

MIND MAPPING DAN BUSINESS MAPPING SEBAGAI STRATEGI KREATIF DALAM MENJALANKAN USAHA MELALUI SEKOLAH WIRAUSAHA AISIYIAH KABUPATEN PEKALONGAN - JAWA TENGAH

Sobrotul Imtikhanah, Dinda sukmawati, Ferlinda ainurachmani

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Muhamamdiyah Pekajangan Pekalongan, Indonesia
emmaferdiz.umpp@gmail.com

Abstract

The Aisiyyah Entrepreneurship School (SWA) is designed to provide essential entrepreneurial knowledge and hands-on learning experiences that are relevant to economic landscape today. Participants are encouraged to foster creativity, innovation, and confidence to handle business and have a good challenges head-on. Partners face the constraints of limited ability to map what business to choose from the various businesses that currently exist and there are concerns that if they choose a business they will run a loss or be unprofitable. The aim of this activity is to provide education and understanding as well as practice in making mind maps and business maps so that participants in this activity can easily identify the business they want to run from the many desires they want to carry out in their business and are able to map which businesses have small risks but get profits optimally. The method used in this activity is partner situation analysis, participant selection involves Aisiyyah branches by conducting screening at branch level in Pekalongan district with a qualification age limit of 30-40 years and willing to take part in the activity for eight weeks until completion. Participants are limited to 35 participants per batch. Activities are carried out every Sunday starting from 08.00 – 13.00 for 8 weeks consisting of theory and practice as well as visits to successful MSME business actors, pretest and post test, and ending with the graduation from the Aisiyyah Entrepreneurial School. The results of the activity are increased knowledge, skills and ability to create business mind maps and are able to create new business creativity for SWA participants.

Keywords: The aisiyyah entrepreneurship school, mind mapping, business.

Abstrak

Sekolah Wirausaha Aisiyyah (SWA) bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang wirausaha dan memfasilitasi pengalaman belajar yang praktis dan relevan dengan tantangan ekonomi saat ini. Melalui kegiatan ini peserta diajak untuk mengembangkan kreativitas, inovasi, serta keberanian dalam menghadapi tantangan bisnis. Mitra menghadapi kendala keterbatasan kemampuan untuk melakukan mapping bisnis apa yang harus dipilih dari berbagai bisnis yang sekarang telah ada dan adanya kekhawatiran jika memilih bisnis yang dijalankan nanti rugi atau tidak menguntungkan. Tujuan kegiatan ini adalah memberikan edukasi dan pemahaman serta praktik membuat mind mapping dan business mapping agar peserta kegiatan ini dengan mudah dapat mengenali usaha yang ingin dijalankan dari sekian banyak keinginan yang ingin dilakukan dalam bisnisnya serta mampu memetakan bisnis mana yang mempunyai resiko kecil namun mendapatkan keuntungan yang optimal. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah analisis situasi mitra, pemilihan peserta melibatkan ranting-ranting aisiyyah dengan melakukan screening ditingkat ranting di kabupaten Pekalongan dengan kualifikasi batasan usia 30-40 tahun dan bersedia mengikuti kegiatan selama delapan minggu sampai selesai. Peserta di batasi 35 peserta untuk satu kali angkatan. Kegiatan dilakukan setiap hari ahad dimulai dari pukul 08.00 – 13.00 selama 8 minggu terdiri dari teori dan praktik serta kunjungan kepelaku usaha UMKM yang telah sukses, pretest dan post test, serta diakhiri dengan wisuda sekolah wirausaha aisiyyah. Hasil kegiatan adalah meningkatnya pengetahuan, ketrampilan dan kemampuan untuk membuat mind mapping usaha serta mampu menciptakan kreatifitas bisnis baru bagi peserta SWA.

