



Terbit online pada laman web jurnal : <http://wartaandalas.lppm.unand.ac.id/>

## Warta Pengabdian Andalas

Jurnal Ilmiah Pengembangan dan Penerapan Ipteks

ISSN (Print) 0854-655X | ISSN (Online) 2797-1600

### Pendampingan Peningkatan Kapasitas Produksi dan Pemasaran melalui Pembentukan Ekosistem Wirausaha Berbasis Komunitas untuk Pengembangan Kedai Gumarang

Virtuous Setyaka<sup>1\*</sup>, Eli Ratni<sup>2</sup>, Muhammad Idris<sup>3</sup>, dan Edita Elda<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Fakultas ISIP, Universitas Andalas, Kampus Limau Manis, Padang, 25163. Indonesia

<sup>2</sup>Fakultas Peternakan, Universitas Andalas, Kampus Limau Manis, Padang, 25163. Indonesia

<sup>3</sup>Fakultas MIPA, Universitas Andalas, Kampus Limau Manis, Padang, 25163. Indonesia

<sup>4</sup>Fakultas Hukum, Universitas Andalas, Kampus Limau Manis, Padang, 25163. Indonesia

\*Corresponding Author. E-mail: virtuoussetyaka@soc.unand.ac.id

#### Keywords:

business model  
canvas,  
community-based,  
entrepreneur  
ecosystem,  
marketing  
capacity,  
production  
capacity

#### ABSTRACT

*Assistance for empowerment by increasing production and marketing capacity through establishing a community-based business ecosystem is carried out to develop Kedai Gumarang. It has been operating on Sungai Balang, Cupak Tengah Village, Pauh District, Padang City, and West Sumatra Province. Kedai Gumarang is a coffee-based beverage shop that serves the needs of urban youth as a place to interact in various activities while enjoying brewing coffee. The problem experienced by the manager of Kedai Gumarang so far is the production and marketing capacity that must be increased. The solution offered was to increase production and marketing capacity with an improved management approach through business planning based on a business model canvas (BMC) and focusing on establishing a community-based business ecosystem. The entrepreneur ecosystem was formed by bringing together creative entrepreneurs in the city of Padang based on art, books, and cafes as a space for learning and working together. The methods included brainstorming, upgrading entrepreneurial mindsets, formulating BMC, licensing assistance, and periodic monitoring and evaluation.*

#### Kata Kunci:

berbasis komunitas,  
BMC, ekosistem  
wirausaha, kapasitas  
produksi, kapasitas  
pemasaran

#### ABSTRAK

Pendampingan untuk pemberdayaan dengan peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran melalui pembentukan ekosistem usaha berbasis komunitas ini dilakukan untuk mengembangkan Kedai Gumarang yang selama ini beroperasi di Jalan Sungai Balang, Kelurahan Cupak Tengah, Kecamatan Pauh, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat. Kedai Gumarang adalah sebuah kedai minuman berbasis kopi yang melayani kebutuhan kaum muda perkotaan sebagai tempat untuk berinteraksi dalam berbagai kegiatan sambil menikmati seduhan kopi. Permasalahan yang dialami oleh pengelola Kedai Gumarang selama ini adalah kapasitas produksi dan pemasaran yang harus ditingkatkan. Solusi yang ditawarkan adalah peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran dengan pendekatan perbaikan manajemen melalui perencanaan usaha berbasis kanvas model bisnis serta berfokus pada pembentukan ekosistem usaha berbasis komunitas. Ekosistem usaha dibentuk dengan menyatukan wirausaha kreatif di Kota Padang yang berbasis seni, buku, dan kafe sebagai ruang belajar dan bekerja bersama. Metode yang dilakukan meliputi curah pendapat, penyuluhan pola pikir wirausaha, perumusan BMC, pendampingan perizinan, dan monitoring dan evaluasi secara berkala.

