

Original Research Paper

Pengelolaan Bisnis Dan Manajemen Wirausaha Sentra IKM

Khaerul Umam¹, Reny Wardiningsih², Resty Yusnirmala Dewi³, Feryansyah⁴, Dina Amalya Putri⁵, Eva Solina⁶ Lalu Andika Noviawan⁷

^{1,2,3,4,5,6} Program Studi DIII Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;

⁷ Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;

DOI: <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v9i2.15482>

Citation: Umam, K., Wardiningsih, R., Dewi, R. Y., Feryansyah., Putri, D. A., Solina, E., & Noviawan, L. A. (2026). Pengelolaan Bisnis Dan Manajemen Wirausaha Sentra IKM. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 9(2)

Article history

Received: 24 Maret 2026

Revised: 20 Mei 2026

Accepted: 25 Mei 2026

*Corresponding Author: Khaerul Umam, Universitas Mataram, Indonesia;
Email: khaerulumam20@staff.unram.ac.id

Abstract: This community service activity aims to improve the knowledge and skills of Small and Medium Industry (SMI) Center managers in Central Lombok Regency in business and entrepreneurial management. The main problems faced by partners include a low understanding of business management, suboptimal financial management, a lack of clear division of tasks, and the limited use of digital technology in product marketing. The activity implementation method is carried out through three stages: preparation, implementation, and evaluation. The training activity was attended by 20 participants from four centers. The material provided covered human resource management, business financial management, and digital marketing strategies. The education and training method used a combination of lectures, discussions, questions and answers, as well as pre- and post-tests to measure the level of participant understanding. The results of the activity showed an increase in participants' understanding of the importance of structured business management, a clear division of tasks and responsibilities, separation of personal and business finances, regular financial records, and the use of social media as a marketing tool. In addition, participants will implement more professional and sustainable business management practices. This activity makes a positive contribution to strengthening the capacity of SMI Center managers, which is expected to increase productivity, expand market reach, and strengthen business competitiveness in the future.

Keywords: Business Management; Entrepreneurial Management; SME Centers; Financial Management; Digital Marketing.

Pendahuluan

Perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif menuntut pelaku usaha untuk memiliki kemampuan dalam mengelola bisnis secara efektif dan efisien. Sentra Industri Kecil dan Menengah (IKM) memiliki peran strategis dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di kabupaten Lombok Tengah karena mampu menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Namun, di tengah peluang yang

besar tersebut, Sentra IKM milik Pemerintah Daerah masih menghadapi berbagai kendala dalam mengelola dan mengembangkan usahanya.

Salah satu permasalahan utama yang dihadapi Sentra IKM adalah rendahnya pemahaman mengenai manajemen wirausaha. Beberapa sentra IKM yang ada di Kab. Lombok Tengah tidak berjalan dengan baik. Pengelola sentra menjalankan kegiatan bisnis berdasarkan pengalaman dan kebiasaan sehari-hari tanpa didukung oleh pengetahuan manajerial yang memadai. Akibatnya, usaha yang dijalankan saat ini tidak memiliki

perencanaan yang jelas, pengelolaan keuangan yang belum baik, serta strategi pemasaran yang tidak efektif. Kondisi ini menyebabkan Sentra IKM tidak mandiri, sulit berkembang, kurang mampu beradaptasi terhadap perubahan pasar, dan memiliki daya saing yang rendah (Martadinata & Pasek, 2024) (Indriyani et al., 2023) (Wilda Yulia Rusyida, 2022)(Nurlatifah et al., 2021).

Selain itu, sumber daya atau pegawai sentra belum berani memulai hal baru. Ketidakberanian tersebut umumnya dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan pengetahuan, minimnya pengalaman, rasa takut mengalami kerugian, serta kurangnya kepercayaan diri dalam menjalankan tugas pengelolaan Sentra IKM. Padahal, keberanian untuk memulai merupakan langkah awal yang sangat penting dalam membangun sentra IKM yang produktif dan berkelanjutan. Tanpa adanya motivasi atau keinginan untuk terus berkembang, potensi ekonomi yang dimiliki Sentra IKM sering kali tidak dapat dimanfaatkan secara optimal.