Keywords: sekolah wirausaha aisiyyah; mind mapping; usaha.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, teknologi dan tren pasar berubah dengan sangat cepat. Bisnis yang mampu berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan ini akan memiliki keunggulan kompetitif yang besar. Bisnis kreatif cenderung lebih fleksibel dan mampu menangkap peluang baru dengan lebih baik. Teknologi telah memungkinkan akses pasar global yang lebih luas bagi bisnis dari berbagai skala. Bisnis kreatif dapat memanfaatkan internet dan platform digital untuk menjual produk atau jasa mereka ke seluruh dunia, memperluas potensi pertumbuhan dan kesempatan bisnis (Wahyuni Trisna & Fardani Zulkifli, 2021). Sekolah Wirausaha Aisyiyah (SWA) muncul sebagai respon terhadap kebutuhan akan pembelajaran keterampilan wirausaha dikalangan perempuan agar mereka dapat mengembangkan potensi dan bakat mereka dalam bidang kewirausahaan. SWA merupakan Program dari Pimpinan Pusat Aisyiyah yang harus diikuti oleh seluruh organisasi Aisyiyah di Indonesia. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan bekerja sama dengan perguruan tinggi. Kegiatan ini dilakukan kerjasama dengan fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Pekajangan Pekalongan. Mitra kegiatan ini adalah organisasi perempuan yaitu aisyiyah kabupaten pekalongan yang mempunyai anggota lebih dari 2500 anggota. Permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah sebagai perempuan berkemajuan tidak hanya menjadi ibu rumah tangga namun berharap dapat membantu memperoleh pendapatan dengan berwirausaha untuk membantu suami dalam mendukung ketahanan

keluarga. Namun banyak diantara mereka menghadapi kendala yaitu kekhawatiran pilihan usahanya takut tidak laku, takut untuk memulai usaha, banyak ide namun belum menemukan mana yang tepat untuk dipilih agar usahanya berjalan sesuai rencana, banyak pesaing pada usaha atau bisnis yang sejenis. Berdasarkan situasi dan kondisi yang dialami mitra maka kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan yaitu memberikan pelatihan baik secara teori dan praktik secara intensif tentang *mind mapping* dan *mapping business* selama delapan kali pertemuan.

Mind mapping adalah cara termudah untuk memasukkan informasi ke dalam otak dan mengambil informasi dari otak (Tee et al., 2014). Peta pikiran (*mind map*) adalah alat berpikir dan pembelajaran visual yang bertujuan untuk mengorganisasi dan memahami informasi secara lebih efektif, merangsang pemikiran kreatif, serta meningkatkan pembelajaran dan daya ingat (Goebert, 2023) *Mind mapping* adalah alat berpikir dan belajar yang kuat yang menggabungkan pemikiran visual, terstruktur, dan asosiatif untuk membantu kita memproses informasi lebih efektif, meningkatkan pemikiran kreatif, serta memperkuat pembelajaran dan daya ingat kita. Struktur inti dari peta pikiran dimulai dengan tema atau konsep sentral, kemudian bercabang ke ide-ide dan informasi terkait. Selain itu, penggunaan warna dan elemen visual lainnya untuk menyoroti informasi penting serta membedakan antara ide atau konsep yang berbeda dalam peta pikiran dapat membuatnya lebih menarik dan lebih mudah dipahami serta diingat. Dengan menunjukkan struktur hierarki dan keterkaitan

informasi, termasuk topik dan sub-topik, konsep dan sub-konsep, fakta, dan detail, kita dapat memahami struktur dan hubungan dalam informasi dengan lebih jelas. *Mind mapping* adalah alat berpikir dan pembelajaran yang kuat yang dapat secara efektif mengorganisasi dan memproses informasi, meningkatkan pemikiran kreatif, serta memperkuat keterampilan belajar dan mengingat. Peta pikiran dimulai dengan tema atau konsep sentral, lalu berkembang ke ide-ide dan informasi terkait melalui struktur percabangan yang meniru cara kerja otak, memberikan cara yang lebih intuitif dan alami untuk memproses serta mengingat informasi (Luangkrajang, 2022). *Mind mapping* mengambil pendekatan yang mencakup pemikiran divergen, mengintegrasikan otak kiri dan kanan, memvisualisasikan pemikiran, menggali koneksi yang lebih dalam, dan menyediakan lingkungan yang aman untuk berpikir (Tarin & Yawilong, 2022). Sedangkan *business mapping* merupakan aktivitas untuk memilah dan memilih bisnis dengan beberapalangkah antara lain menentukan inti dari bisnis, mengidentifikasi target pasar, melakukan analisis seberapa besar pasar yang akan dimasuki, mengevaluasi pengaruh positif dan negatif dari faktor eksternal atas produk yang dipasarkan, membuat produk berbeda dengan pesaing, menentukan cara memasarkan produk dan bagaimana cara mempertahankan konsumen (Sari & Hasbi, 2022).