## PENDAHULUAN

Usaha mikro dan kecil berperan strategis dalam mengurangi kemiskinan dan pengangguran di Indonesia, namun rasio keberadaannya masih belum memadai untuk menopang ekonomi nasional. Berbagai permasalahan yang dialami yaitu permodalan, sumber daya manusia, regulasi, dukungan pemerintah, sosial budaya, dan kurangnya dukungan institusi pendidikan; sebagai bagian dalam ekosistem wirausaha yang tersusun dari budaya, kebijakan, keuangan, sumber daya manusia, pasar, kelembagaan dan infrastruktur yang terkait dan terkordinasi secara formal dan informal. Ekosistem kewirausahaan perlu dikembangkan menjadi ekosistem yang saling mendukung di antara para aktor dan faktor di dalamnya untuk memberikan pengaruh positif bagi usaha mikro dan kecil.

Pendampingan untuk pemberdayaan dengan peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran melalui pembentukan ekosistem usaha berbasis komunitas ini dilakukan untuk mengembangkan Kedai Gumarang yang selama ini beroperasi di Jalan Sungai Balang, Kelurahan Cupak Tengah, Kecamatan Pauh, Kota Padang, Provinsi Sumatera Barat. Kedai Gumarang adalah termasuk ke dalam usaha mikro dan kecil.

Kedai Gumarang adalah sebuah kedai minuman berbasis kopi yang melayani kebutuhan kaum muda perkotaan sebagai tempat untuk berinteraksi dalam berbagai kegiatan sambil menikmati seduhan kopi. Kedai ini dikelola oleh pimpinannya bernama Frizky Reza Tama, seorang anak muda yang memulai usaha ini pada tahun 2020, dengan nama barista Fiky Monova, dan mempekerjakan dua orang sebagai kurir dan pemasaran. Potensi yang sudah ada dan dimiliki adalah keterampilan barista dengan menjual keunggulan biji kopi yang dibudidayakan para petani di tanah vulkanik, selain lokasi penjualan di kedai yang lokasinya strategis tersebut. Salah satu keistimewaan kopi Indonesia adalah jenis tanah vulkanik lahan tanaman kopi, sehingga membuat biji kopi lebih padat dan memiliki cita rasa yang khas (Rosyid, 2019).



Gambar 1. Aktivitas produksi di Kedai Gumarang

Permasalahan yang dialami oleh pengelola Kedai Gumarang selama ini adalah kapasitas produksi dan pemasaran yang harus ditingkatkan. Lebih detail lagi, permasalahan yang dihadapi saat ini adalah ketersediaan alat produksi kopi racikan terbatas, manajemen pemasaran yang seadanya, dan tata kelola bisnis yang belum maksimal. Solusi yang ditawarkan adalah peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran dengan pendekatan perbaikan manajemen

melalui perencanaan usaha berbasis kanvas model bisnis serta berfokus pada pembentukan ekosistem wirausaha berbasis komunitas.

Dalam Haratua dan Wijaya (2020) dapat ditemukan pembahasan literatur tentang ekosistem wirausaha. Diantaranya:

- a. *Entrepreneurial Ecosystem* atau ekosistem wirausaha diperkenalkan oleh Daniel Isenberg (2010) melalui *How to Start an Entrepreneurial Ecosystem* dan kemudian melalui tulisannya di *Institute of International European Affairs* tahun 2011 yang menyatakan secara umum, ekosistem wirausaha terdiri dari kemudahan akses pasar, adanya tenaga kerja atau sumber daya manusia, akses permodalan dan pembiayaan, jejaring dan sistem pendukung (seperti mentor, konsultan, dan inkubator), kebijakan dan peraturan, infrastruktur, sistem pendidikan dan pelatihan, ketersediaan dukungan dari lembaga pendidikan tinggi, dan dukungan faktor sosial budaya. Struktur dalam ekosistem kewirausahaan mencakup enam pilar, yakni (1) kondusivitas budaya (toleransi pada resiko dan kegagalan, pandangan positif dalam wirausaha); (2) kepemimpinan dan pembuatan kebijakan yang mendukung (insentif, aturan/regulasi, dan dukungan lembaga publik); (3) pembiayaan yang memadai (kredit mikro, permodalan ventura, dsb); (4) *human capital*/sumber daya manusia (SDM) (lembaga pendidikan dan pelatihan, ketrampilan SDM); (5) ketersediaan pasar dan kemampuan menyerap produk; dan (6) dukungan lembaga lain serta infrastruktur (bidang hukum, legal, akuntansi, komputersisasi dan IT, serta kelompok wirausaha) (Isenberg, 2011).
- b. Model ekosistem wirausaha mentitikberatkan keterkaitan antar aktor untuk menghasilkan wirausaha produktif dan melahirkan wirausaha baru (Stam and Spigel, 2016).
- c. Ekosistem wirausaha mencakup delapan bidang, yakni: kebijakan, keuangan, *human capital*, pasar, dukungan bisnis, infrastruktur, penelitian dan pengembangan, dan budaya (Aspen Network of Development Entrepreneurs, laporan tahun 2018).
- d. Untuk mendukung pertumbuhan wirausaha, perlu ekosistem yang memudahkan berwirausaha, memberikan akses pelatihan, bimbingan, pembiayaan, dan *network* (Indonesian Development Forum, 2019).
- e. Pendekatan ekosistem wirausaha berisi seperangkat aktor dan faktor terkait dan terkordinasi secara formal maupun informal yang saling berhubungan, saling mengatur dan memperantarai seluruh kinerja wirausaha mulai dari tahap awal melahirkan wirausaha baru sampai pengembangan usaha untuk meningkatkan kemampuan dan daya saing (Purbasari, 2019).

