

PEMBENTUKAN EKOSISTEM USAHA MIKRO KELOMPOK SWADAYA MASYARAKAT GUYUB RUKUN MALANG

Widjojo Suprpto
Noni Kezia Marchyta
Sesilya Kempa
Yonathan Palumian
Michael Audrey Endrata

joe.suprpto@petra.ac.id

School of Business and Management, Petra Christian University, Surabaya, Indonesia

ABSTRACT

The formation of a microbusiness ecosystem is very much needed to support micro-scale household business activities. This is because in their business journey, many micro-scale business owners are faced with various uncertain situations, full of risks, and high levels of ambiguity. Therefore, business owners are easily discouraged, worried, and confused, so they really need a support system or ecosystem that can back up their business journey. The aim of forming this ecosystem is to create a forum where business owners and businesspeople can share their difficulties and find solutions to the business conditions they are facing. Another hope, that will be achieved, is the increasing number of microbusiness owners who are more independent and upgrading the class of microbusinesses to small businesses. With the benefits of this business ecosystem, the number of members of the Guyup Rukun Community, which is under the care of PPA Sikhar Malang, can also increase.

Keywords: business ecosystem, microbusinesses, business community, business sustainability.

ABSTRAK

Pembentukan ekosistem usaha mikro sangat dibutuhkan dalam mendukung aktivitas bisnis usaha rumah tangga berskala mikro. Hal ini disebabkan karena dalam perjalanan bisnisnya, banyak para pemilik usaha skala mikro yang dihadapan dengan berbagai situasi yang tidak menentu, penuh resiko, dan ketidakpastian yang tinggi. Oleh karena itu, para pemilik usaha mudah putus asa, khawatir, dan galau, sehingga mereka sangat membutuhkan *support system* atau ekosistem yang bisa mendukung perjalanan bisnis mereka. Tujuan pembentukan ekosistem ini adalah membuat wadah dimana para pemilik usaha dan para pelaku bisnis bisa membagikan kesulitan-kesulitan mereka dan menemukan jawaban terhadap kondisi bisnis yang sedang dihadapi. Para pelaku bisnis bisa meningkatkan kemampuan manajerial dan keterampilan bisnis melalui pertemuan-pertemuan rutin bertema yang dirancang oleh pembina kelompok swadaya masyarakat guyub rukun. Harapan yang akan dicapai lainnya adalah bertambahnya jumlah para pemilik usaha mikro yang mampu mandiri dan naik kelasnya usaha mikro ke skala usaha kecil. Dengan adanya manfaat dari ekosistem bisnis ini, anggota dari kelompok swadaya masyarakat guyup rukun yang bernaung di bawah PPA Sikhar Malang bisa bertambah jumlahnya juga.

Kata kunci: ekosistem bisnis, usaha mikro, kelompok swadaya masyarakat, keberlangsungan bisnis.

PENDAHULUAN

Sebagai mitra, PPA atau Pusat Pengembangan Anak Sikhar Malang adalah sebuah NGO yang bergerak untuk mengentaskan kemiskinan anak dengan membekali mereka ketrampilan dan pengetahuan praktis agar bisa bertumbuh dan berkembang menjadi orang dewasa yang mandiri dan berkarya. Mengingat peran keluarga sangat diperlukan dalam mendukung dan mensukseskan program NGO tersebut maka

PPA juga melakukan pembinaan wirausaha bagi orang tua dari anak yang mendapat sponsor PPA. Jumlah anak yang bernaung di bawah PPA Sikhar Malang berkisar 150 anak, sehingga ada seratusan orang tua anak yang diharapkan bergabung dalam kelompok swadaya masyarakat guyub rukun, yang dibentuk oleh PPA ini. Upaya pembinaan tersebut sayangnya berjalan kurang maksimal karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman bisnis dari para pembina yang ada

di PPA. Hal ini menyebabkan menurunnya jumlah orang tua yang bergabung pada kelompok guyub rukun ini.

