Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: 2775 - 1929 p ISSN: 2775 - 1910	Vol. 2 No.1	Hal: 11 - 19	April 2021
---	--	-------------	--------------	------------

BUSINESS COACHING: PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI KECIL MENENGAH DI ERA PANDEMI COVID-19

¹Hery Wibowo, ²Maulana Irfan, ³Meilanny Budiarti Santoso

¹hery.wibowo@unpad.ac.id, ²maulana.irfan@unpad.ac.id, ³meilanny.budiarti@unpad.ac.id

^{1,2,3} Pusat Studi CSR, Kewirausahaan Sosial dan Pengembangan Masyarakat Universitas Padjadjaran

ABSTRAK

Pandemi covid-19 secara nyata berdampak terhadap kondisi perekonomian masyarakat khususnya bagi para pelaku usaha kecil dan menengah, sehingga diperlukan upaya untuk mengatasi perubahan yang terjadi agar mereka tidak sampai menghentikan kegiatan usahanya. Dalam hal pengembangan usaha, beberapa metode dapat dipilih untuk meningkatkan kinerja, antara lain dengan melakukan kegiatan pelatihan, konsultasi, mentoring ataupun *business coaching*. Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan dengan metode business coaching sebagai salah satu upaya meningkatkan kinerja usaha yang didasarkan atas komunikasi apresiatif bertujuan serta kerjasama dan rasa saling percaya diantara pembimbing (*coach*) dengan mitra (*coachee*). Secara umum tahapan yang dilakukan adalah kegiatan eksplorasi, *assessment*, *plan of treatment* dan *treatment*. Proses coacing dilakukan terhadap sejumlah pelaku usaha yang memiliki jenis usaha berbeda dengan lokasi usaha tersebar di beberapa wilayah. Hasil pelaksanaan kegiatan kuliah kerja nyata - pengabdian pada masyarakat (KKN-PPM) Unpad menunjukkan bahwa dengan dilakukannya business coaching telah muncul kesadaran baru tentang kondisi usaha dan wawasan baru tentang beragam alternatif teknik usaha yang dapat dioptimalkan untuk menambah pasar, menysasar pelanggan yang tepat dan meningkatkan penjualan.

Kata kunci: *business coaching*, pengembangan usaha, industri kecil menengah, pandemi covid-19

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic has an impact on the economic condition of the community, especially for small and medium business actors, so efforts are needed to cope with the changes that have occurred so that they can maintain their business. In terms of business development, several methods can be chosen to improve performance, among others, by conducting training activities, consulting, mentoring or business coaching. This community service activity is carried out using the business coaching method as an effort to improve business performance based on appreciative communication with the aim of cooperation and mutual trust between the coaches and partners (coachee). In general, the stages carried out are exploration, assessment, plan of treatment and treatment activities. The coacing process is carried out on a number of business actors who have different types of business with business locations scattered in several regions. The results of the implementation of real work lecture activities - community service (KKN-PPM) Unpad show that by carrying out business coaching, new awareness has emerged about business conditions and new insights on various alternative business techniques that can be optimized to increases the market, target the right customers and increase sales.

Keywords: business coaching, business development, small and medium industries, the covid-19 pandemic

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: 2775 - 1929 p ISSN: 2775 - 1910	Vol. 2 No.1	Hal: 11 - 19	April 2021
---	--	-------------	--------------	------------

PENDAHULUAN

Setahun sudah pandemi covid-19 melanda Indonesia. Di tengah berbagai dinamika yang terjadi dalam menjalani kehidupan di era pandemi, masyarakat dituntut untuk melakukan berbagai strategi adaptasi agar dapat bertahan untuk melanjutkan kehidupan bahkan dengan melakukan cara-cara baru, sehingga menuntut semua pihak untuk belajar dan mengembangkan diri.

Kegiatan usaha masyarakat di tingkat *grass root* khususnya yaitu usaha kecil menengah merupakan salah satu sektor yang terkena dampak pandemi secara langsung. Di mana selama menjalani kehidupan di masa pandemi ini, masyarakat diwajibkan untuk menjalankan protokol kesehatan dalam beraktivitas dan pemerintah pun telah memberlakukan berbagai macam kebijakan pembatasan aktivitas masyarakat dengan berbagai bentuk peraturan yang diberlakukan mulai dari kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan kemudian diubah menjadi Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Dalam situasi demikian, para pelaku usaha kecil menengah harus dapat beradaptasi agar kegiatan usaha mereka dapat bertahan dan bahkan dilakukan upaya pengembangan usaha.