Dari berbagai literatur tentang ekosistem wirausaha tersebut, maka dalam pendampingan peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran melalui pembentukan ekosistem wirausaha berbasis komunitas untuk pengembangan Kedai Gumarang, dipelajari, dimodifikasi, dan dipraktikkan.

## METODE

Metode yang sudah digunakan dalam penyelenggaraan pendampingan untuk pemberdayaan dengan peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran melalui pembentukan ekosistem usaha berbasis komunitas ini adalah dengan curah pendapat (*brainstorming*) antara pihak pengelola Kedai Gumarang dengan Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dari Universitas Andalas. Dalam curah pendapat ini dilakukan pemetaan potensi, permasalahan, dan solusi yang relevan dengan kebutuhan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan keinginan dalam meningkatkan kapasitas pemasarannya.

Metode kedua yang digunakan adalah dengan diselenggarakannya penyuluhan pola pikir wirausaha (*entrepreneurial mindset*) bagi pengelola Kedai Gumarang. Pola pikir wirausaha adalah cara berpikir yang memungkinkan seseorang untuk menghadapi tantangan, mampu mengambil keputusan, dan bertanggung jawab atas keputusan yang dia ambil. Semua orang bisa memiliki pola pikir wirausaha asalkan mereka mau mempelajarinya. Secara umum, terdapat tiga elemen dari pola pikir wirausaha, yaitu Kepercayaan, Fokus, dan Sikap. Kepercayaan dalam hal

ini berkaitan dengan bagaimana seseorang percaya akan dirinya sendiri, bisnisnya, produk, dan pelayanan atau servisnya. Ketika wirausaha percaya diri, maka mereka akan tahu keputusan mana yang harus mereka ambil dan mana yang tidak. Kedua adalah fokus, yang dimaksud adalah melihat kesempatan dari masalah yang ada, berfokus pada tujuan yang ingin dicapai tanpa mempedulikan pendapat negatif dari orang lain, dan berfokus untuk mengelola risiko bisnis serta berusaha mencapai kesuksesan. Ketiga adalah sikap, seorang wirausaha harus memiliki mental dan karakter tertentu untuk bisa membawa bisnisnya menuju kesuksesan. Beberapa karakter wirausaha yang mendukung kesuksesan adalah keberanian, persisten, kemampuan beradaptasi, rasa penasaran, kolaborasi, keinginan untuk belajar dan pengambilan keputusan.