Fokus perhatian dari PPA Sikhar sebenarnya bukan hanya pada menurunnya jumlah aktif orang tua yang bergabung pada kelompok guyub rukun, namun juga pada menurunnya kesejahteraan keluarga akibat berhenti berwirausaha yang disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk pandemi Covid-19. Akibat berhentinya kegiatan bisnis ini, kesejahteraan keluarga dari sejumlah anak yang disponsori PPA mengalami penurunan pemasukan finansial. Dari hasil *focus group discussion* (FGD) yang diadakan di akhir bulan Maret 2023, terungkap bahwa para anggota yang masih aktif ini sangat membutuhkan wadah dimana mereka bisa saling berbagi kesulitan dan berbagi ilmu pengetahuan. Mereka juga sangat berharap ada sentuhan dari para ahli dan bimbingan dari pelaku usaha yang sudah menjalani proses bisnis. Mereka membutuhkan program untuk membesarkan kapasitas bisnis mereka sehingga mereka memiliki kemampuan untuk menyerap perubahan yang terjadi, berinovasi dalam memenuhi permintaan pasar yang ada, dan mencari peluang segmen pasar baru. Selama kegiatan *focus group discussion*, para pelaku usaha mikro ini juga mengungkapkan kejenuhan mereka terhadap kegiatan berbisnis (*job burnout*) yang membuat mereka tidak mampu melihat peluang-peluang baru maupun berinovasi produk, namun mereka tidak memiliki kemampuan untuk menyelesaikan permasalahan ini. Setelah berbincang-bincang dan berbagi kisah sukses dan gagal dalam berbisnis, para pelaku usaha menyadari pentingnya berbagi pengalaman ini untuk menstimulasi ide-ide bisnis maupun ide lainnya untuk menemukan jalan keluar terhadap masalah mereka.

Para anggota kelompok guyub rukun memiliki usaha bisnis skala mikro yang sangat beragam. Sebagian besar berbisnis di bidang kuliner, namun ada beberapa yang bergerak di bidang industri kreatif dan desain, percetakan, olahan peternakan, dan olahan pertanian. Permasalahan utama yang diungkapkan adalah persaingan bisnis, dimana segmen pasar diincar dan direbut oleh pendatang baru. Akibat dari persaingan ini adalah menurunnya pemasukan keuangan. Selain itu, halangan kedua adalah keengganan dari pelaku usaha mikro untuk mengeksplorasi peluang-peluang bisnis baru. Kemudian, permasalahan selanjutnya yang diungkapkan oleh pelaku usaha adalah kekurangan pengetahuan manajemen untuk mengelola usaha mikro

mereka, terutama manajemen keuangan. Permasalahan terakhir yang terungkap adalah ketidakadaannya *support system* dan jejaring bisnis yang mendukung mereka, sehingga mereka tidak berani mengambil resiko untuk melirik peluang-peluang bisnis yang lainnya.