Ariana, dkk. (2006) menyatakan bahwa salah satu faktor yang berperan dalam keberlangsungan atau bertahanya industri kecil adalah kemampuan industri kecil untuk memanfaatkan jaringan sosial.

Menurut Santoso (2016: 230) keberlangsungan kegiatan usaha industri kecil sangat berkaitan dengan pemanfaatan jaringan sosial yang dibuat dan dikembangkan oleh para pengusahnya, jaringan sosial memberikan manfaat bagi para pengusaha industri kecil dalam memperlancar kegiatan usaha dan menjadi solusi dalam upaya pemecahan masalah yang dihadapi oleh pengusaha dalam menjalankan kegiatan usaha. Wasserman and Faust (1994) menjelaskan konsep jaringan sosial adalah rangkaian aktor-aktor (*nodes*) dan hubungan-hubungan (*relations, ties*) di antara para aktor.

Universitas merupakan salah satu entitas yang dituntut untuk berkontribusi dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi di tengah kehidupan masyarakat dan

menjadi salah satu *node* dalam jaringan sosial masyarakat secara luas. Melalui kegiatan Kuliah Kerja Nyata - Pengabdian Pada Masyarakat (KKN-PPM) Unpad, mahasiswa dan dosen pembimbing berkolaborasi melaksanakan kegiatan pengembangan usaha kecil dan menengah dalam menjalani kegiatan usaha di masa pandemi covid-19, yaitu dengan mengaplikasikan ilmu kewirausahaan dan bisnis.

Untuk memahami usaha kecil dan menengah, Kementerian Koperasi Mikro Kecil Menengah telah menentukan beberapa kriteria seperti yang dijelaskan oleh Purnomo & Kurniawan (2017), yaitu sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,- belum termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
- 2) Memiliki omzet penjualan tahunan sedikitnya Rp 1.000.000.000,-
- 3) Dimiliki oleh warga negara Indonesia
- 4) Berdiri sendiri, artinya bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau berafiliasi baik secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar
- 5) Berbentuk usaha perseorangan, tidak berbadan hukum atau badan usaha yang berbadan hukum (termasuk koperasi).

Dalam aktivitas di lapangan, masyarakat seringkali mempertukarkan istilah usaha kecil menengah dengan industri kecil menengah. Sejatinya, keduanya berbeda dan memiliki kriteria yang berbeda pula. Undang-Undang 20 tahun 2008 menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan industri kecil menengah adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan atau memanfaatkan sumber daya industri, sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi, termasuk jasa industri.

Untuk lebih jelasnya, tabel 1 berikut ini menjelaskan perbedaan antara usaha kecil menengah (UKM) dengan industri kecil menengah (IKM).

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: 2775 - 1929 p ISSN: 2775 - 1910	Vol. 2 No.1	Hal: 147-155	April 2021
---	--	-------------	--------------	------------

Tabel 1
Perbedaan UKM dan IKM

Perbedaan	UKM	IKM
Pengertian	Kegiatan dengan mengerahkan tenaga, pikiran atau badan untuk mencapai suatu maksud; pekerjaan (perbuatan, prakarsa, ihtiar, daya upaya) untuk mencapai sesuatu	Seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baru dan atau memanfaatkan sumberdaya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah atau manfaat lebih tinggi termasuk jasa industri
Karakteristik	Menghasilkan barang/jasa yang memiliki nilai tambah saja	Sistem lebih rumit yang menggabungkan berbagai proses sumber daya menjadi nilai tambah dan adanya proses pengolahan sumber daya berupa bahan baku di dalamnya

Sumber: Purnomo dan Kurniawan (2017)