Metode ketiga adalah pelatihan perencanaan usaha berbasis kanvas model bisnis. Perencanaan usaha adalah tindakan atau langkah-langkah yang akan dilakukan ketika akan memulai sebuah bisnis atau usaha. Dalam menjalankannya para pelaku usaha membutuhkan komponen perencanaan yang tepat agar bisnis dapat dijalankan dengan baik. Perencanaan komponen usaha ini biasa disebut juga *bisnis plan*, yaitu sebuah dokumen yang menunjukkan kemampuan sebuah bisnis dalam menjual produk atau jasanya. Selain itu rencana usaha ini bisa digunakan sebagai alat untuk mendapatkan investor, karena didalamnya berisi segala hal yang akan dilakukan saat bisnis dijalankan nantinya. Kanvas model bisnis atau *Business Model Canvas* (BMC) adalah kerangka kerja yang dikenal untuk mendefinisikan model bisnis *startup*. BMC merupakan sebuah *tool* dalam strategi manajemen untuk menterjemahkan konsep, konsumen, infrastruktur maupun keuangan perusahaan dalam bentuk elemen-elemen visual (Barquet and Paula, 2011). BMC disusun dengan tujuan untuk menjelaskan, menilai, memvisualisasikan, serta mengubah model bisnis sehingga kinerja yang dihasilkan oleh *startup* lebih maksimal. BMC bisa diterapkan oleh semua jenis *startup* tanpa terbatas sektor usaha.

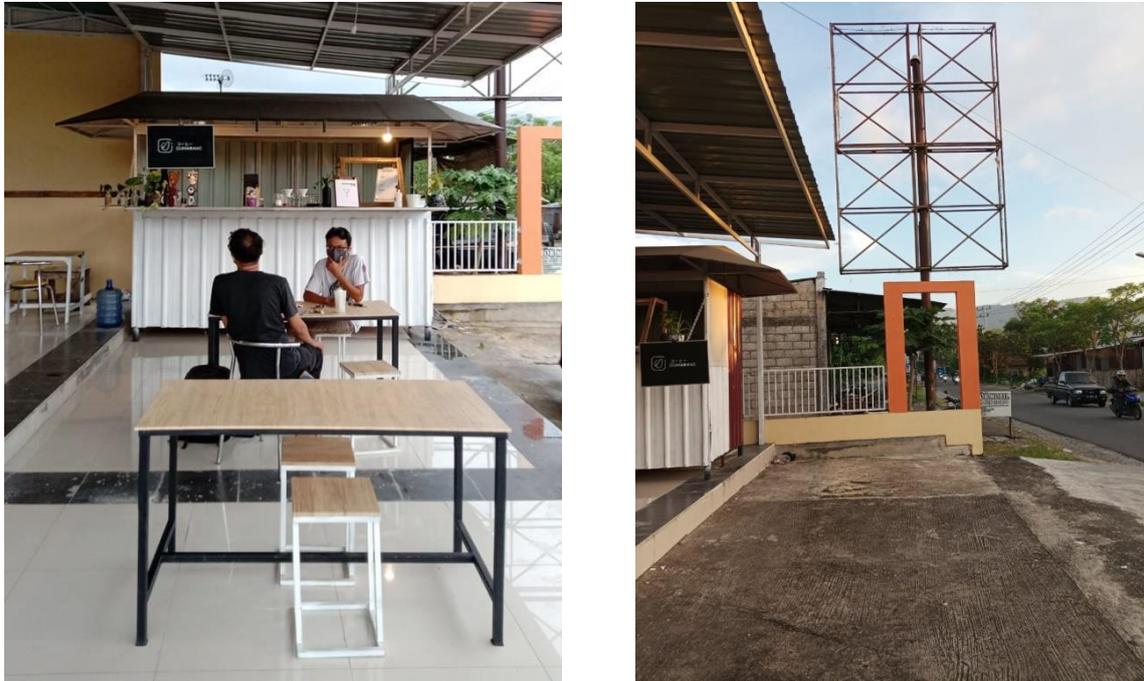
Metode keempat adalah pendampingan langsung dalam kegiatan usaha, terutama untuk pembentukan ekosistem wirausaha yang disusun dari budaya, kebijakan, keuangan, sumber daya manusia, pasar, kelembagaan, dan infrastruktur yang terkait dan terkoordinasi secara formal dan informal. Tim pengabdian sekaligus termasuk dalam ekosistem yang akan dibentuk tersebut, berperan dari segi SDM akademisi yang terkait dengan organ-organ ekosistem penting lainnya. Pendampingan langsung juga meliputi pengurusan legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik atau *Online Single Submission* (OSS). Tim pengabdian menjelaskan tentang pentingnya pelaku UMKM Makanan dan Minuman (Mamin) untuk mengikuti Pelatihan Keamanan Pangan (PKP) oleh Dinas Kesehatan Kota Padang, dan memiliki sertifikat izin edar produk seperti P-IRT, MD BPOM, dan pengakuan produk Halal oleh LPPOM MUI. Hal itu semua diperlukan untuk meningkatkan kepercayaan (*trust*) konsumen atas produk yang dipasarkan melalui Kedai Gumarang.

