

**Pembinaan dan Pengembangan Usaha Sektor UKM di Kecamatan Benai  
Kabupaten Kuantan Singingi  
Coaching and Business Development for the SME Sector in Benai District,  
Kuantan Singingi Regency**

**Kasmiruddin**  
**Program Studi Administrasi Bisnis**  
**Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Riau**  
email: [kasmiruddin@lecturer.unri.ac.id](mailto:kasmiruddin@lecturer.unri.ac.id)

**ABSTRAK**

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan bidang penyerap lapangan kerja dan berkontribusi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. UKM sulit mengembangkan usahanya, karena pengetahuan tentang manajemen usaha terbatas dan minimnya fasilitas yang disediakan untuk memasarkan atau menumbuhkan usahanya. Kesulitan UKM dalam pengembangan dan pemasaran produk dalam bersaing dengan produk lainnya karena keterbatasan daya tarik bagi konsumen dan tidak memiliki keunggulan. Atas pertimbangan masalah ini, perlu diberikan pengetahuan kepada pelaku UKM untuk mengembangkan usahanya agar dapat memahami dan mampu menerapkan cara-cara untuk mengembangkan usaha yang lebih efektif. Kegiatan pembinaan dengan metode ceramah dilanjutkan dengan diskusi secara khusus membahas kasus-kasus bisnis yang dihadapi dalam mengembangkan bisnis UKM, Hasil kegiatan dengan adanya partisipasi aktif peserta dan keinginan yang kuat untuk memahami materi pembinaan. Kegiatan pembinaan ini sejalan dengan kebutuhan para pelaku UMKM untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi dalam mengembangkan usaha yang lebih maju, sehingga kehidupan wirausaha semakin sejahtera.

**Kata Kunci:** Usaha Kecil dan Menengah, Pasar, Pelaku Usaha, Produk

**ABSTRACT**

Small and Medium Enterprises (SMEs) are a field that absorbs employment and contributes to improving the welfare of the community. SMEs find it difficult to develop their businesses, because knowledge of business management is limited and the facilities provided are minimal to market or grow their businesses. The difficulty of SMEs in product development and marketing in competing with other products is because of their limited attractiveness to consumers and their lack of advantages. Considering this problem, it is necessary to provide knowledge to SMEs to develop their businesses so that they can understand and be able to apply ways to develop more effective businesses. Coaching activities using the lecture method are continued with discussions specifically discussing business cases faced in developing SME businesses, the results of activities with the active participation of participants and a strong desire to understand coaching materials. This coaching activity is in line with the needs of MSME players to overcome the problems faced in developing more advanced businesses, so that entrepreneurial life is more prosperous.

**Keywords:** Small and Medium Enterprises, Markets, Business Actors, Products

**PENDAHULUAN**

Berjalannya sistem ekonomi pasar di Indonesia telah membawa dampak

peningkatan persaingan bisnis, diharapkan semua pelaku usaha berusaha meningkatkan efisiensi dalam memasarkan produknya di pasar yang kompetitif. Usaha ekonomi kecil

dan menengah (UKM) di Indonesia akan menghadapi dampak negatif dari era globalisasi ini, dikarenakan daya saing sektor UKM masih lemah sebagai konsekuensi pengelolaan usaha yang kurang ekonomis.

Pelaku UKM harus selalu berfikir dan bertindak secara ekonomis dan efisien agar dapat mempertahankan usahanya dari ancaman persaingan bisnis. Pelaku UKM memiliki tantangan persaingan bisnis, tentu diperlukan usaha kreatif dan inovatif dari pelaku UKM dalam menjalankan usahanya.

Kesulitan UKM menghadapi persaingan bisnis selalu mendapat perhatian dari kalangan pelaku besar dan pemerintah, UKM berkontribusi terhadap pembangunan perekonomian Indonesia relatif cukup besar. Kontribusi UKM terlihat dari perannya, usaha kecil merupakan sektor yang mampu menyerap tenaga kerja, usaha kecil merupakan penghasil barang dan jasa pada tingkat harga yang terjangkau bagi kebutuhan rakyat banyak yang berpenghasilan rendah, UKM merupakan penghasil devisa negara potensial, karena keberhasilannya dalam memproduksi komoditi non migas menurut sugiarto, dalam (Totok, at,al, 2016).

