

**PENDAMPINGAN PROSES PERENCANAAN PELAKU USAHA MIKRO,  
KECIL DAN MENENGAH (UMKM) BENGKEL LAS MOBIL NCU BUYUNG DI  
KELURAHAN PIJOAN KECAMATAN JAMBI LUAR KOTA  
KABUPATEN MUARO JAMBI**

Ardi Afrizal<sup>1\*)</sup>

ardiafrizal1985@gmail.com

Faizal Riza<sup>2)</sup>

friza3012@icloud.com

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jambi

**Abstrak**

Tujuan pendampingan proses perencanaan bagi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) bengkel las mobil ncu Buyung di Kelurahan Pijoan Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi untuk meningkatkan pemahaman para pelaku usaha UMKM dalam rangka meningkatkan ilmu pengetahuan sehingga berdampak terhadap keberhasilan usaha. Bentuk pendampingan perencanaan terkait permodalan, strategi persaingan usaha, manajemen usaha dan promosi tempat usaha melalui metode analisis deskriptif kualitatif. Hasil pengabdian ini pelaku UMKM sudah mendaftarkan usahanya di tingkat kelurahan dan berencana untuk tambahan modal melalui pinjaman KUR serta pelaku usaha tersebut sudah aktif melakukan promosi usaha melalui media sosial.

**Kata kunci:** Perencanaan modal, persaingan, manajemen usaha, promosi

**I. PENDAHULUAN**

Perekonomian suatu daerah dan suatu negara sama-sama dapat memperoleh manfaat dari upaya usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Menurut Tambunan (2012), UMKM di Indonesia telah menunjukkan peran yang sangat penting dalam mengatasi dampak krisis ekonomi tahun 1997, dimana banyak perusahaan besar yang dinyatakan bangkrut pada hal UMKM mampu bertahan dalam kondisi krisis tersebut. Selain itu, industri ini mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar sehingga mampu mendongkrak PDB dan pendapatan per kapita

Perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian dari usaha mikro secara langsung atau tidak langsung dianggap sebagai usaha menengah. Usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri. Sementara itu, bagi perusahaan kecil atau besar yang memenuhi ketentuan perusahaan menengah sebagaimana diamanatkan oleh peraturan nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM, peraturan ini mempunyai langkah-langkah yang dapat dijadikan makna UMKM sebagaimana tertuang dalam pasal 6 yang berbunyi bahwa total aset atau nilai sumber daya tidak termasuk tanah dan bangunan tempat bisnis didirikan atau transaksi tahunan berlanjut. Menurut UU UMKM, yang dimaksud dengan usaha mikro adalah usaha yang menguntungkan yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha perseorangan

Menurut Kasmir, (2017) sebuah bisnis dapat dianggap mencapai kesuksesan yang langgeng jika pelaku bisnis memiliki kualitas karakter yang tulus, imajinatif, dan kreatif untuk membangun kepercayaan pada pembeli. Suatu UMKM akan mempunyai peluang sukses yang lebih besar apabila pelaku usahanya mempunyai

motivasi diri dan perilaku yang baik. Dalam mengembangkan usahanya, pelaku usaha harus selalu kreatif dan inovatif

Akhir-akhir ini pemerintah, perbankan swasta, lembaga swadaya masyarakat, dan lembaga lainnya menaruh banyak perhatian pada pertumbuhan dan pemberdayaan UMKM. Besarnya kapasitas UMKM dalam menyerap tenaga kerja dapat menjadi mesin perekonomian bangsa. Fungsi UMKM tidak hanya mencakup penyediaan lapangan kerja, tetapi juga kontribusi UMKM terhadap penciptaan PDB dan kemampuan negara dalam memperoleh devisa melalui ekspor (Fitra, 2018).

UMKM jika dikelola dan dikembangkan dengan baik berpotensi mendongkrak perekonomian dalam negeri secara signifikan. Namun, di sisi lain, UMKM di Indonesia masih dihadapkan pada permasalahan mendasar yang sebagian besar antara lain sulitnya UMKM memasarkan produk yang dihasilkannya. Selain itu, terbatasnya akses terhadap pembiayaan dari lembaga keuangan formal, khususnya perbankan, serta lemahnya pengembangan dan penguatan bisnis (Yuke, 2018)

Baik di negara berkembang maupun maju, usaha mikro memainkan peran penting dan strategis dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Pengelolaan keuangan menjadi kendala utama tumbuhnya usaha mikro karena masih banyak pelaku usaha mikro yang beranggapan bahwa hal tersebut mudah dilakukan. Begitu pula dengan bengkel las mobil NCU Buyung yang didirikan pada tahun 2017 di Desa Pijoan, Kecamatan Jambi Luar Kota, telah mempunyai pengalaman yang luas. Tujuan awal diadakannya bengkel las mobil NCU Buyung ini adalah untuk membantu pelanggan pengemudi batubara apabila kendaraannya mengalami kerusakan pada saat pengangkutan, baik dalam keadaan bongkar maupun bongkar.

Bengkel Ncu buyung hadir sebagai upaya membantu konsusmen batu bara dan sekaligus untuk meningkatkan pendapatan serta dapat menyerap tenaga kerja seperti untuk posisi asisten mekanik. Namun dalam perjalanannya bengkel las mobil ncu buyung mengalami berbagai hambatan mulai dari modal, persaingan usaha, manajemen usaha dan promosi tempat usaha sehingga diperlukan pendampingan agar usaha tersebut dapat bertahan dan berkembang. Berdasarkan uraian diatas maka pendamping berupaya agar pelaku usaha UMKM tersebut dapat merasakan kebermanfaatannya dengan kehadiran dari kalangan akademisi sebagai pemberi petunjuk yang baik sehingga judul yang diangkat penulisan dalam pengabdian ini yaitu pendampingan proses perencanaan bagi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) bengkel las mobil Ncu Buyung di Kelurahan Pijoan Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi dimana hasil wawancara dan obsevasi ditemukan suatu permasalahan seperti kurangnya modal, persaingan, manajemen usaha dan promosi tempat usaha.

## II. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1. Teori UMKM

Menurut Simmons dkk. (2008), usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dijalankan oleh pemilik usaha dan mempekerjakan sedikit tenaga kerja. Sementara itu, Bank Dunia mendefinisikan UMKM sebagai bisnis berdasarkan jumlah karyawan, ukuran aset, atau penjualan tahunan (Das, 2017). Secara umum ketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 mendefinisikan UMKM sebagai usaha yang mandiri dan produktif

## 2.2. Teori Modal

Menurut Riyanto (2010), modal adalah kumpulan barang modal di sisi debit neraca yang berfungsi sebagai pembentukan pendapatan yang diinginkan dalam jangka pendek dan jangka panjang. Modal merupakan salah satu faktor produksi yang mempunyai pengaruh besar terhadap output atau produktivitas. Menurut Umar (2000), modal merupakan pendorong utama peningkatan investasi pada infrastruktur produksi dan langsung pada proses produksi guna mendorong peningkatan produktivitas output.

Modal usaha berperan sebagai prinsipal (induk) dalam berdagang dengan mengeluarkan sejumlah uang atau harta benda yang dapat digunakan untuk menghasilkan kekayaan tambahan. Menurut Pamungkas (2019), dapat ditarik kesimpulan bahwa modal usaha merupakan komponen penting dalam operasional suatu perusahaan

## 2.3. Teori Persaingan

Persaingan bisnis merupakan suatu istilah yang sering muncul dalam berbagai tulisan yang menguraikan tentang bagian-bagian sahnya persaingan bisnis. Menurut Kuncoro (2005), organisasi atau individu yang melakukan persaingan dengan tujuan untuk menguasai pangsa pasar juga merupakan persaingan. Biasanya, kontes bisnis adalah pertarungan atau pertikaian antara pelaku bisnis yang secara bebas berusaha mendapatkan pembeli dengan menawarkan harga yang lebih baik serta kualitas tenaga kerja dan produk yang lebih baik (Marbun, 2003)

## 2.4. Teori Manajemen Usaha

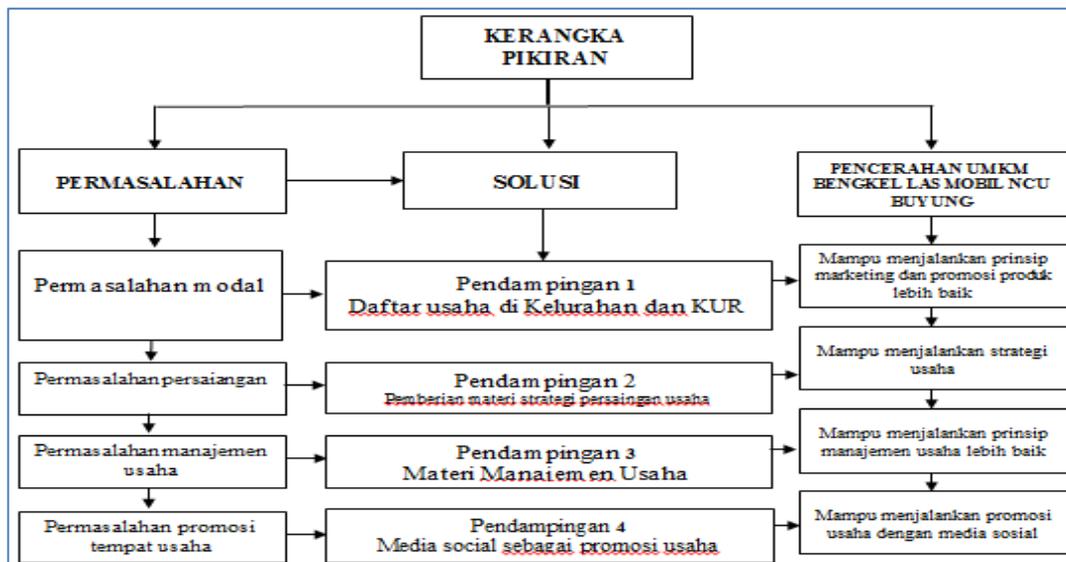
Stoner yang dikutip Wijayanti (2008), mengatakan manajemen bisnis adalah suatu tindakan yang dilakukan seorang wirausaha dengan memperhatikan tugas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan sesuatu, dan pengawasan. Maksud usaha para eksekutif adalah mengukur kecukupan upaya yang telah dilakukan

## 2.5. Teori Promosi Usaha

Laksana (2019), mengartikan promosi bisnis sebagai komunikasi antara penjual dan pembeli yang bersumber dari informasi yang benar dengan tujuan untuk mengubah sikap dan perilaku pembeli yang sebelumnya tidak mengenalnya sehingga menjadi akrab dan mengingat produk tersebut. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong dalam Ridwansyah (2017), menyatakan bahwa kemajuan adalah suatu alat atau gerakan yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk memberikan penghargaan kepada konsumen

## III. METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pendampingan proses perencanaan bagi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) bengkel las mobil nu Buyung di Kelurahan Pijoan Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi melalui diskusi dan untuk lebih jelas dapat digambarkan melalui matrik dalam diagram berikut ini berupa solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan yang terjadi.



**IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil pendampingan dan diskusi yang penulis lakukan bersama pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) bengkel las mobil ncu Buyung di Kelurahan Pijoan Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi serta mengacu kepada permasalahan yang simpulkan maka hasil pengabdian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

**1. Solusi modal**

Terkait permasalahan modal yang dialami pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) bengkel las mobil ncu Buyung di Kelurahan Pijoan Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi maka penulis sebagai pendamping memberikan solusi berupa pencerahan melalui mekanisme penggunaan dana KUR Bank BRI dalam hal ini menyarankan kepada usaha tersebut untuk didaftarkan di kelurahan agar mendapatkan surat keterangan usaha karena salah satu persyaratan untuk mendapatkan pinjaman KUR

**2. Solusi untuk persaingan**

Pada bengkel las mobil Ncu Buyung di Desa Pijoan, Kecamatan Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro Jambi, penulis memberikan arahan kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tentang strategi menjalankan usaha dalam menghadapi persaingan. Seorang pelaku bisnis akan mampu mengatasi persaingan dengan tekad yang kuat, meskipun hal tersebut merupakan suatu kendala yang tidak bisa dihindari. Untuk mengatasi segala kendala, termasuk persaingan dengan sesama pelaku UMKM, harus memiliki tekad yang kuat. Selain jaminan, diperlukan sistem yang kuat agar spesialis keuangan dapat bersaing untuk mengimbangi ketatnya persaingan di kalangan pebisnis, ada lima cara jitu untuk menang:

**a. Riset Pasar**

Untuk memastikan harga yang ditetapkan terjangkau oleh masyarakat umum atau konsumen, dilakukan riset pasar mengenai segmen pasar dan kebutuhan konsumen. Kajian ini membantu pelaku usaha dalam menentukan produk mana yang harus memenuhi harapan pelanggan.

b. Memaksimalkan Media Sosial

Pasar online merupakan suatu keharusan untuk promosi bisnis karena selain menjual produk, niscaya pelanggan akan tetap setia terhadap produk yang ditawarkan jika Anda dapat menyapa dan menjawab kekhawatiran serta pertanyaan mereka

c. Kualitas Produk

Kualitas produk mencakup kinerja, keandalan, fitur, kesesuaian, daya tahan, kemampuan melayani, dan estetika. Kualitas produk merupakan gambaran sejauh mana pengusaha dapat memenuhi keinginan dan harapan konsumen. Produk yang berkualitas tinggi akan meningkatkan pangsa pasar dan meningkatkan reputasi perusahaan

d. Promosi

Jasa influencer dan optimalisasi promosi melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter dapat dimanfaatkan untuk memperluas pasar. Hal ini akan membuat promosi menjadi lebih efektif dan efisien

e. Branding Merek

Hal ini dilakukan agar pelanggan dan calon pembeli baru dapat dengan mudah mengenali produk kita dan memberikan kesan yang baik melalui kegiatan kampanye peduli lingkungan dan konsumen sehingga dapat membentuk persepsi yang baik di benak konsumen. Pencitraan merek memberikan citra merek yang baik. Jika hal ini dilakukan, maka akan menentukan apakah pelanggan dapat dipercaya dan akan tetap loyal seiring berjalannya waktu

### 3. Solusi Manajemen Usaha

Bagi para pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bengkel las mobil NCU Buyung di Desa Pijoan, Kecamatan Jambi Luar Kota, Kabupaten Muaro Jambi, penulis memberikan ilmu manajemen usaha dan gambaran konkrit yang dapat digunakan secara konsisten. Beberapa macam administrasi untuk peningkatan bisnis adalah sebagai berikut:

a. Manajemen Keuangan

Manajemen sangat penting bagi pertumbuhan suatu bisnis karena mampu menghitung secara tepat pendapatan dan pengeluaran dalam menjalankan bisnis dan secara otomatis dapat mengurangi pengeluaran yang tidak diperlukan

b. Manajemen SDM

Dalam menjalankan bisnis yang sukses, manajemen sumber daya manusia berperan penting dalam memastikan kompetensi setiap sumber daya dengan menempatkan karyawan pada posisi yang tepat

c. Manajemen Operasional

Administrasi fungsional terkait erat dengan penciptaan setiap organisasi atau penciptaan bisnis yang menggabungkan bahan-bahan mentah dan perangkat keras lainnya

d. Solusi Promosi Usaha

Salah satu catatan penulis terhadap pendampingan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) bengkel las mobil ncu Buyung di Kelurahan Pijoan Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi memberikan

pengetahuan pentingnya media teknologi melalui media social seperti face book dan IG sehingga mempermudah cara pengenalan usaha secara efektif dan efisien. Pengertian promosi usaha adalah upaya untuk mengenalkan merek dagang kepada masyarakat untuk memperoleh pembelian dari konsumen dimana promosi gencar dilakukan oleh berbagai macam jenis usaha untuk menguatkan bisnisnya dengan adanya upaya promosi yang rutin, maka harapannya akan bisa menggenjot penjualan

## V. SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari pengabdian sebagai pendamping kepada pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) bengkel las mobil nu Buyung di Kelurahan Pijoan Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi dimana untuk temuan modal awal pelaku usaha sebesar Rp.17.000.000 dan telah mengurus surat keterangan untuk pinjaman KUR sebagai tambahan modal, dan terkait strategi persaingan usaha tergantung komunikasi dan kualitas kerja serta pelayanan yang dilakukan. Untuk manajemen usaha telah memiliki buku registrasi pelanggan dan untuk promosi pelaku usaha telah memiliki media sosial

Saran pengabdian ini diharapkan modal pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) bengkel las mobil nu Buyung di Kelurahan Pijoan Kecamatan Jambi Luar Kota Kabupaten Muaro Jambi terus mengalami peningkatan melalui manajemen usaha yang profesional sehingga berdampak terhadap peningkatan pendapatan. Untuk strategi persaingan diharapkan pelaku usaha up-dating terhadap pola pesaing usaha lainnya dan untuk promosi usaha diharapkan dilakukan secara disiplin

## VI. DAFTAR PUSTAKA

- Bambang Riyanto, (2010). Dasar-Dasar Pembelajaran Perusahaan. BPFE. Yogyakarta
- B.N Maribun, (2003). Kamus Manajemen. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta
- Fitra, (2018). Merk dagang. Gramedia. Bandar Lampung
- Husein Umar, (2000). Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Irine Diana Sari Wijayanti, (2008). Manajemen Editor: Ari Setiawan. Mitra Cendikia. Yogyakarta
- Kasmir, (2017). Customer Service Excellent: Teori dan Praktik. PT Raja. Grafindo Persada: Jakarta
- Laksana, M. F, (2019). Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Erlangga. Sukabumi
- Pradono Tri Pamungkas, (2019). Pengaruh Modal, Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dan Promosi terhadap Pemberdayaan UMKM (Studi Kasus pada Pemilik Usaha di Sekitar Pasar Babadan, Unggaran) diakses pada <http://jurnal.unpand.ac.id>

- Mudrajad Kuncoro, (2005). Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. Erlangga. Jakarta
- Tulus Tambunan, (2012). Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia. LP3ES. Jakarta
- Ridwansyah A*, (2017). Instant Marketing For Busy People. Esensi, Divisi Penerbit. Erlangga. Jakarta
- Rianto & Yuke, (2018). Manajemen Resiko Perbankan Syariah. CV. Pustaka Setia. Bandung
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM Dalam Bab 1 (Ketentuan Umum), Pasal 1