Metode kelima adalah monitoring dan evaluasi yang dilakukan dalam jaringan dan di luar jaringan. Kegiatan ini dilakukan untuk memantau dan menilai perkembangan kegiatan usaha Kedai Gumarang dan seluruh aspek dalam pembentukan ekosistem wirausaha berbasis komunitas. Upaya monitoring misalnya dilakukan dengan diskusi langsung atau tatap muka, juga melalui aplikasi WhatsApp (WA). Sedangkan evaluasi dilakukan secara khusus dengan diskusi langsung atau tatap muka dengan pengelola Kedai Gumarang secara berkala.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis lokasi kedai ini sangat strategis karena berada di pinggir jalan raya yang menghubungkan antara Pasar Baru dengan Pasar Bandar Buat di Kota Padang. Pasar Baru adalah sebuah area yang menjadi pusat aktivitas keseharian masyarakat lokal atau penduduk setempat khususnya dalam aktivitas ekonomi, selain itu menjadi salah satu kantong tempat tinggal para mahasiswa di Universitas Andalas sebagai 'anak-anak kos', penyewa rumah kontrakan, maupun yang memang berasal dari situ. Sedangkan Pasar Bandar Buat adalah sebuah pasar tradisional yang setiap hari ramai dikunjungi oleh para pedagang dan pembeli berbagai

macam komoditas kebutuhan harian masyarakat. Di sepanjang Jalan Sungai Balang ada perkantoran pemerintahan (diantaranya Kantor Camat Pauh dan Balai Latihan Kerja Padang – yang areanya sudah masuk Kecamatan Lubuk Kilangan), ada banyak pertokoan yang menjual barang kebutuhan harian, juga para penjual jasa kebutuhan masyarakat lainnya, sekolah-sekolah, rumah-rumah ibadah, dan juga kompleks perumahan modern dan pemukiman penduduk lokal/setempat.



Gambar 2. Fasilitas booth dan meja usaha (kiri), lokasi usaha dekat dari jalan raya (kanan)

Untuk peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran Kedai Gumarang, pelatihan perencanaan usaha berbasis kanvas model bisnis sudah dilakukan. BMC yang dibuat untuk mengembangkan usaha Kedai Gumarang dengan sembilan elemen yaitu *partner*, *activity*, *additional value*, *customer relationship*, *target market*, *resources*, *marketing channel*, *cost structure*, dan *income stream*; dapat dijelaskan sebagai berikut: (1) *Partner* bagi Kedai Gumarang adalah para Petani kopi di Nagari Situjuhah yang berada di Payakumbuh/Lima Puluh Kota, Koperasi Mandiri Dan Merdeka (KMDM), Pasar Rabu Tani (PRT), dan Sobio. (2) *Activity* yang dilakukan adalah produksi kopi dan *roasted bean*; *branding*, *marketing*, *selling* (BMS); pembuatan konten media sosial untuk mendukung BMS; dan mengorganisir beragam kegiatan yang mendukung. (3) *Additional Value* Kedai Gumarang adalah adanya jenis kopi orisinal yaitu kopi lokal asli Minangkabau yang dibudidayakan oleh para Petani kopi di Nagari Situjuhah, Lima Puluh Kota, Sumatera Barat. Kemudian adanya *Gumarang Signature* yaitu formula atau resep yang dimiliki oleh Barista. Selain itu, Kedai Gumarang juga menyediakan ruang dan jasa pengorganisasian kegiatan untuk acara-acara komunitas di Kota Padang dengan pelayanan yang ramah dan konsep kafe yang minimalis tradisional. (4) *Customer Relationship* yang diselenggarakan Kedai Gumarang adalah dengan pemanfaatan beragam media sosial di antaranya WhatsApp Group (WAG), Telegram Group, dan FaceBook (FB) Group. Selain itu juga dengan akun di InstaGram (IG), FaceBook (FB), Tiktok, YouTube, dan Twitter. (5) *Marketing Channel* yang digunakan Kedai Gumarang adalah dengan dua cara/arena, yaitu luar jaringan (*luring*)/*offline* adalah di kedai, dan dalam jaringan (*daring*)/*online* yakni Shopee Food, Go Food, Grabfood, Pasar Rabu Tani, termasuk juga akun di IG, FB, Tiktok, YouTube, dan Twitter. (6) *Target Market* yang menjadi sasaran Kedai Gumarang adalah anak muda dan komunitas mereka yang berusia sekitar 20 -35 tahun. (7) *Resources* atau sumber daya yang ada di Kedai Gumarang sampai saat ini adalah lokasi kedai yang strategis, kopi *single origin*, *roasted bean* yang