Permasalahan lain yang juga sering ditemukan adalah adanya pandangan bahwa berbagai upaya pengelolaan usaha Sentra IKM yang dilakukan tidak memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan bisnis. Sebagian pengelola sentra IKM menganggap bahwa pencatatan keuangan, penyusunan rencana usaha, maupun strategi pemasaran hanya menambah pekerjaan tanpa menghasilkan perubahan yang nyata. Persepsi tersebut menyebabkan rendahnya motivasi untuk melakukan perbaikan dalam pengelolaan keuangan Sentra. Padahal, berbagai praktik manajemen keuangan yang sederhana sekalipun dapat memberikan manfaat yang besar apabila diterapkan secara konsisten dan berkelanjutan.

Kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Sentra IKM. Jiwa kewirausahaan yang kuat dapat mendorong seseorang untuk lebih kreatif, inovatif, mampu mengidentifikasi peluang usaha, serta berani mengambil keputusan dalam menghadapi tantangan bisnis (Anwar et al., 2022)(Azzam et al., 2024). Oleh karena itu, peningkatan kemampuan manajemen wirausaha perlu dilakukan agar Sentra IKM tidak hanya mampu menjalankan usaha, tetapi juga dapat mengelolanya secara profesional dan berorientasi pada pertumbuhan sentra jangka Panjang (Barbero

et al., 2011; Fredrich et al., 2022; Koryak et al., 2015).

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan pendampingan dan pelatihan yang dapat meningkatkan pengetahuan serta keterampilan pengelola Sentra yang ada Kab. Lombok Tengah dalam pengelolaan bisnis dan manajemen wirausaha. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan sebagai bentuk kontribusi akademisi dalam membantu Sentra IKM memahami pentingnya manajemen usaha, membangun keberanian untuk memulai dan mengembangkan usaha, serta perbaikan pengelolaan keuangan dapat memberikan dampak positif terhadap keberlanjutan dan kemandirian Sentra IKM. Melalui kegiatan ini diharapkan peserta mampu memahami konsep dasar pengelolaan usaha, melakukan pencatatan keuangan sentra, menyusun strategi pemasaran yang tepat, serta meningkatkan motivasi dan kepercayaan diri dalam mengembangkan sentra secara berkelanjutan.

Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan, antara lain sebagai berikut:

Pertama, tahap persiapan dilakukan dengan memastikan kegiatan pelatihan berjalan secara efektif dan sesuai dengan kebutuhan peserta. Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan koordinasi dengan pemerintah daerah untuk menentukan waktu dan jadwal pelaksanaan kegiatan yang sesuai dengan aktivitas peserta sehingga tidak mengganggu kegiatan usaha yang sedang berjalan. Waktu dan jadwal yang disepakati adalah hari selasa, tanggal 10 juni 2025. Selain itu, koordinasi juga bertujuan untuk mengidentifikasi jumlah dan permasalahan sentra yang akan mengikuti pelatihan. Selanjutnya, tim pengabdian melakukan analisis kebutuhan (*need assessment*) melalui diskusi dengan tim untuk memperoleh gambaran mengenai materi dan metode penyampaian.

Kedua, tahap pelaksanaan atau penyampaian materi kepada seluruh peserta pelatihan. Peserta pelatihan terdiri dari pengelola Sentra IKM yang ada di Lombok Tengah, antara lain Sentra Olahan Pangan, Sentra Olahan Sarang Burung Walet, Sentra Kerajinan Ketak, dan Sentra Gerabah. Metode yang digunakan adalah kombinasi antra metode ceramah, diskusi, dan tanya jawab

agar proses pelatihan berlangsung secara interaktif serta mampu mendorong partisipasi aktif peserta. Hal ini dilakukan karena kegiatannya berlangsung secara tatap muka (*offline*) sehingga sangat tepat untuk peserta memahami konsep-konsep dasar terkait pengelolaan bisnis, pengelolaan keuangan, dan strategi pemasaran. Sementara itu, diskusi dan tanya jawab digunakan untuk memberikan kesempatan kepada peserta dalam mengemukakan pengalaman, kendala, serta permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan usaha sentra sehingga materi yang diberikan dapat dikaitkan secara langsung dengan kondisi saat ini. Tidak lupa, kegiatan ini diawali dengan pre-test untuk mengetahui kesiapan dan tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang akan diberikan.