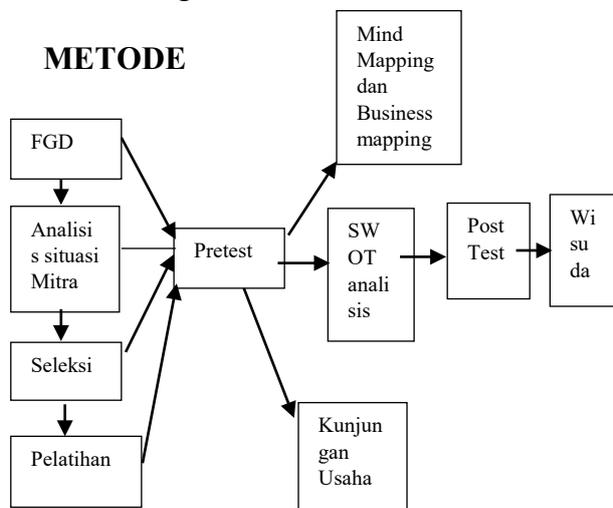
Tantangan memulai bisnis adalah mengelola berbagai ide yang muncul. Pelaku usaha harus berpikir kreatif, mempunyai pemikiran inovatif atau fokus pada menghasilkan hal-hal baru, ide atau solusi yang orisinal dan berharga (Ruixuan, Narayanan, Majid, & Chenhui, 2024). Oleh karena

diperlukan *mind mapping*, agar pelaku usaha atau orang yang akan membuka usaha dapat menuliskan ide-ide utama ditengah peta dan mengembangkan sub-ide dikepalanya serta dapat memetakan ide bisnis mana yang dapat di realisasikan dengan cepat sesuai dengan kemampuan modal financial maupun modal non finansial lainnya. Setelah melakukan pemetaan ide-ide bisnis maka langkah selanjutnya adalah pemetaan usaha yaitu untuk menguraikan, memahami, dan meningkatkan usaha dengan lebih efektif dan efisien. Pemetaan usaha dapat dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT membantu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal bisnis, seperti lokasi strategis, fasilitas yang baik, keahlian layanan, atau manajemen yang efisien (Natalya & Sudarmawan, 2024).

Analisis SWOT adalah metode strategis yang digunakan oleh organisasi atau individu untuk mengevaluasi kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) yang dapat membantu dalam merumuskan strategi yang efektif untuk mencapai keunggulan kompetitif (Kistari & Marlina, 2022). Analisis ini dapat membantu pelaku usaha dalam merencanakan strategi jangka pendek maupun panjang, mengambil keputusan yang lebih cepat, dapat mengidentifikasi kemungkinan resiko usaha dan membantu meningkatkan efisiensi usaha.

Kegiatan pelatihan intensif ini dilakukan selama 8 kali yang dilakukan setiap hari ahad mulai pukul 08.00-13.00 selama dua bulan, terdiri dari 6 kali teori dan praktik serta dua kali melakukan kunjungan usaha ke pengusaha UMKM yang sukses untuk menginspirasi peserta sekolah wirausaha untuk percaya diri dalam

memulai usaha maupun mengembangkan usaha bagi peserta yang telah memiliki usaha. Peserta terdiri dari 35 orang. Kegiatan pengabdian ini diharapkan peserta dapat memperoleh manfaat atas antarlain meningkatnya pemahaman dan ketrampilan dalam membuat *mind mapping* sebelum memulai usaha, mampu memetakan usaha sesuai dengan kondisi pasar dan mampu memanfaatkan *captive market* yang ada disekeliling mereka.



Gambar 1. Metode

Metode yang dilakukan sebagaimana gambar diatas dapat di jelaskan :

1. *Forum Discussion Grup* dilakukan bersama dengan Pimpinan Daerah Aisyiyah yang membidangi Ekonomi yaitu Majelis Ekonomi dan Ketenagakerjaan untuk mendiskusikan tentang program SWA dan jumlah peserta yang akan ditetapkan
2. Analisis Situasi Mitra dilakukan guna mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra serta merancang materi dan metode yang akan dilakukan dalam pelaksanaan SWA
3. Seleksi Peserta dilaksanakan mengingat jumlah anggota

organisasi Aisyiyah di Kabupaten Pekalongan lebih dari 2500 makan dilakukan seleksi peserta dengan kualifikasi tertentu yaitu Usia antara 30-40 tahun, tidak mempunyai pekerjaan tetap, mempunyai kemauan kuat untuk menjalankan usaha atau telah mempunyai usaha.