diproduksi sendiri, dan barista yang berpengalaman. (8) *Cost Structure* yang dihadapi Kedai Gumarang adalah sewa tempat, biaya desain kedai, peralatan dan perlengkapan kegiatan, serta biaya listrik, air, dan internet. (9) *Income Stream* Kedai Gumarang adalah pemasukan dari penjualan kopi, sewa tempat, dan jasa *event organizer* (EO).

Partner	Activity	Additional Value	Customer Relationship	Target market
#Petani Kopi Nagari Situjuh #KMDM #Pasar Rabu Tani #Sobio	#Produksi (Kopi, Roastbean) #Branding, Marketing, Selling (BMS) #Create Content to Support BMS #Organize Event	#Jenis Kopi Original (Single Origin): Kopi Lokal Asli Minangkabau ditanam oleh petani di Nagari Situjuh, Limo Puluah Kota  #Gumarang Signature: Secret Formula dari Barista Fiki Monova	#Social Media Group: WA Group, Telegram Group, FB Group  #Social Media: IG, FB, Tiktok, Youtube, Twitter	#Komunitas anak muda 20-35 tahun
	<b>Resources</b> #Lokasi Kedai Kopi Strategis #Kopi Single Origin #RoastBean Produksi Sendiri #Experienced Barista	#Menyediakan Tempat dan Jasa EO untuk Acara Komunitas  #Friendly Services  #Layout Café: Traditional Minimalist	<b>Channel Pemasaran</b> #Offline: Kedai Kopi Gumarang #Online: Shopee Food, Go Food, Grabfood, Pasar Rabu Tani #Social Media: IG, FB, Tiktok, Youtube, Twitter	
<b>Cost Structure</b>		<b>Income Stream</b>		
Sewa Tempat, Biaya Desain Kafe, Peralatan dan Perlengkapan Event, Biaya Listrik Air dan Internet		Income dari Penjualan Kopi, Income dari Sewa tempat, Income dari Jasa Event Organizer		

Gambar 3. Hasil perumusan BMC Kedai Gumarang

Untuk membentuk ekosistem wirausaha maka dilakukan pendekatan dan mengajak berbagai komunitas anak muda di Kota Padang untuk datang, bergabung, belajar, dan bekerja bersama di Kedai Gumarang. Pendekatan dan ajakan tersebut dilakukan melalui cara-cara informal pada permulaannya, untuk kemudian akan ditindaklanjuti dengan pendekatan yang dilakukan dengan cara-cara formal. Komunitas anak muda di Kota Padang yang diajak adalah mereka yang bergiat dalam berbagai kegiatan diantaranya komunitas baca atau literasi buku dan bahan bacaan lainnya, komunitas pembuat dan penonton film atau literasi film, komunitas penerbitan atau literasi jurnalistik, komunitas pembuat aplikasi atau literasi teknologi informasi dan komunikasi, komunitas peduli lingkungan atau literasi konservasi alam, dan komunitas-komunitas lainnya. Selain mengajak mereka untuk menikmati seduhan kopi dalam berbagai varian, juga berdiskusi tentang koperasi dan kemungkinan bekerja sama dalam kegiatan usaha di masa depan.