Masyarakat yang menjadi target pengabdian masyarakat ini adalah para pelaku usaha mikro yang bergabung pada kelompok swadaya masyarakat guyub rukun yang dibina oleh PPA Sikhar Malang. Dari hasil *focus group discussion*, permasalahan-permasalahan yang dihadapi para pelaku usaha mikro ini dapat dikelompokkan menjadi dua kategori, berupa permasalahan pengetahuan bisnis dan manajemen, dan permasalahan psiko sosial kewirausahaan. Seperti yang sudah diteliti oleh para ahli, menjadi seorang pengusaha membutuhkan pengetahuan manajemen dan kemauan berbisnis yang kuat (*entrepreneurial intentions*) (Hatak *et al.*, 2015), dan juga membutuhkan kemampuan berbisnis lainnya, seperti pola pikir bisnis (*entrepreneurial mindset*) (Linardi & Costa, 2022), semangat berwirausaha (*entrepreneurial spirit*) (Majuri & Halonen, 2022), orientasi bisnis (*entrepreneurial orientation*) (Kautonen *et al.*, 2011), kepekaan berbisnis (*entrepreneurial alertness*) dan intuisi bisnis (*entrepreneurial intuition*) (Aujirapongpan & Jutidharabongse, 2017). Apabila kemampuan-kemampuan ini dilatih dan dikembangkan, maka bisa menjawab kedua kategori permasalahan yang dimunculkan sewaktu diskusi grup fokus.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan untuk menjawab permasalahan yang dihadapi para pengusaha mikro dikelompokkan berdasarkan klaster permasalahan. Permasalahan pertama adalah tentang persaingan bisnis. Metode yang sesuai untuk menjawab permasalahan ini adalah *mentoring* dan *coaching*, dengan tujuan pendampingan dan pembekalan kemampuan bisnis dan pengetahuan manajerial dalam menghadapi persaingan bisnis melalui mengedepankan inovasi produk dan pasar. Permasalahan kedua adalah tentang keengganan untuk bertindak dalam berbisnis. Metode yang dipakai adalah berbagi atau *sharing* permasalahan dalam kelompok diskusi dan cara mengatasinya. Para praktisi pelaku usaha yang sudah mapan akan menjadi fasilitator dan motivator diskusi kelompok dalam pertemuan rutin untuk membahas kesulitan berbisnis. Permasalahan ketiga adalah mengenai pengetahuan manajerial. Metode yang dipakai

adalah diskusi kelompok yang menggunakan *business model canvas* sebagai panduan dasar berdiskusi, dimana fasilitator dari kampus dan profesional akan membimbing setiap anggota kelompok dalam menyusun BMC mereka. Permasalahan terakhir adalah keberadaan ekosistem bisnis yang mendukung usaha dan bisnis para anggota. Metode yang dipakai adalah kunjungan ke industri terkait untuk membuka jejaring baru. Selain itu, aktivitas pertemuan rutin akan menjadi pendorong anggota untuk tetap aktif berada dalam jejaring ekosistem yang dibentuk.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembentukan ekosistem bisnis mikro adalah solusi yang diusulkan untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh para pengusaha mikro. Ekosistem ini diharapkan bisa menjadi wadah para pengusaha mikro untuk berjejaring, baik untuk memperdalam ilmu manajemen, menimba pengalaman bisnis, maupun memasarkan produk usaha mereka. Sampai saat ini, para pengusaha ini sudah memiliki satu wadah yang diberi nama kelompok guyub rukun, dimana mereka bisa berkumpul dan membagikan permasalahan yang dihadapi. Namun, wadah tersebut tidak efektif karena tidak memiliki program yang jelas dalam membantu mengatasi permasalahan yang ada. Oleh karena itu, kelompok guyub rukun ini akan ditingkatkan menjadi satu ekosistem bisnis mikro, dimana para pengusaha mikro akan mendapat *mentoring* bisnis dari para ahlinya dan *coaching* bisnis dari para profesional. Selain itu, ekosistem ini akan menjadi basis jejaring bagi anggotanya untuk mengembangkan produk dan pasar mereka.

Pembinaan mental bisnis dan pendalaman pengetahuan bisnis berbasis BMC menjadi program peningkatan kemampuan berbisnis. Pembinaan mental dilakukan dengan *mentoring* dan *coaching* secara individu, sedangkan pendalaman pengetahuan akan diberikan melalui diskusi kelompok yang dipimpin oleh para ahli di bidangnya, seperti marketing, keuangan, dan desain. Luaran yang akan dicapai adalah terbentuknya ekosistem bisnis yang akan mendukung aktivitas bisnis dari usaha mikro. Ekosistem bisnis dapat didefinisikan sebagai bentuk kerjasama dari berbagai individu yang melibatkan *supplier*, *distributor*, *seller*, *reseller* hingga kompetitor dan *stakeholder* lainnya dalam penyampaian suatu produk bisnis (Peltoniemi & Vuori, 2004). Pada tahap awal dari pembentukan ekosistem bisnis, target utama yang akan dicapai adalah

adanya kerjasama para pengusaha agar bisa fokus pada pemenuhan kemauan pelanggan, baik dengan produk yang sudah ada maupun inovasi produk baru. Target selanjutnya adalah peningkatan pemasukan finansial usaha mikro melalui pengembangan pasar dan produk. Target terakhir adalah bertambahnya anggota aktif dari kelompok guyub rukun setelah para anggota kelompok mengalami peningkatan kesejahteraan ekonomi di keluarga mereka masing-masing.