Berbasis uraian di muka, diperlukan kiranya sejumlah penguatan yang bersemangatkan pemberdayaan, yaitu upaya menambah kekuatan para pelaku usaha dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Pemberdayaan dalam hal ini (Parson 1994 dalam (Suharto, 2005) adalah sebuah proses dimana orang menjadi cukup kuat untuk berpartisipasi dalam, berbagi pengontrolan atas, dan mempengaruhi terhadap, kejadian-kejadian serta Lembaga-lembaga yang mempengaruhi kehidupannya. Pemberdayaan menekankan bahwa orang memperoleh keterampilan, pengetahuan dan kekuasaan yang cukup untuk mempengaruhi kehidupannya dan kehidupan orang lain yang menjadi perhatiannya. Sehingga aktivitas peningkatan kinerja Industri Kecil Menengah dalam hal ini merupakan satu sub dimensi kecil dalam payung semangat pemberdayaan masyarakat. Selanjutnya pemberdayaan masyarakat juga dapat dimaknai sebagai pemanfaatan sumber masyarakat yang telah ditingkatkan kemampuan, motivasi dan perannya (Soetarso 2003 dalam (Huraerah, 2011). Maknanya, proses ini adalah upaya peningkatan potensi yang memang sudah ada/dimiliki oleh anggota masyarakat, yang dalam proses pengabdian ini merupakan pelaku usaha.

Berdasarkan hasil peninjauan awal yang dilakukan oleh tim KKN-PPM Unpad, usaha kecil menengah membutuhkan pendampingan untuk mengembangkan langkah-langkah strategis dalam mengembangkan kegiatan usahanya. Dalam hal ini, *business coaching* dipandang tepat

untuk dilakukan dalam pelaksanaan pendampingan oleh tim KKN-PPM terhadap pelaku usaha kecil menengah.

Pentingnya melakukan pendampingan *business coaching* bagi pelaku usaha kecil menengah telah diungkapkan oleh berbagai hasil studi yang menyatakan bahwa praktik *business coaching* merupakan intervensi untuk meningkatkan produktivitas dan kinerja personel mereka. Terkait hal tersebut, Blackman et al. (2016) mengungkapkan hasil kajiannya bahwa masih sedikit kajian yang mengupas secara komprehensif kajian tentang praktik *business coaching*. Levenson (2009) menyimpulkan tingkat/level dampak bisnis setelah aktivitas *business coaching* berkorelasi dengan kompleksitas peran eksekutif dan interaksi antar lingkungan organisasi dan kinerja individu. Grover & Furnham (2016) menegaskan bahwa praktik *business coaching* merupakan instrumen efektif yang menguntungkan organisasi.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan KKN-PPM Unpad ini adalah *business coaching*. Sebagai sebuah metode, *business coaching* memiliki sejumlah keunggulan, antara lain lebih bersifat pribadi, membangun interaksi dua arah, dapat berfokus pada permasalahan dan potensi masing-masing unit usaha, dan memiliki fleksibilitas waktu yang dapat disesuaikan oleh kedua belah pihak. Hal ini sejalan dengan penjelasan Wilson (2011) bahwa *coaching* merupakan sebuah metode

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: 2775 - 1929 p ISSN: 2775 - 1910	Vol. 2 No.1	Hal: 147-155	April 2021
---	--	-------------	--------------	------------

yang berdiri sendiri, dan memiliki perbedaan dengan praktik konseling, psikoterapi dan konsultasi karena pada *coaching* individu dimampukan untuk bertindak berdasarkan solusi-solusi yang paling sesuai dan cocok dengan mereka secara pribadi. Pola ini adalah seperti upaya membangkitkan motivasi interna/pribadi, sehingga proses dan produk yang ada di organisasinya akan meningkat. Selanjutnya hal ini juga akan dapat menyenangkan konsumen dan mendorong peningkatan bisnis (Walker & Sorkin, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Kegiatan KKN-PPM Unpad

Pelaksanaan kegiatan KKN-PPM Unpad merupakan kegiatan yang digagas dan dilaksanakan melalui kolaborasi antara dosen yang melaksanakan kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan mahasiswa yang melakukan kegiatan kuliah kerja nyata. Dalam pelaksanaan kegiatan di lapangan, mahasiswa berfungsi sebagai perpanjangan tangan dari program pengabdian pada masyarakat yang sudah dicanangkan oleh Dosen Pembimbing Lapangan kepada masyarakat di sekitar tempat tinggal mahasiswa yang bertujuan untuk membangun mentalitas kewirausahaan dan *coaching business* kepada para mitra kegiatan KKN-PPM terkait.