Gambar 4. Aktivitas diskusi di Kedai Gumarang

Perlunya ditumbuhkan sebuah ekosistem untuk percepatan pencapaian tujuan. Ekosistem mulai dikaitkan dengan dunia bisnis dan ada hubungan interaksi yang terjadi antar para aktor yang berkepentingan untuk pertumbuhan perusahaan (Moore, 1993). Di dalam sebuah ekosistem yang bersifat dinamis, usaha yang baru mempunyai kesempatan lebih untuk bertumbuh dan menghasilkan lapangan kerja dibanding dengan usaha yang telah ada. Suatu ekosistem yang produktif adalah kegiatan yang bertujuan ekonomis karena akan menghasilkan input, output dan outcome diantara aktor-aktor dalam ekosistem tersebut. Sebagian praktisi dan peneliti melihat ekosistem sebagai fasilitator di mana aktor-aktor berinteraksi dan bekerja untuk sebuah hasil baru (Malecki, 2011).



Gambar 5. Aktivitas edukasi di Kedai Gumarang

Pendampingan langsung telah dilakukan oleh tim pengabdian, yakni pengurusan legalitas usaha berupa Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik atau Online Single Submission (OSS). Selanjutnya, tim juga menjelaskan tentang pentingnya pelaku UMKM Makanan dan Minuman (Mamin) untuk mengikuti Pelatihan Keamanan Pangan (PKP) oleh Dinas Kesehatan Kota Padang, dan memiliki sertifikat izin edar produk seperti P-IRT, MD BPOM, dan pengakuan produk Halal oleh LPPOM MUI. Hal itu semua diperlukan untuk meningkatkan kepercayaan (trust) konsumen atas produk yang dipasarkan melalui Kedai Gumarang. Keuntungan lainnya yang didapat ketika pelaku usaha sudah memiliki legalitas adalah kemudahan akses permodalan dan pendampingan usaha dari pemerintah (Kusmanto dan Warjio, 2019). Lebih jauhnya, pelaku UMKM dituntut harus memenuhi syarat tersebut guna dapat bersaing di era pasar bebas. Tuntutan itu yang menjadi masalah karena tidak sedikit pelaku usaha tidak memiliki legalitas usaha. Berbagai kendala yang didapati seperti tidak adanya dana untuk mengurus legalitas, sulitnya surat menyurat, kurangnya pengetahuan dan pemahaman teknologi dan lain sebagainya. Perolehan sertifikat P-IRT, MD BPOM, dan Halal diagendakan sebagai kerja dampingan lanjutan oleh tim. Dibutuhkan juga pendampingan pelaporan keuangan sederhana untuk unit bisnis (*financial report*) pada masa berikutnya, sehingga pelaku usaha bisa menentukan kebijakan pengembangan usaha dengan tepat berdasarkan data.



Gambar 6. Penyuluhan dan pendampingan langsung pengurusan legalitas usaha dan produk

Sebagai pelengkap dari penyuluhan pola pikir wirausaha dan peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran melalui pelatihan BMC, serta pembentukan ekosistem wirausaha berbasis komunitas anak muda di Kota Padang khususnya komunitas literasi, maka Tim PKM Unand juga mengarahkan untuk melakukan *branding* bagi Kedai Gumarang. Tim PKM Unand mengarahkan agar Kedai Gumarang sebagai pusat atau sentra dari ekosistem wirausaha berbasis komunitas ini menjadi *Gumarang: Art, Book, and Café* atau Gumarang sebagai kafe dan komunitas literasi berbasis buku dan seni. Secara teknis ke depan, Kedai Gumarang menjadi tempat bagi berbagai komunitas untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan diantaranya dalam setiap pekan dilaksanakan kegiatan diskusi bedah buku, pelatihan menulis dan jurnalistik, menonton dan mendiskusikan film, pelatihan menulis skenario film, pelatihan pembuatan film, pementasan musik akustik dan diskusi, pembacaan puisi dan diskusi, pelatihan penulisan puisi, pementasan drama/teater dan diskusi, pelatihan penulisan naskah drama/teater, diskusi dan pelatihan pembuatan aplikasi berbasis android dan *web*, diskusi dan pelatihan produksi, pemasaran, dan perkoperasian, dan beragam kegiatan lainnya yang mendukung pembentukan ekosistem wirausaha berbasis komunitas.