Terakhir adalah tahap evaluasi dilakukan dengan memberikan post-test kepada peserta dari materi yang telah diberikan. Hal ini bertujuan untuk mengukur efektivitas pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat serta mengetahui tingkat pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Selain post-test, evaluasi juga dilakukan dari diskusi reflektif, dan observasi terhadap partisipasi peserta selama kegiatan berlangsung.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjalan dengan baik dan mendapat respon positif dari seluruh peserta. Pelatihan diikuti oleh 20 orang yang berasal dari Sentra Olahan Pangan sebanyak 5 orang, Sentra Olahan Sarang Burung Walet sebanyak 5 orang, dan Sentra Anyaman Rotan Ketak sebanyak 5 orang dan Sentra Gerabah sebanyak 5 orang. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama kegiatan berlangsung, terutama pada sesi diskusi dan simulasi pengelolaan keuangan. Untuk lebih jelasnya akan dipaparkan secara rinci pada uraian berikut:

Sebelum kegiatan pelatihan berlangsung, peserta belum menerapkan pengelolaan bisnis yang terstruktur pada sentra IKM tempat mereka bekerja. Aktivitas usaha masih dijalankan secara sederhana berdasarkan kebiasaan dan pengalaman sehari-hari tanpa perencanaan yang jelas. Selain itu, pembagian tugas dan tanggung jawab antarpegawai belum dilakukan secara proporsional. Masing-masing orang sering kali menjalankan berbagai pekerjaan secara bersamaan tanpa adanya batasan peran yang jelas, sehingga berpotensi menimbulkan

tumpang tindih pekerjaan, ketidakefisienan operasional, serta kesulitan dalam mengukur kinerja masing-masing individu. Kondisi tersebut menyebabkan pengelola sentra IKM tidak memiliki dasar yang objektif untuk mengevaluasi produktivitas pegawai maupun mengidentifikasi bagian yang perlu ditingkatkan.



Gambar 1. Penyampaian materi manajemen sumber daya manusia pada Sentra IKM

Setelah mengikuti pelatihan, peserta mulai memahami pentingnya pengelolaan sentra yang terstruktur sebagai salah satu faktor pendukung keberhasilan usaha. Peserta memperoleh pemahaman bahwa pengelolaan usaha tidak hanya berkaitan dengan proses produksi dan penjualan, tetapi juga mencakup perencanaan usaha, pengorganisasian sumber daya manusia (SDM), pelaksanaan kegiatan operasional, serta evaluasi kinerja secara berkala. Melalui penyampaian materi sebagaimana pada foto, peserta menyadari bahwa pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas dapat membantu meningkatkan efektivitas kerja, mengurangi tumpang tindih pekerjaan, serta mempermudah pengawasan dan penilaian kinerja pegawai. Selain itu, peserta juga memahami bahwa evaluasi terhadap perkembangan usaha dan kinerja SDM perlu dilakukan secara rutin agar berbagai permasalahan yang muncul dapat segera diidentifikasi dan ditangani. Pemahaman tersebut memberikan perspektif baru bagi peserta bahwa pengelolaan bisnis yang baik dapat membantu usaha berkembang secara lebih terarah, efisien, dan berkelanjutan.

Peningkatan pemahaman ini menunjukkan bahwa pelatihan mampu memberikan wawasan praktis mengenai pentingnya fungsi manajemen dalam menjalankan usaha. Dengan adanya pemahaman tentang perencanaan, pembagian peran

kerja, serta evaluasi kinerja, peserta diharapkan dapat mulai menerapkan sistem pengelolaan yang lebih profesional pada sentra IKM sehingga produktivitas usaha meningkat dan tujuan bisnis dapat dicapai secara lebih optimal.



Gambar 2: Penyampaian Materi dan Tanya Jawab tentang Manajemen Keuangan Sentra Selain SDM, Peserta juga diberikan materi tentang Manajemen Keuangan. Pada sesi ini, peserta pelatihan ditekankan untuk memisahkan keuangan pribadi dan keuangan usaha sebagai langkah awal dalam menciptakan tata kelola keuangan yang sehat. Berdasarkan hasil diskusi yang berkembang, peserta masih mencampur keuangan pribadi dengan keuangan usaha Sentra IKM sehingga menimbulkan kerancuan dalam perhitungan pengeluaran, pemasukan maupun keuntungan. Melalui materi pelatihan, peserta juga diberikan pemahaman bahwa keuangan Sentra IKM harus membuat rekening atau pencatatan tersendiri yang digunakan khusus untuk mencatat seluruh transaksi yang berkaitan dengan pemasukan dan pengeluaran. Selain itu, peserta juga diperkenalkan laporan keuangan dan fungsinya. Tidak lupa tim

pengabdian juga melatih pencatatan keuangan sederhana yang terdiri atas buku kas masuk, buku kas keluar, dan perhitungan laba sebagai dasar untuk memantau perkembangan usaha sentra.

