

PENGELOLAAN BISNIS RUMAHAN DONAT GORENG (KASUS PADA UMKM GUSNIWATI)

Gustina, Yenida, Deni Wahyuni, Afifah

Dosen Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Padang
umikhazid@gmail.com

Abstract

UMKM's Business activities are very popular nowadays like rainy season. This group has been proven to advance the country's economy through its ability to absorb labour and open new jobs. Business partners in this Community Service activity are business groups which include food clusters, namely Gusniwati's business which is engaged in the loading and selling of donuts and fried bread.

The purpose of this service is to assist partners in business management and production. Through this activity, it is expected that partners can improve their business management capabilities, expand their marketing areas, improve the quality of their production, which in turn will increase partners' income and profits. This activity will be carried out in the form of business management training (packaging, business motivation marketing), and the provision of production assistance goods.

Keyword: Fried bread, Quality of production, Increasing profit, market share.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Artikel ini merupakan hasil kajian yang bersumber dari pelaksanaan kegiatan pengabdian yang didanai oleh Politeknik Negeri Padang. Kegiatan ini kami laksanakan sepanjang bulan Juli sampai pertengahan November 2018. Kegiatan ini digagas dengan adanya kunjungan awal kami melihat usaha-usaha kecil makanan ringan (yang terkategori UMKM) yang ada disekitar kota Padang. Disatu sisi usaha ini merupakan alternatif penghasilan/penopang *income* keluarga. Disisi lain kesulitan untuk pengembangan sering terjadi sehingga usaha-usaha ini berjalan sudah tahunan namun tidak terlihat perkembangan yang baik.

Saat ini UMKM sangat berperan penting dalam peningkatan perekonomian negara berkembang seperti Indonesia. Pengusaha-pengusaha UMKM telah terbukti memiliki ketangguhan dan kemampuan dalam menghadapi krisis ekonomi. Mereka juga terbukti dapat menyerap tenaga kerja yang tidak terserap oleh lapangan kerja pemerintah. Untuk tahun 2011, jumlah UMKM telah mencapai 55 juta unit seIndonesia. Ini sangat besar jika dibandingkan dengan UB (Usaha Besar) yang hanya mencecah angka 4900 an (Depkop, 2012). UMKM memberikan kontribusi besar terhadap negara baik dari segi penyumbang devisa negara maupun penyerap tenaga kerja. Serapan tenaga kerja yang dilakukan oleh UMKM telah mencapai perkiraan 100 juta orang dengan kontribusi sebesar Rp 4.3 Milyar pada pendapatan negara (Depkop, 2012).

Untuk jumlah UMKM yang ada di sumatra barat, per 2015 ada 548.478 unit usaha UMKM (Dinas Koperasi dan UMKM Sumatra Barat, 2015) dengan konsentrasi tersebas ada di Kota padang, disusul oleh Kabupaten Lima Puluh Kota. Data ini dikelompokkan dalam beberapa kelompok UMKM (diistilahkan dengan klaster) yang akan diprioritaskan. Adapun 3 besar yang akan dikembangkan adalah klaster makanan, klaster fashion dan klaster tenun. Ketiganya mendapat perhatian yang penting disebabkan Sumatra Barat

merupakan salah satu destinasi wisata yang sangat menarik untuk dikunjungi. Ketiga produk klaster ini akan sangat mendukung untuk dijadikan buah tangan orang yang datang.

Mayoritas permasalahan yang dihadapi oleh UMKM sumbar adalah Kemasan produk, faktor modal, penjualan (*marketing*) dan daya saing (www.Padangkita.com). Hal ini tentu saja patut untuk dicarikan solusinya, melihat mereka (pelaku UMKM masih tergolong sedikit pengetahuannya tentang hal tersebut). Karena itu dibutuhkan perhatian dari pihak terkait seperti pemerintah, akademisi dan praktisi untuk membantu mereka mengatasi kendala tersebut. Hal ini serupa dengan yang diungkapkan oleh Tambunan (2009), bahwa permasalahan klasik yang dihadapi kelompok usaha di Indonesia adalah SDM, bahan baku, pemasaran, modal dan distribusi. Permasalahan yang dominan adalah Pemasaran dan keterbatasan modal. Ini menunjukkan secara general di Indonesia pemasaran (kemasan, promosi, produk, dll) dan modal adalah permasalahan utama.

Untuk kemasan produk, ini sangat erat kaitannya dengan aspek pemasaran yang mencakup tentang hal berhubungan dengan *product, place, price* dan *promotion* (dikenal dengan *marketing mix*) sehingga memberikan pengetahuan dasar dan ketrampilan dasar tentang hal tersebut menjadi sangat bernilai bagi UMKM. Untuk faktor Modal, pemerintah akan membantu dengan program-program kemitraan dan pendampingan.

Salah satu produk UMKM yang menjadi objek perhatian dalam kegiatan ini adalah UMKM kelompok makanan (berupa donat dan roti goreng). usaha ini berasal dari usaha rumahan (rumah tangga) yang dilakukan oleh ibu-ibu sebagai salah satu penopang perekonomian keluarga.

Profile Usaha Gusniwati

Usaha roti goreng yang dimiliki oleh ibuk Gusniwati sudah berjalan hampir 2 tahun. Sesuai dengan nama usahanya, pemilik usaha ini adalah Gusniwati yang kira-kira 50 tahun (Alamat usaha ini adalah di jalan Thamrin no 56, kota Padang). usaha ini dijadikan tulang punggung keluarga oleh bukus Gusniwati yang dilakukannya bersama keluarganya. Pengetahuan yang dijadikan modal untuk operasional usahanya dipelajari secara otodidak. Modal usaha untuk memulainya minim.

Bahan baku yang digunakan adalah bahan baku biasa yang juga digunakan untuk adonan donat dan roti seperti terigu, mentega, telur, susu kental manis, coklat untuk adonan isi diperoleh dari sekitar pasar kota Padang. Bahan baku dicari sendiri.

Produksi dilakukan setiap hari, kira-kira 5-10 kg terigu. Untuk operasionalnya, usaha Gusniwati masih menggunakan peralatan sederhana seperti blender dan kompor gas rumahan dan kualiti biasa. Jumlah produksi yang dihasilkan masih sedikit, karena memang belum mampu memasukkan ke toko, hanya dijual sendiri di outlet depan rumahnya. Alasan lain menggunakan peralatan sederhana adalah karena beratnya modal usaha itu. Tempat adonan yang masih menggunakan baskom dan plastik biasa juga menjadi masalah. Seharusnya digunakan tempat adonan tertutup sehingga menjadi lebih higienis.



Gb1. Bahan baku utama donat/ roti goreng : mentega, terigu, krimer, telur



Gb 2. Peralatan kompor dan kualiti yang digunakan menggoreng



Gb3. Wadah baskom dan plastik biasa, menjadikan kurang higienis

Dalam hal *packing* / kemasan dan outlet jual, usaha ini sangat minim. Menggunakan kotak plastik biasa dengan klip, tanpa merk dagang dan outlet sederhana.



Gb4. outlet sederhana, packing kotak plastik tidak bermerek

Gb5 outlet lain, sederhana, kurang higienis, bentuk produk pun masih kurang cantik (terlihat berminyak)

Dari gambar 4 dan 5 diatas terlihat bahwa donat dan roti goreng yang dihasilkan masih sederhana tanpa kemasan yang baik, Dalam pemasaran kemasan dan merk adalah sesuatu yang penting bagi produk yang dihasilkan. Ini akan menentukan apakah barang yang kita jual akan mudah dikenali dan dibeli oleh konsumen. Hal ini juga akan membantu mempermudah penjualan (pemasarannya) karena dengan merk barang yang dijual akan mudah dipasarkan dengan bantuan distribusi yang baik. Proses *packing* yang kurang baik ini akan menyebabkan donat/ roti goreng masuk angin, kurang bersih dan cantik. Bagi konsumen, hal ini tentu saja mengurangi minat dan keinginannya untuk membeli lagi. Hal inilah yang akan dicoba diperbaiki dengan program pengabdian ini. Karena itu kemasan dan merk merupakan salah satu hal yang akan diselesaikan dalam kegiatan pengabdian ini.

Masalah SDM yang kurang (berupa ilmu pengetahuan tentang bisnis/ pemasaran/ dan pengelolaan dana) dan juga permodalan yang minim akan menjadi bahan kajian dalam pelatihan ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Bagi orang Minang Sumbar, menjadi *entrepreneur* / wirausaha adalah salah satu jalan hebat yang bisa mengatasi permasalahan lapangan kerja saat ini. Hal ini didukung dengan tabiat dasar orang Minang yang suka merantau, bergaul dan berniaga kepada orang disekelilingnya. Pemerintah sangat positif tanggapannya mengingat saat ini pengembangan usaha UMKM sangat menjadi perhatian pemerintah. Mereka mendukung pergerakan UMKM dengan cara memberikan kredit-kredit lunak yang dikhususkan untuk UMKM (seperti Kredit Usaha Rakyat/ KUR) yang terbukti sangat membantu kalangan usaha kecil ini. Namun tentu saja perhatian dan *action* ini saja belum cukup untuk mengatasi permasalahan yang di hadapi UMKM sumbar sehingga kolaborasi pihak pihak seperti akademisi, praktisi dan pemerintah itu sendiri sangat penting.

Secara bahasa, kata *entrepreneur* berasal dari bahasa Latin yang merupakan pemenggalan dari *entre* yang berarti “enter”, *per* berarti “before” dan *neur* berarti “nerve center”. Sehingga *entrepreneur* ini dapat diartikan sebagai seseorang yang memasuki dunia bisnis untuk mendirikan atau mengubah bisnis itu sendiri. Dengan kata lain bisnis adalah sebuah keputusan untuk membentuk atau mengubah yang terpusat (Shefsky, 1994). Brockhaus, 1976 juga memberikan definisi bahwa entrepreneur adalah aktivitas yang

berhubungan dengan kepemilikan dan pengaturan sebuah dunia bisnis. *Entrepreneur* ini tidak hanya dilakoni oleh kaum laki-laki, tetapi juga perempuan. Lain pula definisi yang diberikan berikut.

Sumarso (2010) dalam Dewi (2013) menyatakan bahwa dalam kamus besar bahasa Indonesia disebutkan wirausaha/ *entrepreneur* adalah orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, dapat menyusun operasi untuk pengadaan produknya serta dapat mengatur permodalannya. Hal ini berhubungan dengan bakat untuk membuat, memasarkan, menyusun strategi penjualan terhadap produk baru. Untuk hal tersebut mereka harus memiliki kreatifitas, inovasi dan mampu menciptakan ide yang menjadi langkah utama dalam pengembangan bisnis kedepan.

Sedangkan Menteri Koperasi Dan Pembinaan Pengusaha Kecil (Kepmen 1995) dalam keputusannya menegaskan bahwa seorang wirausaha adalah orang yang memiliki semangat, sikap, perilaku dan kemampuan kewirausahaan, sedangkan kewirausahaan adalah semangat, sikap, perilaku dan kemampuan seseorang dalam menghadapi usaha dan kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan serta menetapkan cara kerja untuk meningkatkan efisiensi dalam memperoleh keuntungan usaha. Dari penjelasan tersebut terlihat perbedaan, bahwa wirausaha adalah subjek (pelaku bisnis) sedangkan kewirausahaan adalah sikap dan mental yang dimiliki oleh pelaku bisnis tersebut.

Menguatkan pendapat diatas, Suryana (2006) juga memberikan pernyataan bahwa kewirausahaan dapat pula merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat dan sumber daya untuk mencari peluang sukses. Melengkapi ini, Mardiyatmo (2008) menambahkan, wirausaha adalah seseorang yang berprofesi dibidang usaha, tidak menggantungkan harapan pada orang lain, namun lebih bertumpu pada proses usaha kreatif yang dapat menghasilkan pendapatan. Dari kedua pendapat diatas, dapat kita simpulkan bahwa, sebenarnya wirausaha adalah sebetulnya kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mencapai kemandirian usaha (bisnis) dengan adanya kreatifitas, inovasi, mandiri, untuk menghasilkan sesuatu.

M. Wiratmo (2001) juga mengemukakan bahwa pada dasarnya wirausaha memiliki karakteristik umum yang berasal dari berbagai kalangan atau kelas. Mereka tidak membentuk suatu kelas sosial tertentu, melainkan berasal dari kelas yang berbeda-beda. Mereka memiliki persamaan yaitu orang yang mempunyai tenaga, keinginan untuk terlibat dalam petualangan inovatif, kemauan untuk menerima tanggung jawab dan keinginan untuk berprestasi yang sangat tinggi serta optimis dan kepercayaan terhadap masa depan. Ciri mereka ini yang akan menghantarkannya pada dunia bisnis yang kadang kala keras dan meminta komitmen.

Sehubungan dengan kemandirian usaha/bisnis ini, adalah sebuah kemestian bahwa mereka yang berwirausaha harus memiliki wadah untuk mengelola usaha tersebut. Badan yang paling dekat sekali dengan para wirausaha saat ini adalah UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Untuk saat ini UMKM saat mendapat perhatian dari berbagai pihak, seperti pemerintah dan swasta melalui bantuan berupa modal bergilir ataupun bentuk pendampingan (pelatihan dan pengawasan). Hal ini dimaksudkan agar dapat terus memotivasi para wirausaha muda untuk berprestasi dalam bisnis kecil yang mereka rintis.

Dasar hukum penetapan UMKM di Indonesia adalah UU No. 20/2008. Dalam UU tersebut disebutkan bahwa UMKM merupakan perusahaan perseorangan, persekutuan, seperti misalnya firma dan CV, maupun perseroan terbatas. Berdasarkan Kuncoro (2010), ada 3 kategori utama UMKM berdasarkan jumlah omzet dan asset yang mereka miliki, yaitu:

a). **Usaha Mikro (UMI)** : usaha produktif milik perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria: Aset \leq Rp 50 juta dan Omzet yang diperoleh \leq Rp 300 juta.

b). **Usaha Kecil (UK)**, adalah Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan/badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan/bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria: Rp 50 juta $<$ Aset \leq Rp 500 juta dan Rp 300 juta $<$ Omzet \leq Rp 2,5 miliar.

c). **Usaha Menengah (UM)**, yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria sebagai berikut: Rp 500 juta $<$ Aset \leq Rp 2,5 miliar dan Rp 2,5 miliar $<$ Omzet \leq Rp 50 miliar.

Berdasarkan ini pengelompokan usaha-usaha dilakukan untuk memudahkan pemerintah dan pihak swasta untuk melakukan pembinaan.

Dalam hal jumlah tenaga kerja yang mereka miliki, ada pula beberapa kategori UMKM ini (BPS 2009, dalam Kuncoro (2010)). Usaha mikro/ industri rumah tangga (UMI) memiliki pekerja 1-4 orang, industri kecil dengan pekerja 5-19 orang, industri menengah dengan pekerja 20-99 orang, industri besar (UB) dengan pekerja 100 orang atau lebih. Dari penjelasan ini disimpulkan bahwa sebenarnya UMKM ini sangat mendominasi di masyarakat karena dapat menyerap tenaga kerja walaupun dalam jumlah kecil, namun dapat menjadi peluang dalam mengurangi pengangguran.

Untuk itu, pengembangan adalah suatu hal yang penting untuk dilakukan, seperti yang diungkapkan oleh Zimmerer (2005) bahwa pengembangan usaha kewirausahaan memiliki banyak manfaat diantaranya adalah:

1. Memiliki kesempatan dan peluang serta kebebasan untuk menentukan nasib sendiri. Adanya usaha sendiri akan memberikan peluang dan kebebasan bagi para pelakunya untuk bisa mencapai keinginannya sendiri (cita-citanya) tanpa takut.
2. Akan ada peluang untuk melakukan perubahan. Pebisnis memandang sesuatu dengan cara yang berbeda. Mereka menganggap perubahan adalah sebuah peluang untuk berkembang sehingga diharapkan dari perubahan ini akan lahir hal-hal baru untuk menyelesaikan masalah ekonomi dan sosial disekitar kita.
3. Adanya peluang untuk meraih keuntungan seoptimal mungkin. Dari usaha sendiri yang mereka lakukan, mereka tidak tergantung pada orang lain, memiliki usaha sendiri. Hal ini menjadi sebuah peluang besar bagi mereka mendapatkan penghasilan dengan optimal tanpa harus dibagi kepada pihak lain sehingga nantinya dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan perekonomian keluarganya. Jika berlebihan, mereka juga akan mampu membantu keluarga lainnya sehingga akan ada pengurangan beban perekonomian masyarakat.

Dari beberapa manfaat tersebut, terlihat bahwa berwirausaha adalah suatu langkah yang tepat dalam membantu pemerintah untuk meningkatkan perekonomian bangsa, bahkan dapat mengurangi tingkat pengangguran yang akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat itu sendiri.

METODOLOGI PELAKSANAAN KEGIATAN

Untuk menyelesaikan permasalahan yang ada pada mitra kegiatan ini berupa masalah kemasan untuk pemasaran, produksi yang cukup berminyak dan kurang higienis, maka tim pengabdian melakukan beberapa hal, yaitu:

- (1) Pelatihan tentang peningkatan mutu produksi dan kemasan produk serta pemasarannya bagi pemilik usaha Gusniwati dan karyawannya sehingga dapat meningkatkan omzet yang diperoleh. Usaha Gusniwati belum pernah mendapatkan pelatihan/pendampingan serupa baik dari dinas perindustrian, koperasi dan UMKM, ataupun dari pihak swasta lainnya. Karena ini adalah hal baru bagi mereka, diharapkan mereka mampu menyerap dengan baik.
- (2) Pemberian alat bantu produksi berupa Spinner (alat pengering/ pengurang minyak pada produk). dengan adanya alat bantu produksi ini diharapkan produk roti goreng dan donat ini menjadi lebih higienis, sehat dan disukai oleh konsumen.

Pelatihan yang akan digelar mencakup pelatihan manajemen pemasaran dan distribusi produksi, pengelolaan /manajemen keuangan usaha dan upaya motivasi yang kuat dalam menjalankan usaha. Hal ini dirasa sangat perlu bagi Pemilik usaha dan karyawannya sehingga mereka lebih kuat dan gigih dalam menjalankan bisnis ini.

Untuk merealisasikan program/ kegiatan ini maka pendekatan yang ditempuh antara lain: melakukan survei lapangan terlebih dahulu dan melakukan wawancara kepada pemilik usaha untuk mengetahui permasalahan dan kendala yang dihadapi sehingga tim pengabdian dapat menentukan langkah/ solusi apa yang dibutuhkan oleh mereka. Dari wawancara awal ini didapatkan informasi bahwa pemilik usaha sangat kurang pengetahuan pemasarannya, motivasi dan pengelolaan usaha/ dananya. Mereka sangat ingin mendapatkan materi dan pembekalan tentang bagaimana mengembangkan usaha ke depan.

Adapun metode pelaksanaan keseluruhan kegiatan / program pengabdian ini adalah:

1. **Mendiskusikan permasalahan** dengan mitra, sehingga jelas solusi yang akan kita lakukan.
2. **Mendatangi mitra** untuk membuat kesepakatan kesediaan mengikuti pelatihan yang akan dilakukan pada program pengabdian pada masyarakat ini, dibuktikan dengan adanya surat pernyataan dari mitra.
3. **Merencanakan pelaksanaan kegiatan pelatihan**, terdiri dari merancang kegiatan, merencanakan metode yang dilakukan, menentukan materi yang akan diberikan, menentukan nara sumber dan membuat perencanaan waktu, jadwal kegiatan dan tempat.

Agar pelatihan/ workshop ini terlaksana sebaik-baiknya maka tim pengabdian melakukan hal sebagai berikut:

- A. **Merancang Pelatihan** yang mampu meningkatkan pengetahuan mitra tentang, manajemen usaha (pemasaran, keuangan, motivasi berprestasi) melalui pelatihan AMT. (Achievement Motivation Training).
- B. **Merancang metode pelatihan** yang akan dilakukan.
- C. **Merancang materi Pelatihan** yang akan diberikan.
- D. **Menentukan dan mengontak nara sumber:** nara sumber akan didatangkan dari Perguruan Tinggi
- E. **Merancang jadwal pelatihan.** Pelatihan akan dilakukan selama 1 hari. Tanggal pelaksanaan akan ditentukan kemudian.

Adapun Metode pelatihan akan dilakukan adalah melalui:

a. **Metode ceramah**, bertujuan untuk mentransfer ilmu secara teoritis maupun pengalaman kepada peserta pelatihan. Dengan metode ini diharapkan dapat merubah mind set peserta akan pentingnya semangat berprestasi dalam berusaha.

b. **Metode diskusi**: bertujuan untuk pemecahan masalah yang dihadapi oleh peserta untuk dicarikan solusin

c. **Simulasi**: mengkondisikan bisnis dalam skala kecil dan permasalahannya. Peserta di harapkan mampu berperan sebagai pebisnis sesungguhnya.

d. **Tayangan Video** yang *attractive* dan relevan dengan materi pelatihan

e. **Narasi/ pemaparan**. Peserta akan diberi kesempatan untuk menuangkan impian/ cita-cita yang akan dicapai dimasa depan. Dengan adanya cita-cita diharapkan mereka akan termotivasi untuk mencapainya. Mereka juga akan dibantu dalam membuat tahapan dan rencana kerja.

HASIL KEGIATAN DAN DISKUSI

Deskripsi Hasil

Kegiatan / program pengabdian ini telah dimulai sejak Juli 2018, yaitu Pembinaan UMKM Gusniwati ini. Untuk mencapai tujuan pengabdian yang telah direncanakan, maka tim pengabdian telah melakukan beberapa pembinaan berupa pembinaaan manajemen, dalam bentuk pembinaan manajemen SDM, pemasaran dan teknologi. Hal ini sangat urgent mengingat kendala yang ada terjadi di ranah ini.

- (1) Pembinaan untuk hal **pemasaran**. Dalam hal ini tim pengabdian telah memberikan pengetahuan kepada pelaku usaha Gusniwati, juga karyawannya tentang bagaimana produk yang dihasilkan dapat dipasarkan dengan lebih baik. Urusan kemasan dan pelayanan terhadap pelanggan/ konsumen juga merupakan hal penting harus ditindaklanjuti bagi Usaha Gusniwati ini. Mengingat kemasan, merek dagang dan brand bagi Gusniwati tergolong masih kurang, maka telah dicoba rancangkan penggantinya, seperti kemasan yang baik dan tahan lama, kemudian produk diberikan label/ merek dagang dan juga menjaga higienitas lebih kuat, sehingga didapatkan produk ini lebih bersaing.
- (2) Dalam hal **produksi**, produk roti goreng dan donat ini telah diperbaiki melalui alat bantu produksi "*Spinner*", yaitu alat bantu mengurangi/ menapis minyak dari roti goreng dan donat tersebut sehingga dihasilkan produk yang lebih kering, lebih higienis dan menjadi lebih sehat. Diharapkan konsumen akan lebih menyukainya sehingga peningkatan omzet penjualan dapat ditingkatkan. Jika terjadi kenaikan pendapatan, diharapkan juga terjadi peningkatan kesejahteraan pelaku bisnis.
- (3) Pembinaan terhadap SDM juga dilakukan. Artinya pemilik usaha harus mengerti bahwa kemampuan SDM yang lebih baik akan menjadikan perjalanan bisnis menjadi lebih baik. Untuk itu, owner Gusniwati harus mau terus belajar, sehingga dapat mendapatkan ilmu dan dilakukan/ diterapkan dalam usahanya. Belajar dapat dilakukan melalui pelatihan-pelatihan/ workshop serupa, penyuluhan dan sejenisnya yang dapat dilaksanakan oleh Balai Latihan Kerja/ BLK, Dinas perindustrian, Dinas UMKM dan Koperasi, Bank Indonesia (sudah memiliki sub unit kerja untuk peningkatan pendampingan UMKM melalui pelatihan dan pendampingan) dan pihak terkait lainnya. Dari sini diharapkan pelaku bisnis dapat meningkat pengetahuan, skill bisnismnya sehingga meningkat daya saing dan daya juang produknya.

Hasil Yang Diperoleh

Dari kegiatan yang telah dilaksanakan ini diperoleh hasil sebagai berikut:

- ❖ Selama kegiatan, terjadi komunikasi yang baik antara pihak tim pengabdian dengan pelaku usaha. Peserta tidak segan untuk bertanya sehingga dapat lebih mudah diberikan pemahaman dalam hak pemasaran, produk, perbaikan kemasan produk, promosi, merek produk dan lainnya.
- ❖ Beberapa kesalahan/ perbaikan yang diusulkan oleh tim pengabdian selama pelatihan dan berinteraksi dengan pelaku bisnis ini dengan terbuka diterima mereka, dan mereka berusaha akan melakukannya sehingga diharapkan ke depan dapat meningkatkan keberadaan produk dipasar.
- ❖ Pelatihan motivasi kepada pelaku bisnis dirasakan oleh mereka adalah sesuatu hal yang baik dan perlu dilaksanakan. Dapat meningkatkan sokongan, dukungan pada usaha mereka sehingga bisa berpandangan bisnis lebih luas dan diharapkan dapat meningkatkan daya jual/ daya saing produk mereka dipasar.
- ❖ Adanya pendampingan/ pembinaan berkelanjutan, adalah sesuatu hal yang mereka/ pelaku bisnis inginkan. Adanya pendampingan dari pihak akademisi, praktisi dan juga pemerintah merupakan hal baik yang akan meningkatkan kemampuan dan pengetahuan mereka. Sehingga dari pendampingan ini diharapkan hasilnya adalah adanya pemantauan terhadap pelaksanaan usaha ini dan diketahuinya kendala - kendala lapangan yang dihadapi pelaku bisnis.

Implikasi Dari Temuan

Pembinaan yang berkelanjutan sangat dibutuhkan bagi usaha-usaha kecil ini. Ini sangat diperlukan bagi UMKM untuk membuka cakrawala berfikir mereka agar dapat berkembang lebih baik dan mengembangkan usaha kearah yang lebih luas. Pengembangan usaha yang dapat dilakukan melalui optimalisasi SDM yang dimiliki dan penggunaan teknologi yang mendukung akan sangat berarti bagi usaha kecil mereka.

Pemberian motivasi usaha yang berorientasi pasar akan meningkatkan keinginan mereka untuk mampu menghasilkan produksi yang berdaya saing tinggi sehingga lebih mampu diterima pasar dan akan menghasilkan nilai keuntungan yang lebih baik. Motivasi usaha yang konsisten ini akan dapat menopang jalannya usaha kecil mereka sehingga lebih dapat berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Brockhaus, R.H, (1976), *“Locus Control And Risk Taking Propensity As Entrepreneurial Characteristics”*, Phd Dissertation, Washington University, Seattle, WA
- Departemen Koperasi R.I., (2012). Departemen Koperasi dan UKM. [Online] Available at:http://www.depkop.go.id/index.php?option=com_phocadownload&view=file&id=318:data-usaha-mikro-kecil-menengah-umkm-dan-usaha-besar-ub-tahun-2010-2011&Itemid=93
- Dewi, Reni Shinta; (2013), Pengaruh Faktor Modal Psikologis, Karakteristik Entrepreneur, Inovasi, Manajemen SDM Dan Karakteristik UKM Terhadap Perkembangan Usaha Pedagang Di Pasar Tradisional, Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 2 No 1 Maret 2013, Hal 29-40.
- Dinas Koperasi dan UMKM Sumatra Barat, (2015), <http://diskopumkm.sumbarprov.go.id/>
- Kuncoro, Mudrajad, (2010). *Ekonomika Pembangunan*, Jakarta : PT.Airlangga
- Shefsky, L,(1994), *“Entrepreneur Are Made Not Born : Secret From 200 Successful Entrepreneur”*, McGraw-Hill, New York, NY

Suryana, (2006), Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat Dan Proses Menuju Sukses,
PT.Salemba Empat: Jakarta

Tambunan, Tulus, (2009), UMKM di Indonesia, Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia

UU NO 20/2008 tentang karakteristik UMKM

<http://padangkita.com/punya-potensi-berkembang-hal-ini-perlu-diperbaiki-umkm-sumbar/>

Di tulis Selasa, 14/11/17 | 16:47, Akses Kamis, 4 okt 2018, 04.45

<https://www.bi.go.id/id/Default.aspx>