Gambar 7. Branding Gumarang: *Art, Book, and Café*

## KESIMPULAN

Pendampingan peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran melalui pembentukan ekosistem wirausaha berbasis komunitas untuk pengembangan Kedai Gumarang adalah salah satu contoh kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh Tim PKM Unand sebagai pendampingan berkelanjutan. Sesuai dengan teori-teori tentang pembentukan ekosistem wirausaha sebagai kegiatan yang tidak bisa diselenggarakan dalam waktu singkat, namun membutuhkan tahapan-tahapan dalam jangka panjang karena berbagai aktor, faktor, dan sektor yang harus ditempuh dan diselesaikan. Berbagai hambatan dan tantangan sekaligus menemukan potensi dan solusi pengembangannya dengan melibatkan banyak pihak/multi pihak, maka pendampingan semacam ini juga berkemungkinan besar untuk membutuhkan biaya/dana yang cukup besar. Menciptakan peluang kerja untuk pemberantasan kemiskinan sebagai bagian dari pembangunan berkelanjutan tidak bisa hanya sekedar mendorong setiap orang khususnya anak muda untuk berwirausaha, namun juga harus mengarahkan agar terbentuknya ekosistem wirausaha berbasis komunitas anak muda itu sendiri yang berkesesuaian dengan model produksi dari hulu ke hilir dengan memastikan keberlanjutan antara proses produksi, distribusi atau pemasaran produk, dan konsumsi atau memastikan produk sampai pada konsumen.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim PKM Unand menyampaikan ucapan terima kasih kepada LPPM Universitas Andalas yang telah mendanai kegiatan ini melalui Dana PNPB Universitas Andalas Tahun Anggaran 2021 skim Program Kemitraan Masyarakat Membantu Usaha Berkembang. Kegiatan dapat terlaksana dengan baik atas kerjasama tim dan Kelompok Usaha Mitra Kedai Gumarang yang berada di Jalan Sungai Balang, Kelurahan Cupak Tengah, Kecamatan Pauh, Kota Padang. Terima kasih kami ucapkan juga kepada seluruh mitra yang terlibat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barquet, Paula A. B., et al. 2011. Business model elements for product-service system. *Functional Thinking for Value Creation*. Springer Berlin Heidelberg. 332–337
- Haratua, A. dan C. Wijaya. 2020. Membangun Ekosistem Kewirausahaan untuk Usaha Mikro dan Kecil di Indonesia: Sebuah Tinjauan Literatur. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, Volume 16, Nomor 1, Juli 2020: 36-47.
- Isenberg, Daniel. 2011. *The Entrepreneurship Ecosystems Strategy as a New Paradigm of Economics Policy: Principle for Cultivating Entrepreneurship*. Babson Global.
- Kusmanto, H. dan Warjio. 2019. Pentingnya Legalitas Usaha bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Pendidikan Ilmu-ilmu Sosial*. 11 (2): 320-327.
- Malecki, E . J. 2011. Connecting Local Entrepreneurial Ecosystem to Global Innovation Network: Open Innovation, Double Networks and Knowledge Integration. *International Journal Entrepreneurship and Innovation Management*, Vol 14, No.1. pp 36-59
- Moore, J.F. 1993. Predators and Prey: A New Ecology of Competition. *Harvard Business Review*, 71, 75-86.

Rosyid (2019). Kopi Terbaik di Indonesia Masuk ke Pasar Dunia. Gatra. <https://www.gatra.com/detail/news/387964-Kopi-Terbaik-di-Indonesia-Masuk-ke-Pasar-Dunia>

Stam & Spiegel. 2016. Entrepreneurial Ecosystems. Discussion Paper Series Utrecht School of Economics. Tjalling Koopmans Research Institute.