4. Pelatihan yang dilaksanakan selama 8 kali pertemuan meliputi

- a. Pretest dilakukan untuk mengetahui peta pemahaman peserta terkait dengan mind mapping dan business mapping sebelum materi pelatihan yang diberikan oleh narasumber dan menjadi panduan bagi narasumber untuk mengelola materi yang disampaikan dikelas
- b. Pelatihan inti yaitu memberikan pengetahuan dan memahamkan peserta SWA tentang *mind mapping* bisnis dan *mapping* bisnis atau analisis SWOT dalam menjalankan usaha dan peserta praktik membuat mind mapping dan bisnis mapping untuk usaha masing-masing
- c. Kunjungan ke industri, kegiatan ini adalah mengunjungi pengusaha UMKM dengan skala menengah untuk *best practice* dan pemilik usaha dapat memberikan motivasi bisnis kepada peserta, sharing ilmu dalam mengelola bisnis, dengan berbagai situasi dan kondisi persaingan usaha, resiko usaha sehingga para peserta dapat memperoleh gambaran nyata dalam mengelola bisnis dan harapannya bisa tumbuh

pengusaha pengusaha baru hasil sekolah wirausaha aisyiyah ini

- d. Wisuda, dilaksanakan setelah rangkaian kegiatan selesai dengan ketentuan peserta dinyatakan dapat mengikuti wisuda jika selama 8 pertemuan tidak pernah absen serta menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan oleh mentor atau narasumber.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan *mind mapping dan business mapping* dalam Sekolah Wirausaha Aisyiyah diikuti oleh 35 orang perempuan aisyiyah dengan informasi sebagai mana berikut:

Tabel 1. Usia peserta kegiatan

No	Usia	Jumlah
1	20-25 tahun	5
2	26-30 tahun	11
3	31-35 tahun	9
4	36-40 tahun	10
Total		35

Berdasarkan hasil pretest yang dilakukan tentang *mind mapping dan business mapping* dengan skala 1-5 diperoleh informasi sebagai berikut :

Tabel 2. Pemahaman Mind mapping dan business mapping peserta

No	Skala	Jumlah
1	5	7
2	4	3
3	3	2
4	2	11
5	1	12
Total		35

Berdasarkan pada data diatas maka peserta pelatihan sebagian besar atau kurang lebih 66 % belum memahami tentang *mind mapping dan business mapping* ketika akan menjalankan usaha atau mayoritas

peserta pelatihan menjalankan usaha dengan *feeling* atau intuisi bagi yang telah mempunyai usaha. Oleh karena itu perlu diberikan materi tentang *mind mapping dan business mapping* dengan tahapan berikut ini

1. Materi tentang mind mapping di berikan dua kali pertemuan oleh ibu Sobrotul Intikhanah SE, Msi, CIAPS, CGAA,CDM. Materi ini memberikan pengetahuan dan pemahaman peserta tentang *mind mapping*, diberikan gambaran tentang metode *mind mapping*, cara menyusun *mind mapping* usaha, simulasi dan model-model sederhana *mind mapping*

2. Materi kedua diberikan tentang *business mapping* dan analisis SWOT oleh Ibu Ferlinda ainurachmani,SE,MSI, selama 2 kali pertemuan disampaikan dengan memberikan pemahaman kepada peserta bagaimana pemetaan bisnis ditengah kondisi pasar yang saat ini banyak menggunakan *platform market place*, memetakan bisnis berbasis resiko dan memetakan segmentasi pasar agar bisnis menjadi berkembang dan terus dapat berinovasi

3. Pertemuan 5, selanjutnya adalah peserta praktik membuat *mind mapping dan business mapping* didampingi oleh Dinda sukmawati mahasiswa semester 5 prodi akuntansi. Pembuatan *mind mapping* dibagi menjadi 7 kelompok, kelompok di bagi berdasarkan kesamaan usaha dan masing masing membuat mind mapping yang di presentasikan di depan kelompok lain untuk memperoleh masukan.

4. Pertemuan 6 melanjutkan pembuatan *business mapping* didampingi ibu Ferlinda ainurachmani dan presentasi kelompok.

5. Pertemuan 7 dan 8 kunjungan industri



Gambar 2: pemberian materi tentang mind mapping oleh ibu Sobrotul Imtikhanah



Gambar 3: pemberian materi tentang business mapping dan analisis SWOT oleh Ibu Ferlinda



Gambar 4: Kunjungan industri ke pembuatan Roti Qu

Setelah memperoleh pelatihan dilakukan *post test* dan diperoleh informasi sebagaimana berikut:

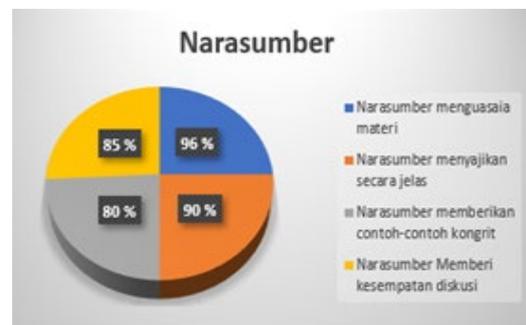
1. Warga SWA atau peserta memahami *mind mapping* dan *business mapping* 87 %
2. Warga SWA atau peserta mampu membuat *mind mapping* dan *business mapping* 90 %
3. Keterampilan Warga SWA atau peserta tentang *mind mapping* dan *business mapping* meningkat 88%
4. Peserta mampu menyusun SWOT dalam bisnis 80 %

Akhir pertemuan juga dilakukan evaluasi pembelajaran dilaksanakan

dengan menggunakan media atau form quisioner evaluasi Sekolah Wirausaha Mahasiswa (SWA) yang di berikan di akhir pertemuan sebagaimana berikut:



Gambar 5: evaluasi materi pembelajaran



Gambar 6: evaluasi narasumber

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa materi pembelajaran dapat diterimadan di terapkan dengan mudah dan sesuai dengan kebutuhan peserta. Evaluasi terhadap narasumber secara umum dalam kataegori sangat baik dalam hal penguasaan materi,diskusi dan memberikan contoh kongrit dalam menjelaskan materi.

SIMPULAN

Kegiatan pelatihan *mind mapping* dan *business mapping* bagi perempuan aisyiyah sekabupaten Pekalongan dengan peserta sebanyak 35 orang dilaksanakan selama 8 pertemuan setiap hari ahad mulai pukul 08-13.00. Kegiatan diawali dengan FGD dan seleksi peserta yang selanjutnya diberikan pengetahuan dan pemahaman

tentang *mind mapping* dan *business mapping*. Hasil kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan kemampuan yang cukup signifikan dari 34 % pemahaman peserta di awal pelatihan meningkat hingga 88 % di akhir pelatihan disertai dengan peningkatan ketrampilan peserta dalam membuat pemetaan usaha dan pemetaan kemampuan untuk mengenali lingkungan bisnis, resiko yang akan dihadapi dan mampu membuat SWOT.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami sampaikan kepada Majelis Ekonomi dan Ketenagakerjaan Pimpinan Aisyiyah Daerah Kabupaten pekalongan atas kerjasamanya dalam mengirim dan menyeleksi peserta.

DAFTAR PUSTAKA

- Goebert, C. (2023). Mind Mapping as an Innovative Tool to Enhance Project-Based Learning Utilizing Technology Tools. *Sports Innovation Journal*, 4(SI), 120–136. <https://doi.org/10.18060/27406>
- Kistari, F. A., & Marlina, N. (2022). Analisis Swot Sebagai Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Sentra Ukm Telur Asin Kecamatan Candi Kabupaten Sidoarjo. *Pendidikan Tambusai*, 6(2), 6.
- Luangkrajang, M. S. (2022). Use of Mind-Mapping in Language Learning: A Cognitive Approach. *Theory and Practice in Language Studies*, 12(8), 1616–1621. <https://doi.org/10.17507/tpls.1208.18>
- Natalya, K. D. A., & Sudarmawan, I. W. E. (2024). Analisis Strategi Alternatif Bisnis berdasarkan Analisa SWOT. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Bisnis*, 3(5), 779–788. <https://doi.org/10.22334/paris.v3i5.791>
- Ruixuan, J., Narayanan, G., Majid, S., & Chenhui, L. (2024). Exploring the application of mind map to enhance students' creative thinking, 9(2), 109–120. <https://doi.org/10.24191/ijssms.v9i2.24210>
- Sari, S. R. D. A., & Hasbi, I. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Smart Business Map Pada D'Wan Shoes. *Citizen: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 469–481. <https://doi.org/10.53866/jimi.v2i3.128>
- Tarin, S., & Yawilong, R. (2022). Using Mind-Mapping to Develop EFL Students' Writing Performance. *English Language Teaching*, 15(11), 14. <https://doi.org/10.5539/elt.v15n11p14>
- Tee, T. K., Azman, M. N. A., Mohamed, S., Mohamad, M. M., Yunus, J., Yee, M. H., & Othman, W. (2014). Buzan Mind Mapping: An Efficient Technique for. *International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering*, 8(1), 28–31.
- Wahyuni Trisna, N. M. S., & Fardani Zulkifli, F. (2021). Bisnis Kreatif Di Era Digital Dengan Mengangkat Kearifan Lokal. *Jurnal Da Moda*, 2(2), 42–47. <https://doi.org/10.35886/damoda.v2i2.198>