Secara nasional, dikatakan tingkat daya saing produk nasional khususnya sector UKM masih rendah, kondisi ini tidak terlepas dari rendahnya kualitas SDM pelaku UKM, sehingga membawa dampak pada berbagai masalah yang dihadapi. Hal ini juga dialami oleh UKM di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi, sehingga menyulitkan pelaku UKM mengembangkan usahanya. Pelaku masih kurang mampu memasuki akses dan perluasan pangsa pasar.

Kurangnya kemampuan akses pada sumber-sumber pendanaan, keterbatasan akses pada informasi, kurang mampu memanfaatkan teknologi dan melakukan alih teknologi, dan lemah dalam pengelolaan organisasi dan manajemen serta produktivitas rendah, pelaku UKM khususnya di kecamatan Benai kurang memperhatikan kualitas dan desain produknya, sehingga memperburuk citra dan daya saing produk secara nasional (Pertiwi. at,all 2016).

Pelaku UKM sudah lama menjalankan bisnisnya, namun hingga saat ini mereka sulit untuk mengembangkan usahanya, hal ini mengakibatkan usaha UKM Kecamatan Benai kurang berkembang, mereka sebutkan dengan istilah begitu-begitu aja. potensi yang dimiliki untuk berkembang, diantaranya sumber bahan baku yang tersedia bagi UKM karena dekat dengan pusat ibu kota

kabupaten kota Taluk kuantan. Pelaku UKM sudah berusaha memasarkan produk ke pasar luar wilayah Benai (pasar Taluk Kuantan), namun hingga saat ini mereka tidak mampu memperluas pasar dikarenakan produknya kalah bersaing dengan produk-produk yang berasal dari luar daerah. Keadaan inilah yang pada akhirnya menyebabkan usaha UKM di kecamatan Benai tidak berkembang menjadi usaha yang relative besar.

Penelitian terdahulu (Hui Li, et.all, 2014) dan (Wibisono, 2016) dapat dikatakan bahwa rendahnya kinerja UKM di kecamatan Benai disebabkan kurangnya penerapan sikap kewirausahaan mengelola bisnis, karena produk yang dipasarkan tidak sesuai dengan perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis UKM. Pengelolaan usaha UKM harus diarahkan pada terciptanya sikap kreatif dan inovatif serta berani mengambil keputusan atau tindakan agar dapat terciptanya produk-produk yang kreatif dan sesuai dengan perubahan yang terjadi pada lingkungan bisnis khususnya perubahan selera atau keinginan konsumen. Faktor kedua, yang menyebabkan lemahnya daya saing produk UKM di kecamatan Benai adalah pengelolaan yang kurang berorientasi pasar, seperti yang diungkapkan dari hasil penelitian (Baker & Sinkula, 1999), (Jaworski & Kohli,1993) dan (Slater & Narver, 994) bahwa ada pengaruh pengelolaan beorientasi pasar terhadap kinerja perusahaan.

Pelaku UKM menghasilkan produk yang kurang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga kurang diminati calon pembeli. Selanjutnya, faktor ke tiga yang dapat menyebabkan lemahnya kinerja UKM adalah kurangnya keunggulan produk (Zhou et al, 2009) dan (Pardi et al, 2014) keunggulan kompetitif menentukan keberhasilan perusahaan meningkatkan kinerja bisnis. Jika pelaku UKM di kecamatan Benai mampu menciptakan keunggulan bersaing produk maka pelaku akan berhasil meningkatkan pertumbuhan penjualan produk, karena konsumen lebih menyukai produk-produk lebih murah dan berbeda dari produk pesaing dipasar.

Atas dasar situasi dan kondisi permasalahan yang dihadapi usaha UKM di kecamatan Benai, maka dipandang perlu untuk melakukan pelatihan atau pembinaan terhadap pelaku UKM. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mengelola usaha agar usaha UKM memiliki daya saing dan berkembang menjadi usaha

besar. Pelaku akan diberikan pengetahuan tentang usaha-usaha meningkatkan daya saing produk local berbasis pada penciptaan keunggulan produk. Dengan pemahaman ini diharapkan pelaku UKM dapat menerapkan dalam mengelola bisnis, dan tentu produk-produk yang dihasilkan di kecamatan Benai sudah memiliki keunggulan untuk bersaing, ketika produk UKM memiliki keunggulan akan dapat mengembangkan usahanya menjadi usaha yang lebih besar.