Peserta menyadari bahwa pencatatan yang dilakukan secara rutin dapat membantu mengetahui arus kas, mengendalikan pengeluaran, serta menjadi dasar dalam pengambilan keputusan bisnis. Pencatatan keuangan digital membantu pelaku usaha memantau arus kas dan laba secara lebih akurat (Saleh & Jumarding, 2025). Pencatatan keuangan yang terstruktur berperan penting dalam meningkatkan akuntabilitas dan kualitas pengambilan keputusan bisnis UMKM (Rahman Hakim et al., 2024). Tidak hanya itu, dalam konteks pengelolaan keuangan pada sentra IKM, peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya menunjukan seorang bendahara yang memiliki tugas dan kewenangan khusus dalam mengelola keuangan usaha. Sebelum pelatihan, Tim pengabdian mencatat bahwa bendahara sentra belum ditunjuk sehingga otoritas pencatatan keuangan dilakukan oleh beberapa orang sehingga berpotensi menimbulkan ketidakjelasan informasi dan kesulitan dalam pengawasan. Peserta pelatihan berkomitmen untuk menunjuk satu orang bendahara yang bekerja secara independen dan memiliki otoritas dalam mencatat setiap pemasukan dan pengeluaran, agar proses pengelolaan keuangan menjadi lebih tertib, transparan, dan akuntabel.

Selain aspek pencatatan, peserta juga diberikan pemahaman pentingnya melakukan evaluasi keuangan secara berkala. Salah satu indikator yang perlu dipantau adalah tingkat keuntungan usaha dalam setiap periode, misalnya setiap bulan. Pemantauan laba secara rutin memungkinkan pengelola sentra IKM untuk mengukur pertumbuhan usaha, mengetahui efektivitas kegiatan operasional, serta mengidentifikasi berbagai kendala yang dapat memengaruhi kinerja keuangan. Informasi tersebut dapat digunakan sebagai dasar dalam menyusun strategi pengembangan sentra dan mengambil keputusan yang lebih tepat di masa mendatang.

Dengan materi-materi yang telah diberikan oleh Tim Pengabdian, pelatihan tidak hanya memberikan keterampilan teknis peserta dalam membuat pencatatan keuangan, tetapi juga membangun kesadaran peserta mengenai pentingnya tata kelola keuangan yang terstruktur. Dengan adanya pemisahan keuangan pribadi dan

usaha, penunjukan bendahara yang bertanggung jawab, serta evaluasi keuntungan secara berkala, sentra IKM diharapkan mampu menerapkan sistem pengelolaan keuangan yang lebih profesional sehingga mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha secara jangka panjang.

Materi terakhir yang diberikan adalah terkait marketing atau pemasaran. Dari empat sentra yang menjadi peserta pelatihan, produk sentra olahan pangan yang paling baik dalam mengemas dan memasarkan produknya. Sentra olahan pangan juga sudah mempunyai beberapa kemasan yang menarik dari produknya sebagaimana gambar berikut:



Gambar 3: Produk yang dipasarkan Sentra Olahan Pangan

Pada sesi ini, Tim pengabdian menyampaikan materi tentang pentingnya memasarkan produk dengan komprehensif. Pemasaran produk tidak cukup hanya dengan kemasan yang menarik tapi metode yang dilakukan masih konvensional atau mendatangi konsumen satu persatu. Perlu ada inovasi dan terobosan baru yaitu dengan memanfaatkan teknologi dan informasi untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Terlebih di era digitalisasi seperti sekarang ini, konsumen lebih

banyak bertransaksi melalui platform digital. Oleh sebab itu, sentra perlu memanfaatkan wadah tersebut untuk berinteraksi dan menambah engagement dengan pelanggan baru. Sentra IKM harus bertransformasi menggunakan sosial media untuk pemasaran dengan membuat testimoni-testimoni yang positif dengan para pelanggan agar lebih menarik dan meyakinkan public dengan kualitas produk yang dimiliki.

Melalui pelatihan ini, peserta memahami bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi dan interaksi dengan pelanggan. Dengan memiliki akun media sosial, sentra IKM dapat menampilkan berbagai konten yang menarik, seperti proses produksi, keunggulan produk, aktivitas usaha, serta informasi mengenai produk terbaru. Konten yang dibuat secara konsisten dapat meningkatkan visibilitas usaha dan membantu menjangkau konsumen yang sebelumnya belum mengenal produk yang dihasilkan. Dengan demikian, pasar yang dapat dijangkau tidak lagi terbatas pada wilayah sekitar sentra, tetapi berpotensi berkembang ke wilayah yang lebih luas.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan pada sentra IKM telah berhasil meningkatkan pemahaman dan kapasitas peserta dalam aspek pengelolaan bisnis, pengelolaan keuangan, dan strategi pemasaran usaha. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar peserta masih menjalankan usaha secara konvensional dengan keterbatasan dalam perencanaan usaha, pembagian tugas kerja, pencatatan keuangan, serta pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Peserta juga memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai pentingnya penerapan manajemen usaha yang terstruktur pada sentra IKM. Peserta akan menerapkan pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas untuk menghindari tumpang tindih pekerjaan dan mempermudah pengukuran kinerja setiap individu. Pada aspek keuangan, peserta akan memisahkan keuangan pribadi dan usaha, melakukan pencatatan transaksi secara rutin, menunjuk bendahara yang memiliki kewenangan khusus dalam pengelolaan keuangan, serta melakukan evaluasi laba secara berkala sebagai dasar pengambilan keputusan usaha. Sedangkan, pada aspek pemasaran, peserta harus

bertransformasi dari pemasaran konvensional menuju pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial, pembuatan konten yang menarik, serta penggunaan testimoni pelanggan sebagai strategi untuk membangun kepercayaan konsumen dan memperluas jangkauan pasar.

Referensi

- Anwar, M., Clauss, T., & Issah, W. B. (2022). Entrepreneurial orientation and new venture performance in emerging markets: the mediating role of opportunity recognition. *Review of Managerial Science*, 16(3), 769–796. <https://doi.org/10.1007/s11846-021-00457-w>
- Azzam, A., Marliani, A., Trisnawati, C. L., Mugni, H. A., Diansyah, H. N., & Wardiyah, M. L. (2024). ANALISIS PERAN KEWIRAUSAHAAN DALAM MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI. 1192, 304–317.
- Barbero, J. L., Casillas, J. C., & Feldman, H. D. (2011). Managerial capabilities and paths to growth as determinants of high-growth small and medium-sized enterprises. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 29(6), 671–694. <https://doi.org/10.1177/0266242610378287>
- Fredrich, V., Gudergan, S., & Bouncken, R. B. (2022). Dynamic Capabilities, Internationalization and Growth of Small- and Medium-Sized Enterprises: The Roles of Research and Development Intensity and Collaborative Intensity. *Management International Review*, 62(4), 611–642. <https://doi.org/10.1007/s11575-022-00480-3>
- Indriyani, D., Gunawan Aji, Amalia Karimah, Pipit Fitriani, & Isna Amaliya. (2023). Pengaruh Strategi Pemasaran, Kompetensi SDM, Pengelolaan Keuangan dan Sistem Informasi Akuntansi Dalam Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 184–193. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v2i2.1551>
- Koryak, O., Mole, K. F., Lockett, A., Hayton, J. C., Ucbasaran, D., & Hodgkinson, G. P. (2015). Entrepreneurial leadership, capabilities and firm growth. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 33(1), 89–105. <https://doi.org/10.1177/0266242614558315>
- Martadinata, I. P. H., & Pasek, N. S. (2024). Peran Literasi Keuangan dan Kemampuan Manajerial dalam Mengoptimalkan Kinerja Keuangan UMKM. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 15(02), 363–372. <https://doi.org/10.23887/jimat.v15i02.80690>
- Nurlatifah, H., Saefuddin, A., Marimin, M., & Suwarsinah, H. (2021). Systematic Literature Review of Competitive Advantage and Marketing Capability of Small Medium Enterprises (SMEs). *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 24(2), 295–309. <https://doi.org/10.14414/jebav.v24i2.2797>
- Rahman Hakim, A., Narulita, S., & Iswahyudi, M. (2024). Digitalisasi Pencatatan Keuangan Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM): Perlukah? *Jurnal Akuntansi AKUNESA*, 12(3), 331–337. <https://doi.org/10.26740/akunesa.v12n3.p331-337>
- Saleh, W., & Jumarding, A. (2025). Implementasi Akuntansi Digital Guna Pencatatan Keuangan Pada UMKM. *Bongaya Journal of Research in Accounting (BJRA)*, 8(1), 42–51. <https://doi.org/10.37888/bjra.v8i1.692>
- Wilda Yulia Rusyida. (2022). Pengaruh Kemampuan Manajerial, Literasi Keuangan, dan Mitigasi Risiko Terhadap Keberlangsungan Usaha UMKM. *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(1), 01–19. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v1i1.181>