adalah wirausahawan usia 17 – 30 tahun (BPS, 2021). Wirausahawan ini sering juga disebut sebagai wirausaha milenial. Mereka dikategorisasikan sebagai katalis utama penggerak pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia (Koeswandi et al., 2021). Perbedaan pelaku usaha milenial dan non-milenial terletak pada kemampuan literasi dan minat yang tinggi (Katadata, 2021). Minat untuk berwirausaha muncul ketika mendapatkan pendidikan dan mereka mempunyai keinginan (desirability) serta mampu mengelola (feasibility) kemampuan tersebut untuk berwirausaha (Iswahyudi, 2016). Itulah mengapa model kurikulum kewirausahaan yang tepat perlu diimplementasikan khususnya

pada jenjang Perguruan Tinggi sebagai jenjang Pendidikan para wirausahawan milenial.

Model 7 TOP kewirausahaan dirancang sebagai model pengembangan UMKM berbasis kewirausahaan sosial, yang bertujuan untuk melatih soft skill (manajemen usaha) & hard skill (spesialisasi usaha). Sebelum pandemi, model ini telah berhasil mengembangkan lebih dari 200.000 UMKM mandiri yang dapat menciptakan lapangan kerja khususnya di Kota Bandung. Namun dimasa pandemi, perubahan perilaku konsumen dan meningkatkan aktifitas di pasar digital, mendorong UMKM untuk berkembang dan bersifat adaptif terhadap perubahan. Keberhasilan model 7 TOP pada UMKM mengindikasikan bahwa model 7 TOP memiliki efektifitas dan optimalisasi yang cukup tinggi dalam mengembangkan UMKM. Sebuah implementasi 7 TOP ini diperlukan tidak hanya saja pada Pendidikan non-formal namun juga Pendidikan formal seperti Perguruan Tinggi. Hal ini dikarenakan kurikulum kewirausahaan di Perguruan Tinggi juga bertujuan untuk membantu pengembangan penciptaan wirausahawan yang adaptif terhadap perubahan, kompeten dan berdaya saing. Tujuan ini tentu saja sejalan dengan tujuan kewirausahaan dalam kurikulum MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka).

Model 7 TOP kewirausahaan dirancang oleh Mitra OK OCE sebagai model pengembangan UMKM berbasis kewirausahaan sosial, yang bertujuan untuk melatih soft skill (manajemen usaha) & hard skill (spesialisasi usaha). Model ini merupakan model kurikulum yang disusun oleh Yayasan berbasis Kewirausahaan Sosial yang juga menjadi mitra penelitian. Tahapan pada model 7 TOP terdiri dari Pendaftaran (P1), Pelatihan (P2), Pendampingan (P3), Perijinan (P4), Pemasaran (P5), Pelaporan Keuangan (P6) dan Pemodalan (P7). Model ini sudah berhasil mengembangkan lebih dari 200.000 UMKM dengan tujuan pengembangan seperti: 1) meningkatkan omset; 2) meningkatkan pangsa pasar; 3) meningkatkan literasi pemasaran; 4) meningkatkan kekayaan intelektual usaha; 5) meningkatkan akses permodalan.

Keberhasilan model 7 TOP pada UMKM mengindikasikan bahwa model 7 TOP memiliki efektifitas dan optimalisasi yang cukup tinggi dalam mengembangkan UMKM. Sebuah implementasi 7 TOP ini diperlukan tidak hanya saja pada Pendidikan non-formal namun juga Pendidikan formal seperti Perguruan Tinggi. Hal ini dikarenakan kurikulum kewirausahaan di Perguruan Tinggi juga bertujuan untuk membantu pengembangan penciptaan wirausahawan yang adaptif terhadap perubahan, kompeten dan berdaya saing. Tujuan ini tentu saja sejalan dengan tujuan kewirausahaan dalam kurikulum MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis deskriptif-kualitatif dengan fokus pada metode implementasi dilakukan berdasarkan kurikulum 7 TOP Kewirausahaan OKOCE terhadap 100 pelaku UMKM mahasiswa di Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia sebagai katalis utama penggerak ekonomi kreatif dan khususnya pada program MBKM kewirausahaan. Kegiatan implementasi dilakukan selama empat bulan dengan mengintegrasikan tahapan P1-P7 ke dalam mata kuliah berbasis kewirausahaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan P1 (Pendaftaran)

Tahapan pendaftaran merupakan tahapan awal yang dilalui oleh seluruh anggota, baik itu dosen, mentor, maupun mahasiswa. Pada tahapan ini, peserta diharuskan untuk membuat sebuah akun di website okoce.net serta memilih komunitas wirausaha yang akan membina.

Pendaftaran dapat dilakukan secara *online* melalui web okoce.net. Untuk membuat akun di okoce.net, calon anggota hanya memerlukan Nama Lengkap, Nomor Handphone, Email, Provinsi, Kabupaten/Kota. Setelah melakukan registrasi, anggota akan mengaktifasi email melalui link yang telah dikirimkan ke email.

Pengenalan pada model 7 TOP akan dijelaskan lebih rinci pada tahapan ini, mencakup alur model 7 TOP dan tata cara penggunaan okoce.net.

Output kegiatan ini adalah terdaptarnya 895 anggota OKOCE yang sudah memiliki akun di okoce.net.



Gambar 1 Poster Kuliah Umum UPI Bersama OKOCE Indonesia

Gambar 1 merupakan poster Kuliah Umum yang dilakukan OKOCE di Universitas Pendidikan Indonesia. Kegiatan kuliah umum tersebut dihadiri oleh tiga pembicara, diantaranya; Prof. Dr. H Eeng Ahman, MS (Dosen FPEB UPI); Iim Rusyamsi

(Ketua Umum OK OCE); dan Herri Setiawan (Sekjen OK OCE) serta Tika Annisa Lestari Koeswandi S.S., MM (Dosen Prodi Kewirausahaan UPI) sebagai moderator kegiatan tersebut.

Kegiatan Kuliah Umum dilaksanakan pada hari Selasa, 26 Oktober 2021 melalui zoom *meeting* dan disiarkan secara langsung melalui akun youtube okoce.indonesia.

Tahapan P2 (Pelatihan)

Tahapan kedua adalah pelatihan. Peserta akan dilatih berdasarkan kurikulum OK OCE dan akan digabungkan ke kelompok inkubasi melalui komunitas penggerak.

Pada tahapan ini juga dilakukan pelatihan pada dosen dan pendamping bisnis menggunakan konsep 7 TOP.

Pelatihan menggunakan model 7 TOP akan diintegrasikan ke dalam RPS pertemuan mata kuliah, sehingga tiap tahapan dapat dilaksanakan secara keseluruhan.

Tahapan pelatihan dapat memperkuat koordinasi *output* pengembangan bisnis mahasiswa khususnya di masa pandemic.



Gambar 3 poster Training Of Trainer (TOT)

Gambar 3 merupakan poster *Training Of Trainer* (TOT) para dosen Kewirausahaan FPEB UPI Bandung bersama OK OCE Indonesia. Kegiatan ini dihadiri oleh beberapa narasumber, diantaranya adalah Azwa Nufi (Direktur Program OK OCE),

Rully Mardjono (Direktur Data, Legal, dan Riset OK OCE), Im Rusyamsi (Ketua Umum OK OCE), Indra Uno (*Founder* OK OCE), Eeng Ahman (Dean FPEB UPI), Vanessa Gaffar (Wakil Dekan 1 FPEB UPI), Toni Heryana (Wakil Dekan 2 FPEB UPI), dan Lili Adi Wibowo (Wakil Dekan 3 FPEB UPI).

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Rabu dan Kamis, 15-16 Oktober 2021 melalui zoom *meeting* dan disiarkan secara langsung melalui akun youtube okoce.indonesia.



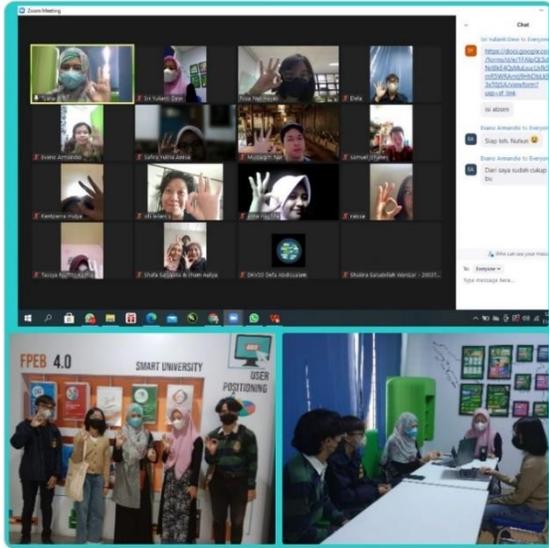
Gambar 4 Dokumentasi acara TOT Dosen & Pendamping

Gambar 4 merupakan dokumentasi yang diambil ketika acara TOT Dosen dan Pendamping dilaksanakan. *Output* dari kegiatan TOT ini adalah pemahaman yang kuat mengenai model 7 TOP dan teknik-teknik mentoring yang dapat dilakukan oleh dosen dan pendamping, sehingga mampu mengembangkan bisnis mahasiswa atau peserta didik.

Tahapan P3 (Pendampingan)

Tahapan ketiga merupakan pendampingan, dimana peserta akan didampingi oleh pendamping UMKM dan mengikuti program mentoring. Pendamping UMKM adalah penggerak OK OCE, alumni dan dosen UPI.

Pendampingan dilakukan selama satu bulan, baik secara daring maupun luring, dan materi yang diajarkan adalah tentang P4-P7 (Perizinan, Pemasaran, Pelaporan Keuangan dan Permodalan).



Gambar 6 Pendampingan secara daring & luring

Gambar 6 menunjukkan kegiatan pendampingan secara daring dan luring yang diikuti oleh beberapa peserta dan pendamping.

Menurut peserta pendampingan, kegiatan ini memberikan manfaat dan dampak positif bagi bisnis yang mereka jalankan serta memperkuat literasi para peserta pendampingan. Lebih jelasnya manfaat pendampingan diantaranya sebagai berikut:

- a. Dampak pendampingan terhadap pembelajaran kewirausahaan,
Menurut salah satu peserta pendampingan, Pendampingan ini menjadi salah satu alternatif yang kreatif dalam mempelajari kewirausahaan.

R1: *“Pendampingan ini memberikan warna baru dalam pembelajaran kewirausahaan. Jadi enggak monoton belajar dikelas aja. Saya juga bisa ketemu sama sesama pelaku UMKM”*

- b. Dampak yang diberikan dari pendampingan terhadap bisnis mereka,
Menurut salah satu peserta pendampingan, Pendampingan ini membantu peserta dalam mendalami situasi bisnis dan permasalahan yang dihadapi melalui bantuan konsultasi dengan mentor pendamping.

R2: *“Di masa pandemi gini, saya senang bisa ikut kegiatan pendampingan. Karena saya bisa*

langsung konsultasi pas ada masalah. Bisnis saya jadi lebih lancar.”

- c. Dampak pendampingan terhadap penguatan literasi,

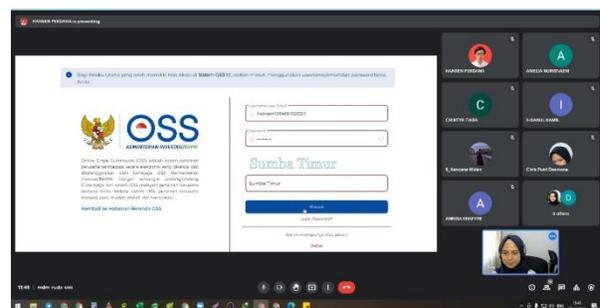
Menurut salah satu peserta pendampingan, Pendampingan ini memperkuat literasi peserta pendamping mengenai kewirausahaan.

R3: *“saya jadi ngerti soal kewirausahaan secara praktek, jadi memperkuat aja sih ilmu yang didapat dikelas.”*

Tahapan P4 (Perizinan)

Tahapan keempat merupakan perizinan. Pada tahapan ini, peserta akan dijelaskan mengenai proses perizinan sesuai kebutuhannya. Peserta juga akan melakukan praktik OSS (*Online Single Submission*) artinya perizinan yang diterbitkan oleh Lembaga OSS untuk dan atas nama menteri, pimpinan lembaga, gubernur, atau bupati/wali kota kepada Pelaku Usaha melalui sistem elektronik yang terintegrasi. Singkatnya, peserta akan didampingi untuk melakukan tahapan perizinan sehingga memiliki NIB bisnis sendiri.

Tahapan perizinan ini akan dipraktikkan terlebih dahulu oleh mentor pendamping, sehingga peserta memahami prosedur dalam mendapatkan Nomor Induk Berusaha. Setelah itu, para peserta akan mempraktikkan langsung pembuatan izin tersebut.



Gambar 7 Pendampingan tentang terizinan

Gambar 7 menunjukkan kegiatan pendampingan perizinan yang dilakukan secara daring melalui zoom meeting oleh beberapa peserta dan pendamping. Output dari kegiatan ini adalah NIB yang dimiliki oleh bisnis mahasiswa.

Tahapan P5 (Pemasaran)

Tahapan kelima adalah pemasaran. Pada tahapan ini, peserta akan mengikuti proses kurasi dan akan diberikan akses pemasaran dan penjualan yang lebih luas, baik *online* maupun *offline*.

Pendamping akan menjelaskan bagaimana cara untuk memasarkan sebuah produk secara konvensional dan digital.

Pemasaran konvensional adalah pemasaran yang dilakukan secara langsung, dimana pembeli mendatangi langsung calo penjual secara bertatap muka dan begitu pula sebaliknya, peserta pendampingan akan diperkenalkan kepada jenis-jenis pasar, misalnya pasar tradisional dan pasar modern beserta perbedaannya.

Sedangkan pemasaran digital adalah suatu strategi pemasaran menggunakan media digital dan internet. Peserta pendamping akan diperkenalkan pada jenis pasar digital beserta ekosistemnya. Peserta juga akan didampingi untuk membuat konten pemasaran dalam digital.

Tahapan P6 (Pelaporan Keuangan)

Tahapan keenam adalah pelaporan keuangan. Pada tahapan ini, peserta akan diajarkan dan didampingi cara membuat laporan keuangan sederhana.

Laporan keuangan merupakan catatan informasi keuangan dari suatu perusahaan pada suatu periode akuntansi. Keberadaan laporan keuangan dapat digunakan untuk menggambarkan kinerja perusahaan khususnya dalam bidang keuangan. Peserta akan didampingi untuk memastikan keuangan pribadi tidak dicampur dengan keuangan bisnis.

Tahapan P7 (Permodalan)

Tahapan terakhir adalah permodalan. Pada tahapan ini, pendamping menjelaskan materi mengenai permodalan dan memberikan pemahaman mengenai betapa pentingnya mendapatkan permodalan bagi sebuah bisnis.

Peserta akan didampingi untuk mendapatkan akses permodalan sesuai dengan kebutuhan usahanya, salah satunya dengan melakukan presentasi atau *pitch deck* yang baik agar mendapatkan permodalan.

Menutup kegiatan tahapan diatas, maka dilaksanakan kegiatan Wisuda 7 TOP sebagai upacara penutupan, evaluasi dan pemberian penghargaan kepada dosen, pendamping dan khususnya mahasiswa yang telah menunjukkan peningkatan perkembangan dalam bisnisnya.



Gambar 8 Pelaksanaan Wisuda 7 TOP Hybrid

Gambar 8 merupakan dokumentasi pelaksanaan wisuda 7 TOP Hybrid yang dilaksanakan secara luring.



Gambar 9. Wisuda 7 TOP: Pembimbing Terbaik

Gambar 9 merupakan dokumentasi pada wisuda 7 TOP mengenai pembimbing terbaik.



Gambar 10 Wisuda 7 TOP: Dosen Terbaik

Gambar 10 merupakan dokumentasi pada wisuda 7 TOP mengenai dosen terbaik.



Gambar 11. Wisuda 7 TOP: UMKM terbaik

Gambar 11 merupakan dokumentasi pada wisuda 7 TOP mengenai UMKM terbaik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisa, implementasi model 7 TOP yang telah dilakukan pada UMKM terbukti memberikan dampak positif. Hal ini didukung oleh pernyataan dari para peserta pendampingan mengenai model 7 TOP.

Implementasi model 7 TOP memberikan dampak pada peserta pendampingan, diantaranya adalah dampak pendampingan terhadap pembelajaran kewirausahaan, dampak yang diberikan dari pendampingan terhadap bisnis peserta dan dampak pendampingan terhadap penguatan literasi kewirausahaan.

Kegiatan model 7 TOP ini membantu UMKM untuk meningkatkan kualitas bisnis mereka, dengan mempelajari Perizinan, Pemasaran, Pelaporan Keuangan dan Permodalan, sebab peserta langsung mempraktikkan kegiatan-kegiatan tersebut.

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan wawancara dari narasumber peserta model 7 TOP, maka peneliti memberikan saran bagi penelitian selanjutnya untuk mengembangkan model kewirausahaan.

Bagi UMKM, saran yang diberikan peneliti adalah untuk terus mengembangkan bisnis yang ada berdasarkan pelatihan dan pendampingan yang telah diberikan oleh mentor atau pendamping pada kegiatan model 7 TOP

Dan untuk model 7 TOP, materi pelatihan dan pendampingan dapat diperluas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS-Statistic Indonesia. (2021). Statistical Yearbook of Indonesia 2021.
- Hamzah, R. E., & Putri, C. E. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing oleh Pelaku UMKM di Kuningan Barat Jakarta Selatan. *Jurnal Pustaka Dianmas*, 1(1), 12-20.
- Iswahyudi, M., & Iqbal, A. (2018). Minat generasi milenial untuk berwirausaha. *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 7(2), 95-104.
- Katadata. 2021. UMKM Indonesia. Diunduh 30 Juli 2021 <https://katadata.co.id/>
- Koeswandi, T. ., Wibowo, L. A., & Nurfitriya, M. (2021). Does Digital Marketing Affect Millennial Purchase Decision in Covid-19 Situation? *Proceedings of the 5th Global Conference on Business, Management and Entrepreneurship (GCBME 2020)*, 187(Gcbme 2020), 328-331. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210831.064>
- Krisnawati, K. (2016). Upaya Penanggulangan Kemiskinan Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. *Sosio Informa*, 2(2).
- Muhardika, A. (2018). Metodologi Penelitian Evaluasi Program. *Int J Physiol*, 6(1).
- Primaskara, E. A., & Koeswandi, T. A. (2021). Analisis Costumers' Perspective di Kota Bandung Pada Corporate Reputation Gojek Pasca-Rebranding. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 31-38.
- Silvana, H., & Darmawan, C. (2018). Pendidikan literasi digital di kalangan usia muda di kota bandung. *Pedagogia*, 16(2), 146-156.