Manfaat yang akan diperoleh para pengusaha sebagai mitra dalam kegiatan *coaching* yang diberikan adalah agar para pelaku usaha dapat mengatasi kelemahan-kelemahan yang dihadapi dalam kegiatan usahanya dan untuk meningkatkan inovasi dalam melakukan kegiatan usaha, sehingga *value proposition* dari produk yang ditawarkan dapat semakin meningkat. Bagi para mahasiswa, pelaksanaan program pengabdian pada masyarakat yang diselenggarakan melalui KKN-PPM dapat menjadi langkah awal untuk membuat perubahan dan berbagi kebermanfaatan pada masyarakat sekitar.

Kegiatan KKN-PPM Unpad dilaksanakan melalui beberapa tahapan kegiatan, yaitu tahap persiapan, tahap eksplorasi, tahap penyusunan *plan of treatment* (yaitu berisi tahapan persiapan dan pembekalan *coaching*), serta tahap *treatment* (pelaksanaan aktivitas *business coaching*). Setiap tahapan kegiatan dilakukan melalui

aktivitas kolaborasi antara dosen pembimbing yang melaksanakan PPM dengan mahasiswa sebagai peserta kegiatan KKN. Setelah itu, sebagai puncak kegiatan, dilakukan pelatihan yang disampaikan secara *online* kepada para pelaku usaha kecil menengah.

Berikut ini adalah tahapan umum kegiatan *business coaching* yang dilaksanakan dalam kegiatan KKN-PPM Unpad, yaitu:

- 1) *Eksplorasi*. Tim yang terdiri dari mahasiswa diberbagai kota mengeksplorasi dan mencari lebih jauh potensi calon pemilik usaha yang dapat dijadikan mitra. Aktivitas eksplorasi dilakukan baik secara luring di lapangan (sekitar rumah, pasar dll) maupun secara daring (*online*) untuk menemukan mitra terbaik dalam aktivitas *business coaching*.
- 2) *Assesment/Identifikasi*. Tahapan identifikasi dilakukan terutama sebagai upaya mencari mitra (*coachee*) yang akan dijadikan subyek praktik *business coaching*. Salah satu syarat utama bagi unit tersebut untuk mengikuti praktik *business coaching* adalah kesediaan menjadi *coachee*, dan kesediaan untuk bekerja sama dalam periode waktu tertentu
- 3) *Plan of Treatment*. Secara umum, kegiatan utama pada tahapan ini dapat dibagi dua, yaitu pertama adalah pembekalan dan kedua adalah penyusunan rencana praktik *coaching* dengan mitra. Tahapan pertama merupakan tahapan pendidikan dan pembekalan bagi calon *coach*. Mengingat bahwa *business coaching* merupakan sebuah metode mandiri yang berbeda dengan mentoring, konsultasi, pelatihan dan konseling, maka diperlukan sebuah periode pembekalan khusus. Pada proses ini dilakukan pemberian materi antara lain:
 - a. Definisi *Coaching*: Membangun pemahaman dasar tentang filosofi aktivitas *coaching*, yaitu upaya membangun kinerja bisnis melalui aktivitas komunikasi dan kolaborasi yang berbasis visi dan target
 - b. Peningkatan kemampuan komunikasi apresiatif:

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: 2775 - 1929 p ISSN: 2775 - 1910	Vol. 2 No.1	Hal: 147-155	April 2021
---	--	-------------	--------------	------------

Membangun keterampilan komunikasi apresiatif yaitu yang memancing pemikiran terbaik dari mitra/coachee, dan upaya mendorong mitra membangun perencanaan terbaik bagi usahanya

c. Tahapan *Coaching* dan lain-lain.

Adapun pada tahapan kedua, tim menyiapkan perencanaan yang matang untuk dilakukannya proses *business coaching* yang baik kepada mitra, seperti penjadwalan sesi dan lainnya.