Implementasi Program

Pembentukan ekosistem bisnis diawali dengan penjarangan aspirasi dari para anggota, karena ada banyak anggota yang mulai undur semangat bisnis mereka. Beberapa cara dilakukan untuk melakukan penjarangan ini, di antaranya adalah melalui kunjungan ke tempat usaha masing-masing UMKM, wawancara perorangan, dan *Focus Group Discussions* (FGD). Dari kunjungan ke berbagai UMKM, tim dosen dapat mengamati secara langsung kondisi riil usaha mikro dan memperoleh berbagai masukan tentang kondisi lingkungan bisnis dari masing-masing UMKM. Dari 18 anggota aktif guyub rukun, tim dosen berhasil mengunjungi delapan lokasi UMKM dan bisa mewawancarai 12 anggota guyub rukun. Dari hasil penjarangan ini, arah dari implementasi program disesuaikan dengan kondisi riil lapangan dari masing-masing usaha mikro.

Pembekalan pertama dilakukan untuk memotivasi ulang semangat berbisnis dan mencari peluang-peluang baru. Hasil dari pembekalan ini, para pemilik usaha mulai bangkit lagi dan memikirkan berbagai peluang bisnis di luar lingkungan tempat tinggal mereka. Salah satu peluang adalah mengikuti beberapa bazar yang diselenggarakan oleh berbagai *event organizer*. Pembekalan berikutnya dilakukan untuk memperbaiki kualitas produk, proses produksi, dan kemasan. Bertujuan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, pembekalan ini berhasil meningkatkan kualitas produk dan mengubah kemasan yang awalnya sekadar pembungkus produk menjadi kemasan yang memiliki nilai jual untuk kalangan menengah ke atas. Tampilan salah satu produk UKM sebelum dan sesudah pendampingan dapat dilihat melalui gambar 1 dan gambar 2. Dimana pada gambar 1 terlihat bahwa ada beberapa tim dari kami melihat secara langsung pada produk yang dihasilkan oleh kelompok UKM dan pada gambar 2 terlihat salah satu produk yang telah di kemas dengan sempurna oleh para pelaku UKM. Pembekalan terakhir dilaksanakan

untuk mengatur keuangan keluarga dan keuangan perusahaan. Walaupun proses pembekalan ini sudah terlaksana, upaya perbaikan pengelolaan keuangan masih terus berlanjut sampai para pemilik usaha bisa memisahkan keuangan keluarga dan keuangan perusahaan. Pencatatan transaksi keuangan juga terus digalakan, sehingga para pemilik usaha bisa melacak pergerakan keuangan mereka setiap harinya.



Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Gambar 1
Tampilan Produk UKM Sebelum Pendampingan



Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Gambar 2
Tampilan Produk UKM Setelah Pendampingan

Setelah pembekalan dilaksanakan, setiap pemilik usaha menata ulang model bisnis mereka dengan menggunakan alat bantu *Business Model Canvas* (BMC) dan matriks SWOT. Banyak dari pemilik usaha mikro yang tidak menyadari keunggulan produk mereka dan segmen pasar mereka. Berikut tabel 1 adalah rekapan dari hasil BMC baru yang dibuat oleh para pemilik usaha mikro anggota dari guyub rukun.