## **METODE**

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi kasus bisnis UKM. Materi pembinaan disampaikan oleh tim pengabdian yang dibantu oleh beberapa orang dosen muda yang memiliki kualifikasi yang sesuai dengan bidang “Administrasi Bisnis”.

Tahapan kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dalam 4 tahap yaitu, sosialisasi kegiatan, diskusi dan pelatihan yang diakhiri dengan simulasi. Kegiatan dilaksanakan di Kecamatan Benai Kabupaten Kuantan Singingi, Riau. Rangkaian kegiatan ini dilaksanakan selama 5 bulan yaitu dari bulan Maret sampai Juli 2019. Kegiatan Pengabdian ini diawali sosialisasi kegiatan, yakni menyampaikan maksud kegiatan, lembaga pelaksana dan informasi nara sumber kegiatan. Dilanjutkan penyampaian materi pembinaan, yang diikuti dengan kegiatan diskusi. Kepada para peserta pelatihan diminta untuk menyampaikan permasalahan yang dihadapi dalam mengembangkan usahanya, kemudian dilanjutkan dengan pembahasan diskusi dengan memberikan konsep sebagai solusi guna mengembangkan bisnis UKM.

Pengukuran keberhasilan pelaksanaan kegiatan pengabdian dalam bentuk pelaksanaan pelatihan, maka digunakan beberapa ukuran ketercapaian sasaran, diantaranya; peningkatan pengetahuan atau wawasan tentang mengelola usaha yang berbasis pada keunggulan yang dimiliki, tingkat partisipasi aktif peserta dalam diskusi kasus pengembangan UKM minimal sebesar 50%, Jumlah peserta pembinaan dan pengembangan UKM minimal hadir 70% dan adanya peningkatan kemampuan peserta

dalam memasarkan produk kepada konsumen setelah mengikuti pelatihan pengembangan UKM.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Usaha Kecil Menengah di Kecamatan Benai mengalami kesulitan mengembangkan usahanya, hingga saat ini mereka merasakan tidak ada perubahan skala usaha yang signifikan. Ini disebabkan kurang memahami pengelolaan usaha yang mampu menciptakan keunggulan bersaing. Sehingga pelaku sulit meningkatkan volume penjualan dan tentu berakibat UKM tidak berkembang. Beberapa solusi yang dilakukan agar pelaku UKM dapat meningkatkan dan mengembangkan usahanya, pelaku memerlukan pengetahuan yang dapat diterapkan dalam menjalankan usaha, diantaranya adalah:

1. Langkah pertama, Pelaku mengelola usaha berorientasi kewirausahaan, yakni memiliki keberanian mengambil keputusan/tindakan, inovatif dan agresif, agar bisnis UKM lebih fleksibel dan sesuai dengan perubahan selera atau kebutuhan konsumen. Dengan demikian, bisnis UKM akan tetap bertahan secara kontinu dan memudahkan pengembangan usaha.
2. Langkah kedua, pelaku mengelola usaha berorientasi pada pasar (kebutuhan dan kepuasan pelanggan) agar produk baik barang atau jasa yang ditawarkan lebih disenangi atau menarik bagi konsumen, dengan cara menyesuaikan produk dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.
3. Langkah ketiga, pelaku menciptakan keunggulan bersaing produk UKM dengan mengelola usaha yang efisien atau berbiaya murah, dan menciptakan produk yang berbeda dengan produk dari luar daerah. Produk UKM memiliki daya saing tinggi, jika produk yang dibawa ke pasar luar daerah Benai tetap disenangi dan dibeli konsumen karena memiliki keunggulan.
4. Langkah ke empat, pelaku UKM melakukan usaha-usaha pengembangan produk baik barang maupun jasa yang dihasilkan, dengan cara; perluasan operasi bisnis (terlibat kegiatan pemasaran atau buat sendiri bahan bakunya); memperluas pasar (pasar

kecamatan, kabupaten dan provinsi) atau buka cabang baru ketika produk sudah memiliki keunggulan (bisnis waralaba); dan mengembangkan keanekaragaman produk yang ada (keunggulan memberikan peluang untuk mengembangkan produk lain.