4) *Treatment*: Tahapan ini merupakan praktik business coaching yang dilakukan. Praktik Business Coaching secara umum dilakukan dengan melakukan komunikasi intensif dan apresiatif bersama mitra dengan tahapan umum yaitu;

- a. Memetakan kondisi umum usaha, yang dimulai dari mendeskripsikan kondisi saat ini dari mitra, dan mendeskripsikan kondisi yang diinginkan dicapai dimasa depan.
- b. Mengidentifikasi hal-hal yang dibutuhkan untuk mencapai visi yang diinginkan, yang secara umum dibedah menjadi;
 - i. Kebutuhan Sumber daya internal,
 - ii. Kebutuhan Sumber daya eksternal,
 - iii. Identifikasi sikap dan karakter yang dibutuhkan untuk ditumbuhkan dalam rangka mengejar visi yang ditargetkan dan
 - iv. Teknik yang dibutuhkan dipelajari lebih dalam untuk dapat mengejar sejumlah peningkatan khusus, seperti pemetaan pasar, identifikasi pelanggan, instrumen pemasaran yang lebih sesuai, keterampilan membuat deskripsi penjualan dan lain-lain.

5) Pada proses selanjutnya, khususnya setelah mitra (coachee) berhasil

mengidentifikasi dengan baik kondisi usaha saat ininya (*existing condition*) dan kondisi yang diinginkan, maka aktivitas business coaching dilanjutkan dengan penetapan bagaimana (*how*), dan kapan (*when*) akan mulai dilakukan. Yaitu dengan rincian kurang lebih sebagai berikut:

- a. Penetapan bagaimana rencana mitra (*coachee*) untuk mulai mengusahakan bagaimana sumber daya internal yang diperlukan akan diusahakan dan mulai kapan (*when*) akan dimulai, seperti melengkapi alat kerja pribadi, mengunduh aplikasi kerja pribadi yang diperlukan dll
 - b. Penetapan bagaimana rencana mitra (*coachee*) untuk mulai mengusahakan bagaimana sumber daya eksternal yang diperlukan akan diusahakan
 - c. Mulai kapan (*when*) akan dimulai, seperti potensi mitra baru (*reseller, dropshiper*), pemasok baru dll
 - d. Penetapan bagaimana rencana mitra (*coachee*) untuk mulai mengusahakan bagaimana sikap-sikap (*attitude*) yang diperlukan untuk ditumbuhkembangkan
 - e. Demi kesuksesan usaha akan diusahakan dan mulai kapan (*when*) akan dimulai, seperti potensi mitra baru (*reseller, dropshiper*), pemasok baru dll
 - f. Penetapan bagaimana rencana mitra (*coachee*) untuk mulai mengusahakan bagaimana teknik (*attitude*) yang diperlukan untuk ditumbuhkembangkan, khususnya oleh pelaku usaha secara mandiri dan mulai kapan (*when*) akan dimulai, seperti teknik dalam membuat deskripsi kalimat promosi yang baik, teknik dalam membuat foto produk yang lebih memikat dll.
- 6) Tahapan selanjutnya adalah pemantauan dari hasil business coaching yang telah dilakukan, untuk melihat perkembangan mitra.

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: 2775 - 1929 p ISSN: 2775 - 1910	Vol. 2 No.1	Hal: 147-155	April 2021
---	--	-------------	--------------	------------

2. Pelaksanaan Kegiatan *Business Coaching*

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat (PPM) dilakukan dengan diawali oleh proses identifikasi mitra (*coachee*) yang dilakukan oleh para mahasiswa. Seiring

dengan kegiatan identifikasi mitra, para mahasiswa sebagai peserta kegiatan kuliah kerja nyata (KKN) diberi pembekalan untuk meningkatkan pengetahuan dan sebagai upaya untuk membangun kapasitas mahasiswa dalam melakukan praktik *business coaching*.

Tabel 2
Kegiatan Pembekalan *Business Coaching* Pada Mahasiswa KKN

No.	Deskripsi Pembekalan	Hasil
1	Pemberian materi mengenai filosofi <i>business coaching</i> dan pengenalan <i>performance improvement management</i> secara umum	Mahasiswa (calon <i>business coach</i>) mendapatkan beberapa pengetahuan mengenai dasar-dasar dan filosofi serta sejumlah pengetahuan teknis <i>business coaching</i> , dan melakukan pencatatan materi yang disampaikan
2	Pemberian Materi mengenai konsep <i>business coaching</i> secara berseri dengan tema khusus dan mahasiswa mempresentasikan secara bergantian sub tema <i>business metahpor</i>	Setiap mahasiswa mengetahui berbagai topik bisnis metofora yang ada berdasarkan pengamatan mereka terhadap presentasi <i>bisnis metafora</i> yang dilakukan oleh teman-teman mahasiswa yang lainnya. Hal ini dilakukan untuk memperkaya pemahaman masing-masing peserta terhadap sejumlah <i>business metahpor</i> yang dapat digunakan dalam praktik <i>business coaching</i> nantinya.
3	Pemberian materi mengenai konsep <i>business coaching</i> mengenai sesi <i>coaching</i> kepada mitra dan penjelasan detail terkait apa dan bagaimana melakukan aktivitas <i>coaching</i> baik secara daring maupun luring kepada mitra (<i>coachee</i>)	Mahasiswa mendapatkan beberapa pengetahuan mengenai teknik-teknik yang perlu dilakukan <i>saat melakukan business coaching</i> kepada mitra dan melakukan pencatatan atas materi yang disampaikan.
4	Pemberian materi mengenai <i>business metaphore</i> dan setiap mahasiswa mempresentasikan <i>business metahpor</i> berdasarkan pilihan topik yang mereka pilih	Setiap mahasiswa memahami topik bisnis metofora yang akan diterapkan dalam kegiatan <i>coaching</i> kepada mitra (<i>coachee</i>)

Sumber: Data KKN-PPM Unpad (2021)

Selanjutnya untuk menambah kuat pemahaman tim *business coach*, dilakukan juga penambahan materi *business coaching* yang dilakukan melalui video menggunakan *platform live Instagram*. Hal ini dimaksudkan untuk menambah pemahaman tim *business coach*, sekaligus mendokumentasikan proses pembekalan, mengingat video dalam aplikasi Instagram tersebut dapat diputar kembali di lain waktu apabila dibutuhkan.

Berikut ini adalah beberapa suplemen materi pembekalan dan pembelajaran praktik *business coaching* yang dapat diakses melalui platform live Instagram:

- 1) Video penguatan mengenai hal-hal yang perlu diperhatikan individu/tim yang akan melakukan praktik *business coahing* dapat diakses pada link <https://www.instagram.com/tv/CKF11iUn3-v/?igshid=155d3g1b2xl4z>
- 2) Video pemberian materi kepada mitra (*coachee*) tentang skema keadaan saat ini dan keadaan yang diinginkan dapat diakses pada link <https://www.instagram.com/tv/CKF2sN1nXG6/?igshid=1x5pwx3supgb6>
- 3) Video mengenai materi terkait hal-hal yang perlu diperhatikan dan dilakukan oleh Business Coach dalam

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: 2775 - 1929 p ISSN: 2775 - 1910	Vol. 2 No.1	Hal: 147-155	April 2021
---	--	-------------	--------------	------------

merancang penjadwalan aktivitas bersama mitra (*coachee*) dapat diakses pada link <https://www.instagram.com/tv/CKF3bTYnTBv/?igshid=1d13nrkceljxf>

Adapun pihak-pihak yang menjadi mitra dalam kegiatan ini adalah seperti yang tertuang dalam tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3
Daftar Mitra dan Deskripsi Singkat Aktivitas dalam Kegiatan *Business Coaching*