Tabel 1
Temuan BMC Baru

Nama pemilik	Nama/Jenis usaha	Temuan BMC yang baru
Pak Wawan	Keripik Singkong	VP: Keripik singkong renyah, rendah kalori, tidak berminyak
Pak Arana	Jasa desain dan printing	CS: Segmen pasar baru pemilik usaha mikro yang membutuhkan desain kemasan, logo, dan brosur
Bu Ninik	Tahu Walik Kasih	CS: Segmen pasar baru yakni para profesional muda
Bu Parman	Kerupuk Puli Shelin	CH: Kanal pemasaran baru dengan bekerja sama dengan kafe, toko katering, bazar, dan supermarket
Bu Yuliana	Katering Erdy's Kitchen	VP: Produk sambal roa khas yang dijadikan bumbu nasi goreng dan olahan nasi lainnya
Bu Wiwiek	Layanan laundry	VP: Jasa antar jemput cucian baju dan sepatu untuk para profesional muda
Bu Mila	Toko kelontong	CH: Menjual dan menyajikan minuman kopi dengan latar belakang pemandangan air terjun di belakang rumah
Bu Rika	Keripik Kakap	CS: Kemasan produk yang baru untuk segmen pasar baru kalangan menengah
Bu Rina	Jus buah	VP: Buah potong segar yang dikemas menjadi salad buah dan aneka minuman es buah
Bu Kristin	Kering tempe	VP: kemudahan mendapatkan kering tempe sebagai pelengkap nasi kuning dan nasi campur dalam jumlah besar
Bu Imelda	Budidaya Jamur	CS: Pelanggan baru seperti depot, kafe, usaha katering di sekitar lokasi budidaya

Keterangan: CS: customer segment, CH: channels, VP: value proposition

Sumber: Olahan penulis, 20

Para pemilik usaha mikro harus menata ulang rencana bisnis mereka dengan menggunakan BMC yang baru, terutama untuk menghadapi persaingan bisnis. Penataan ini dilakukan dengan bantuan supervisi dari tim dosen dan profesional sesuai bidang keahlian masing-masing. *Mentoring* dan *coaching* per usaha mikro dilaksanakan selama beberapa sesi sampai penataan memenuhi rencana BMC setiap usaha mikro. Salah satu contohnya usaha keripik singkong yang dimiliki oleh Bapak Wawan yang memutuskan untuk masuk ke segmen baru melalui inovasi logo dan kemasan yang sebelumnya tidak dilihat tabel 1. Fokus dari pendampingan *mentoring* dan *coaching* juga pada penguatan motivasi dan semangat kerja agar para pemilik usaha bisa mencapai sasaran yang diinginkan walaupun kondisi lingkungan bisnis tidak seperti diharapkan.

Pada akhirnya, ekosistem bisnis dibentuk untuk membantu menghubungkan para pemilik usaha dengan berbagai pemasok dan distributor (pelanggan) agar bisnis mereka bisa berfungsi dengan baik. Ekosistem bisnis adalah sekumpulan individu atau lembaga yang terdiri dari pemasok, pemilik usaha, *distributor*, penjual, hingga pesaing yang terlibat dalam kerjasama dan penyampaian produk bisnis (Pidun *et al.*, 2019). Ekosistem bisnis ini memunculkan simbiosis yang diharapkan menjadi mutualisme seiring dengan berjalannya waktu dan lama usaha (Kandiah & Gossain, 1998). Bertujuan untuk mengembangkan bisnis menjadi lebih besar, pada saat ini, ekosistem yang sudah dibentuk dan berjalan dengan baik adalah kerjasama antara para pemilik usaha dan pemasok, sedangkan kerjasama antara para pemilik usaha dan penjual sudah mulai terbentuk dengan melibatkan para penjual yang berada di pangsa pasar baru (Basole *et al.*, 2015).

Ekosistem penjualan yang sudah terbentuk berupa kerjasama dengan berbagai pusat penjualan makanan ringan, kafe, tempat makan, penyelenggara bazar, dan toko-toko kelontong. Di samping itu, ada peluang ekosistem penjualan lainnya yang sedang dalam proses penggarapan, yakni penjualan melalui *online*. Untuk itu, kemampuan membuat konten di media sosial terus dilatih agar bisa menghasilkan konten yang bisa menggugah minat calon pembeli dan *vlogger* media sosial untuk membeli atau meliput produk-produk usaha mikro ini. Selain media sosial, *website* kelompok swadaya masyarakat guyub rukun yang berada di bawah PPA Sikhar Malang juga dibuatkan dan diluncurkan ke

publik sebagai media komunikasi dua arah dari pemasok ke pemilik usaha, dari pemilik usaha ke sesama pemilik usaha, dan dari pemilik usaha ke para penjual/distributor. Pada *website* tersebut, ada tautan dari berbagai usaha mikro yang bergabung dalam kelompok guyub rukun dan sarana diskusi antar anggota kelompok dan para mentor. Tampilan *website* guyub rukun ini dapat dilihat melalui gambar 3.



Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Gambar 3
Website yang Dirancang

Hasil Kinerja Usaha Mikro

Sejak ekosistem bisnis dibentuk di bulan Juli 2023, pelatihan dan pendampingan bisnis dilakukan secara rutin. Pelatihan untuk melengkapi kemampuan manajerial dan ketrampilan bisnis lainnya dilaksanakan secara rutin dengan jumlah anggota yang semakin bertambah. Hasil dari pendampingan bisnis juga tampak pada meningkatnya semangat berbisnis dengan menemukan terobosan-terobosan baru dalam produk, kemasan, layanan, dan harga. Setelah satu bulan melakukan perbaikan dan pembenahan, ada enam usaha mikro yang siap “naik kelas” dengan mengikuti berbagai kegiatan bazar di Surabaya dan Malang. Produk usaha mikro juga mulai dimasukkan ke berbagai *outlet*, seperti kantin, kafe, rumah makan, dan toko-toko oleh-oleh khas Surabaya dan Malang.

Untuk menjaga keberlangsungan usaha dan membangun jejaring bisnis, *website* PPA Shikar juga dibuatkan dan diresmikan pada bulan November 2023. Peran *website* adalah untuk menjadi pemersatu informasi bagi para pemilik usaha dalam mempromosikan produk mereka ke pangsa pasar yang lebih luas dan sarana pembelajaran bisnis bagi anggota yang membutuhkan. Ada tautan-tautan pembelajaran bisnis yang tersedia bagi para anggota untuk dimanfaatkan dan tautan-tautan berita yang bisa mempromosikan kegiatan bisnis para anggota ke masyarakat yang lebih luas. *Website* ini diharapkan bisa menjadi pendukung terbentuknya eko-

sistem bisnis digital di saat ini dimana bisnis digital berkembang sangat pesat.



Sumber: Dokumentasi Pribadi (2023)

Gambar 4
Peliputan Media Televisi di Booth Bazar
Guyub Rukun

Dari berbagai kegiatan yang ada di bulan November 2023, di antaranya mengikuti berbagai bazar dan pembenahan kemasan produk, terjadi peningkatan pemasukan yang signifikan bagi enam usaha mikro yang bersedia ikut kegiatan-kegiatan tersebut. Salah satu bazar yang diikuti adalah bazar yang diselenggarakan oleh Mr Market yang berlangsung selama 3 hari. Booth dari anggota guyub rukun ini bahkan sempat menarik perhatian dari salah satu media televisi (gambar 4). Peningkatan pendapatan dari penjualan ini memotivasi para anggota lainnya untuk mau bersedia ikut di berbagai kegiatan di masa mendatang. Kesibukan dalam mempersiapkan segala usaha mikro mereka telah terbayar dengan terbukanya berbagai jejaring baru di berbagai pangsa pasar baru sehingga terjadi lonjakan pendapatan finansial bagi para pemilik usaha mikro. Langkah selanjutnya bagi kelompok swadaya masyarakat guyub rukun ini adalah terus mempertahankan keberlangsungan bisnis yang sudah terbentuk dan mengembangkan terus jejaring yang baru, terutama jejaring dengan berbagai distributor dan pemasar-pemasar baru melalui berbagai media yang ada.

Ekosistem bisnis bisa menjadi pendorong semangat para pemilik usaha mikro dalam menjalankan bisnis mereka, terutama di saat-saat sulit, karena para pemilik usaha memiliki wadah untuk berbagi kesulitan dan peluang-peluang solusi dalam ekosistem tersebut (Kitsios *et al.*, 2017). Selain itu, ekosistem ini juga membantu para pemilik usaha untuk mendapatkan kesempatan kerjasama dengan pemilik usaha lainnya yang berada di luar lokasi teritorial bisnis

mereka, sehingga jejaring bisnis yang ada dalam ekosistem tersebut bisa berkembang lebih luas lagi. Pada kesempatan ini, ada evaluasi dari kegiatan pembentukan ekosistem ini dari para anggota kelompok guyub rukun, yang dikumpulkan menggunakan angket dan wawancara testimoni. Hasil evaluasi dari angket dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2
Hasil Evaluasi Kegiatan Pelatihan

Nama Variabel	Rata-rata	Keterangan
Aspek kebermanfaatan	4,875	Para peserta cenderung sangat setuju dengan aspek kebermanfaatan dari pelatihan yang diberikan
Aspek kemudahan materi	4.312	Para peserta lebih cenderung ke setuju dengan tingkat kemudahan dari materi yang disajikan
Aspek kepuasan	4.75	Para peserta cenderung sangat setuju dengan kepuasan pelatihan yang diikuti selama program ini.

Sumber: Olahan penulis, 2023

Perhitungan rata-rata diperoleh melalui angket yang dikumpulkan dari 12 orang anggota peserta pelatihan dan pendampingan.

Hasil testimoni dari beberapa anggota yang diperoleh dari beberapa wawancara juga menunjukkan kegiatan-kegiatan yang positif dalam mendukung kegiatan bisnis para anggota.

Pada tabel 2 dapat dijelaskan dalam keterangan “Saya berterima kasih karena bisa mendapatkan ilmu baru, terutama dalam mengolah hasil panen jamur, yang bisa saya implementasikan untuk bisnis tahu walik dan sempol saya. Saya bisa berinovasi di isian tahu walik dan sempol dengan tambahan jamur tiram.” (Bu Ninik)

“Saya termotivasi untuk menjalankan bisnis saya dengan lebih baik setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan. Semoga kegiatan ini terus ada di masa mendatang.” (Bu Rina)

“Pembentukan ekosistem ini sangat bermanfaat bagi saya dan anggota kelompok lainnya, karena memberikan peluang-peluang baru untuk mengembangkan usaha saya dan para anggota lainnya.” (Bu Imelda)

Bisnis adalah proses kegiatan yang terus menerus. Terbentuknya ekosistem ini bisa menjadi wadah komunikasi bisnis dan sumber inspirasi bisnis dalam menghadapi kesulitan-kesulitan yang bisa datang dari dalam diri para pemilik usaha maupun dari lingkungan luar usaha bisnis tersebut. Oleh karena itu, ekosistem yang sudah terbentuk ini bisa dimanfaatkan oleh para anggota untuk saling menyemangati dan berbagi motivasi. 'Dari anggota ke anggota dan untuk anggota guyub rukun' merupakan slogan untuk para anggota kelompok swadaya masyarakat guyub rukun.

SIMPULAN DAN SARAN

Setiap usaha mikro membutuhkan wadah untuk berbagi kesulitan maupun motivasi bisnis, karena seseorang akan mengalami masa-masa jenuh, bosan, dan demotivasi dalam perjalanan bisnisnya. Dalam wadah tersebut, pemilik usaha akan mendapatkan suntikan motivasi dan semangat baru untuk melanjutkan usaha bisnisnya. Mengingat banyaknya para pemilik usaha yang merintis bisnisnya sendirian, acapkali kesulitan mendapatkan pembeli dan pemasok membuat semangat berbisnis menjadi kendor dan pudar. Dengan adanya *support system*, seperti kelompok swadaya masyarakat guyub rukun, pemilik usaha akan memiliki rekan bisnis yang bisa saling mengingatkan dan menguatkan di masa-masa sulit. Adanya wadah tersebut bisa dikembangkan menjadi satu jejaring bisnis dari sesama rekan bisnis ke para pemasok dan pembeli. Dengan demikian, ekosistem bisnis terbentuk yang bisa memperkuat wadah tersebut.

Dalam kesempatan ini, kelompok swadaya masyarakat guyub rukun PPA Sikhhar Malang berhasil mempertahankan wadah yang sudah dibangun sejak tahun 2020-an dan juga berhasil menghidupkan kembali wadah tersebut sebagai sarana komunikasi dan motivasi para anggotanya. Akibat dari wadah tersebut, jejaring yang ada diperkuat dan diperluas sehingga ekosistem bisnis terbentuk secara perlahan-lahan. Pada akhir 2023 ini, ekosistem bisnis yang terbentuk juga mulai merambah ke ekosistem bisnis digital dengan memanfaatkan berbagai *platform* dan media yang ada. Hasil dari terbentuknya ekosistem ini mulai dinikmati oleh para anggota dengan masuknya banyak pesanan atau permintaan bisnis. Para anggota juga mulai bergairah untuk mengerjakan usaha bisnis mereka di samping kesibukan-kesibukan lainnya, seperti mengurus rumah tangga. Para anggota mulai rajin mencari peluang-peluang bisnis baru

dengan mengikuti berbagai pameran dan bazar sehingga produk mereka bisa dikenal lebih luas lagi. *Mentoring* dan *coaching* melalui pendampingan bisnis memang sangat dibutuhkan untuk para pemilik usaha mikro karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman bisnis. Kegiatan pendampingan melalui *monitoring* dan *coaching* akan terus dilaksanakan sampai para pemilik usaha bisa mandiri dalam menyelesaikan masalah bisnis dengan memperkuat ekosistem yang sudah terbentuk.

DAFTAR PUSTAKA

- Aujirapongpan, S. & Jutidharabongse, J. (2017). Strategic intuition: The development of leader in the 21st century. *WMS Journal of Management*, 6(3), 125-133.
- Basole, R. C., Russell, M. G., Huhtamäki, J., Rubens, N., Still, K., & Park, H. (2015). Understanding business ecosystem dynamics: A data-driven approach. *ACM Transactions on Management Information Systems (TMIS)*, 6(2): 1-32.
- Hatak, I., Harms, R., & Fink, M. (2015). Age, job identification, and entrepreneurial intention. *Journal of Managerial Psychology*, 30(1):38-53.
- Kandiah, G., & Gossain, S. (1998). Reinventing value: The new business ecosystem. *Strategy & leadership*, 26(5):28-33.
- Kautonen, T., Tormikoski, E. T., & Kibler, E. (2011). Entrepreneurship intentions in the third age: the impact of perceived age norms. *Small Business Economics*, 37(2):219-234.
- Kitsios, F., Papachristos, N., & Kamariotou, M. (2017, July). Business models for open data ecosystem: Challenges and motivations for entrepreneurship and innovation. In *2017 IEEE 19th Conference on Business Informatics (CBI)*, 1:398-407. IEEE.
- Linardi, M. A., & Costa, J. (2022). Appraising the role of age among senior entrepreneurial intentions, European analysis based on HDI. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economics*, 14(6):953-975.
- Majuri, M., & Halonen, N. (2022). Capability building through dynamic capabilities and organizational learning. In Filho, L., Azul, A. M., Brandli, L., Ozuyar, P. G., Wall, T. (Eds) *Responsible consumption and protection. Encyclopedia of the UN*

- Sustainable Development Goals*.
Springer, Charm.
- Peltoniemi, M., & Vuori, E. (2004, September).
Business ecosystem as the new approach
to complex adaptive business environ-
ments. In *Proceedings of eBusiness
research forum*, 2(22): 267-281.
- Pidun, U., Reeves, M., & Schüssler, M. (2019).
Do you need a business ecosystem. *BCG
Henderson Institute*, 11.