Selama proses kegiatan pembinaan berlangsung, ditemukan tingginya antusias pelaku mengikuti penyampaian materi pembinaan, terlihat tingkat kehadiran peserta lebih 75% dari target. Keterlibatan partisipasi peserta dalam diskusi pembahasan kasus-kasus yang berkaitan dengan pengelolaan bisnis sudah mencapai 60%, peserta tertarik untuk mengatasi persoalan kesulitan mengembangkan usahanya. Ini menunjukkan ketertarikan peserta terhadap materi pembinaan yang disusun sudah sesuai dengan persoalan yang dihadapi pelaku UKM di kecamatan Benai. Dari pertanyaan yang diajukan ditemukan 65% peserta sudah memahami bagaimana menerapkan konsep dalam mengelola bisnis.

Berikut ini adalah beberapa dokumentasi hasil kegiatan pelaksanaan pengabdian yang telah dilaksanakan bulan Juli 2019



Materi yang disampaikan sangat berkaitan erat dengan berbagai persoalan yang sedang dihadapi UKM di kecamatan Benai, Pelaku kesulitan mengembangkan usaha yang sudah lama dijalani, produk yang dipasarkan kalah bersaing dengan produk dari luar, jarang dilakukan perubahan terhadap produk yang dihasilkan sedangkan lingkungan bisnis (seperti; selera konsumen) terus berubah dan pelaku sulit menghasilkan produk yang lebih unggul dibanding produk pesaing lainnya. Untuk dapat mengembangkan usaha UKM maka dibutuhkan kemampuan mengelola bisnis yang sesuai dengan kebutuhan atau tuntutan konsumen, memiliki sikap kreatif dan inovatif serta berani mengambil keputusan bisnis, dan mampu menghasilkan produk yang unggul di pasar. Agar kebutuhan pelaku UKM menyelesaikan persoalan kesulitan ini maka pelaku dapat menerapkan materi pembinaan ini karena sesuai dengan kebutuhan pelaku mengembangkan bisnis.

Keberhasilan penerapan materi pembinaan ini menuntut para pelaku merubah pola pikir dan kebiasaan yang sudah lama dilakukan dalam mengelola bisnisnya,

diantaranya selalu mengharapkan bantuan pemerintah dan kurang berani melakukan perubahan usaha atau selalu pasif (menunggu saja) Ketika diskusi berjalan, beberapa pelaku mohon adanya bantuan pemerintah agar dapat berkembang, ini menunjukkan sikap yang kurang kreatif dan kurang berani atau pasif, sesungguhnya kemajuan itu ditentukan kemampuan mengatasi masalah dan kemampuan melakukan perubahan. Pola pikir seperti ini akan menghambat pelaku menerapkan materi pembinaan yang dibutuhkan dalam mengelola usaha UKM.

## SIMPULAN

Dari hasil pengabdian pembinaan menyimpulkan bahwa kemampuan pengusaha UKM mengembangkan usaha kurang efektif, sebagian besar pengusaha kurang memahami pengelolaan usaha yang dapat meningkatkan daya saing produk. Rendahnya daya saing ini sebagai penyebab pengusaha sulit mengembangkan bisnis untuk menjadi pengusaha yang lebih besar. Dengan pelaksanaan kegiatan pembinaan yang sesuai dengan permasalahan pengusaha UKM tentu diharapkan adanya perubahan dan peningkatan kemampuan mengelola bisnis yang lebih efektif. Ditemukan kuatnya keinginan peserta untuk mengikuti pembinaan yang diberikandan, dan partisipasi serta keterlibatan peserta “aktif” dalam diskusi, hampir sebagian besar peserta ikut memberikan pertanyaan yang berkaitan pengalaman masing-masing.