No.	Nama Mitra	Deskripsi Singkat Usaha	Kondisi Umum	Kondisi setelah Business Coaching
1	Zensha Boutique	Zensha Boutique mulai berdiri pada tahun 2020 tepatnya pada bulan agustus, pemiliknya bernama Rizky Nabila. Ia merupakan mahasiswa semester lima di Universitas Gunung Jati Cirebon	Pengikut Akun dibawah 100 followers Masih terdapat banyak sisa baju (ball) yang belum terjual	Membuka peluang menggunakan fitur promosi di media sosial Optimalisasi program Live Transaksi dan Momentum Diskon di Lapak Online
2	Dapoer Yeny	Pemilik menjalankan bisnis ini mulai tahun 2019. Baso aci yang dijual merupakan baso aci olahan sendiri tanpa bahan pengawet. Setiap bulannya ia bisa mencapai 500 pcs baso aci.	Memproduksi baso aci sendiri dan telah mencapai 500 paket baso per bulan penjualannya	Membuka peluang menggunakan fitur promosi di media sosial, dan potensi menggunakan pengantaran transportasi online
3	konveksi Hollie Wollie	Berdiri sejak tahun 2011, dan pada tahun 2020 telah memiliki sejumlah mesin produksi sendiri dengan 9 karyawan tetap	Tidak menggunakan media sosial tertentu untuk promosi	Berstrategi dengan berkolaborasi dengan brand fashion yang sudah ternama
4	Gebred Official Store	Berbasis semangat untuk membantu orang tua dan membangun kemandirian, Pemilik Usaha ini (yang masih berstatus mahasiswa), dengan modal 9 juta dan baru berjalan 2 tahun, saat ini telah memiliki workshop sepatu di Cibaduyut dengan 3 pegawai	Omzet usaha mengalami kenaikan justru pada saat pandemi	Membuka peluang membangun kestabilan usaha melalui iklan berbayar di lapak online
5	Bambu Pilihanku	Usaha reseller ini sudah dilaksanakan selama beberapa tahun Mitra ini bergerak di bidang kaos berbahan dasar katun bambu yang memiliki kelebihan lebih lembut, ramah lingkungan, lebih adem, dan anti bakteri dibanding katun biasa.	Media promosinya sudah mulai berkembang luas meliputi media sosial (wa,fb,ig) dan iklan berbayar di <i>marketplace</i> seperti shopee	Mempertahankan tampilan foto promosi yang menarik dan unik
6	Bandung Fashion Shop	Bandung Fashion Shop. Mitra ini bergerak di bidang kaos anak dengan bahan kualitas premium dan harga terjangkau. Media promosinya masih terbatas di <i>marketplace</i> facebook dan	Perlu upaya optimalisasi media mulai dari mencoba pasang iklan di <i>platform</i> lain, menaikkan <i>budget</i>	Sejumlah perencanaan dibangun antara lain: <i>budget</i> iklan dinaikkan (<i>marketplace</i>), konten promosi lebih menarik dan selalu update

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: 2775 - 1929 p ISSN: 2775 - 1910	Vol. 2 No.1	Hal: 147-155	April 2021
---	--	-------------	--------------	------------

		shopee.	iklan, dan membuat konten lebih menarik.	(<i>design</i>), optimalkan <i>copywriting</i> , mencoba pasang iklan di platform lain, dan merutinkan lagi promosi.
--	--	---------	--	--

Sumber: Data KKN-PPM Unpad (2021)

Berbagai tahapan aktivitas *business coaching* yang telah dilakukan sediki banyak telah menjadi pengaruh terjadinya perubahan kepada pelaku usaha. Implikasi dari praktik *business coaching* ini merentang dari hadirnya kesadaran baru untuk lebih fokus pada peta kondisi usaha, kesadaran akan penghayatan terhadap usaha yang dijalankan sampai pada langkah aksi untuk menyempurnakan kinerja bisnis, seperti penyempurnaan kalimat persuasif promosi, kesadaran untuk meningkat frekuensi *posting* dan lain-lain. Dengan demikian, secara umum kegiatan pendampingan *business coaching* ini mampu memotivasi pelaku usaha untuk menghasilkan kinerja yang lebih baik serta memfokuskan mitra pada langkah utama yang harus diambil/ditempuh untuk mencapai visi usahanya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan pelaksanaan KKN-PPM Unpad yang sudah dilaksanakan, berikut ini adalah beberapa poin yang dapat disimpulkan, yaitu:

1. Metode *Business Coaching* dapat dijadikan salah satu alternatif metode peningkatan kinerja usaha kecil dan menengah, khususnya bagi mereka yang berada dalam tahapan awal pengembangan usaha. Aktivitas ini dapat membantu pelaku usaha mengenali lebih dalam terkait kondisi usahanya sekaligus kondisi masa depan yang diinginkan
2. Metode *Business Coaching* ketika dipraktikan dapat juga dijadikan wahana peningkatan wawasan dan pengetahuan bisnis bagi pelaku usaha, khususnya terkait isu spesifik pada jenis dan varian usahanya. Hal ini dimungkinkan karena proses *business coaching* dilakukan sangat personal,

tatap muka, dan satu demi satu. Sehingga pelaku usaha dapat secara khusus membedah usaha yang dijalankannya, dan melengkapi informasi atau kebutuhan khusus yang dibutuhkannya

3. Metode ataupun tehnik *business coaching* dapat diterapkan pada berbagai ragam dan jenis usaha kecil dan menengah, sehingga praktik ini sebaiknya dapat mulai disosialisasikan secara lebih luas dan berkelanjutan. Selain itu, jumlah coach yang mampu melakukan praktik *business coaching* dapat senantiasa ditambah dan disebarkan ke berbagai lokasi.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan kepada para pelaku usaha kecil yang

1. Metode ataupun tehnik *business coaching* dapat disebarluaskan dan atau diajarkan kepada banyak pihak, untuk mendukung proses edukasi/upaya peningkatan kinerja UMKM di berbagai pelosok Indonesia
2. Para peneliti dan akademisi dapat terus mengkaji efektivitas proses *business coaching* untuk dapat selalu ditingkatkan kualitasnya, sehingga diharapkan mampu memberikan implikasi yang paling maksimal bagi pelaku usaha

DAFTAR PUSTAKA

- Ariana Lutfah, dkk. 2006. Pengaruh Modal Sosial dalam Kemandirian Sentra Industri yang Berlokasi di Daerah Pedesaan. LIPI Press. Jakarta
- Blackman, A., Moscardo, G., & Gray, D. E. (2016). Challenges for the Theory and Practice of Business Coaching. *Human*

Jurnal Pengabdian dan Penelitian Kepada Masyarakat (JPPM)	e ISSN: 2775 - 1929 p ISSN: 2775 - 1910	Vol. 2 No.1	Hal: 147-155	April 2021
---	--	-------------	--------------	------------

- Resource Development Review*, 15(4), 459–486.
<https://doi.org/10.1177/1534484316673177>
- Grover, S., & Furnham, A. (2016). Coaching as a Developmental Intervention in Organisations: A Systematic Review of Its Effectiveness and the Mechanisms Underlying It. *PLOS ONE*, 11(7), e0159137.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0159137>
- Huraerah, A. (2011). *Pengorganisasian dan Pengembangan Masyarakat*. Bandung, Jawa Barat: Penerbit Humaniora
- Levenson, A. (2009). Measuring and Maximizing the Business Impact of Executive Coaching. *Consulting Psychology Journal*.
<https://doi.org/10.1037/a0015438>
- Noor, D. L., Wibowo, H., & Zainuddin, M. (2016). *Pemberdayaan UMKM*. Sumedang-Jawa Barat: Penerbit Unpad Press.
- Purnomo, Dwi & Kurniawan, Koko Agus Iwan. 2017. *Sociopreneur Milenial: Bisnis Berbasis Kolaborasi antara Desa dan Kota*. Bandung. Bitread Publishing.
- Santoso, M.B., (2016). Jaringan Sosial Kebertahanan Kegiatan Usaha Industri Kecil Di Desa Sukamaju Kecamatan Majalaya Kabupaten Bandung. *Jurnal AdBispreneur*. Vol. 1 No. 3 Hlm. 221-230.
- Suharto, E. (2005). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat*. Bandung Jawa Barat: Penerbit Refika Aditama
- Walker, Douglas & Sorkin, Stephen. 2011. *A-ha Performance: Membangun dan Mengelola Karyawan yang Bermotivasi Diri*. Jakarta. Penerbit PPM
- Wasserman, S. dan K. Faust, (1994) *Social network analysis: Methods and applications*. Vol. 8. 1994: Cambridge university press.
- Wilson, Carol. 2011. *Perforamce Coaching: Metode Baru Mendongkrak Kinerja Karyawan*. Jakarta. Penerbit PPM