Pengetahuan yang diberikan kepada peserta melalui kegiatan pembinaan diharapkan dapat meningkatkan wawasan mengelola usaha yang berbasis kewirausahaan, berorientasi pasar dan menghasilkan produk unggul, dan selanjutnya dapat diterapkan dalam aktivitas UKM. Penerapan pengetahuan tersebut dapat meningkatkan kinerja bisnis UKM melalui peningkatan atau pertumbuhan volume penjualan, ketika volume penjualan meningkat maka pada sat itu UKM sudah mampu mengembangkan usahanya. Dengan demikian, keberhasilan kegiatan pembinaan

Untuk memahami materi pembinaan, memang membutuhkan pengetahuan dan pengalaman pelaku UKM agar bisa mengevaluasi dan menyesuaikan cara-cara pengelolaan yang sesuai dengan materi pembinaan. Namun ditemukan beberapa pelaku memiliki tingkat pendidikan relative rendah, yakni tamat SD atau tidak pernah sekolah, sehingga menyulitkan proses pemahaman materi dan pada akhirnya penerapan penerapan materi berjalan tidak efektif.

ini menunjukkan kontribusi positif Universitas Riau mewujudkan kepedulian terhadap permasalahan masyarakat khususnya pengusaha UKM di kecamatan Benai – Kabupaten Kuansing.

Untuk menjamin adanya keberlanjutan pengembangan usaha UKM di kecamatan Benai disarankan agar diberikan pelatihan tentang teknis perhitungan biaya produksi dan riset pasar. Pengetahuan ini perlu diberikan agar pengusaha memiliki dasar penetapan harga pokok penjualan dan mengetahui kebutuhan konsumen atau perubahan selera pasar. Kepada pihak pemerintah daerah diharapkan segera meningkatkan promosi produk-produk unggul di kecamatan Benai.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bagas Prakoso, (2005) Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur Di Semarang, Jurnal Studi Manajemen & Organisasl, Vol. 2 No. 1.
- Baker, William E., James M. Sinkula, (1999), "The Synergistic Effect of Market Orientation and Learning Orientation on Organizational Performance", *Journal of the Academy of Marketing Science*, p.41-427)
- David, Fred. R. (2004). "Manajemen Strategis", terjemahan PT.Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.

- Gita Sugiyarti, Serat Acitya, (2015) "Membangun Keunggulan Bersaing Produk Melalui Orientasi Pembelajaran, Orientasi Pasar Dan Inovasi Produk (Studi empiris pada industry pakaian jadi skala kecil dan menengah di kota Semarang). Vol 4, No 2
- Jaworski & Kohli Jaworski, Bernard J., Ajay K. Kohli, (1993). "Market Orientation: Antecedents and Consequences", *Journal of Marketing*, p.53- 70
- Lukas, Bryan A., O.C. Ferrell, (2000) "The effect of Market Orientation on Product Innovation", *Journal of Academy of Marketing Science*, p.239-247.
- Lumpkin, G. T. and Dess, Gregory G, (1996). "Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct And Linking It To Performance", *Academy of Management Review*. Vol. 21, No. 1, 135-172.
- Pardi, Suharyono, Suyadi Imam, Arifin Zainul, (2014). The Effect of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation toward Learning Orientation, Innovation, Competitive Advantages and Marketing Performance. *European Journal of Business and Management*. 6 (21): 69-80
- Pertiwi, Yunita Dwi. dan Siswoyo, Bambang Banu. (2016). Pengaruh Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Pemasaran pada UMKM Kripik Buah di Kota Batu. *Syariah Paper Accounting FEB UMS*, 3, h: 231-238.
- Narver, John & Stanley F Slater, (1990), "The Effect of Market Orientation on Business Profitability", *Journal of Marketing*, p. 20-35
- Slater, Stanley F., John C. Narver, (1994). "Does Competitive Environment Moderate the Market Orientation Performance Relationship", *Journal of Marketing*, p.4655
- Totok Wibisono, Edy Suryawardana, Tri Endang Yani, (2016), *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, Vol 18, No. 2, Desember
- Yong-Hui Li, Jing-Wen Huang dan Ming-Tien Tsai, (2018) "Entrepreneurial Orientation And Firm Performance: The Role Of Knowledge Creation Process," <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.463.3108&rep=rep1&type=pdf>, diunggah 16 Maret 2018
- Witoelar Wimar, (1994), Tantangan Bagi Perusahaan Modal Ventura di Indonesia dan Prospek di Masa Mendatang. *Jurnal Manajemen Prasyamulya*, Vol. I, No. 2, H 31-35
- Wu, Lin and Sai. (2008). The Impacts of Market Orientation, Learning Orientation, Innovation on Organizational Performance, National Cheng Kung University.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 1998 Tentang Pembinaan Dan Pengembangan Usaha Kecil Presiden Republik Indonesia.
- Undang-Undang nomor 20 Tahun 2008 Tentang UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah