



Pengembangan Relationship Capital Pelaku UKM Agro di Kabupaten Donggala

Djayani Nurdin¹, Asngadi^{2*}, Husnah³, Muh. Yunus Kasim⁴, Mohammad Ega Nugraha⁵

^{1,3,4,5} Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako, Palu, Indonesia

^{2*} Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako, Palu, Indonesia

Email: ¹djayani_nurdin@yahoo.com, ^{2*}asngadyfeutd@gmail.com, ³husnahatjo@yahoo.co.id,

⁴mykasim.untad@gmail.com, ⁵moh.eganugraha@gmail.com

Abstract

One challenge in developing SMEs is still weak access to financial institutions and markets, making it difficult for SMEs to develop. The difficulty of access to financial resources will have an impact on limited business expansion which will result in a weak capacity to expand business volume. On the other hand, weak market access also has an impact on the small market controlled by SMEs which has an impact on small product demand growth. The weakness factor that sticks to SMEs is mainly access to business development. This service program aims to strengthen understanding of the importance of relationship capital for the development of agro-businesses in Tamarenja Village, Donggala Regency. In this community service activity, lecture, question and answer, and discussion methods are used. This training activity is focused on Agro business management training through strengthening business networks. There are three stages in the implementation method, namely the preparation stage, the implementation stage and the evaluation stage. The result of this activity is that agro-business actors in Tamarenja Village can be developed on a wider scale considering the current large market such as opening access for IKN (National Capital City), the growth of the Morowali industrial area, strengthening the Togeian tourism industry and growing demand in the local market.

Keywords: Relational Capital, SMEs, Agribusiness

Abstrak

Satu tantangan pengembangan UKM adalah masih lemahnya akses terhadap lembaga pembiayaan maupun pasar sehingga UKM sulit untuk berkembang. Sulitnya akses terhadap sumber daya keuangan akan berdampak terhadap keterbatasan ekspansi usaha yang berdampak pada lemahnya untuk melakukan ekspansi volume usaha. Pada sisi yang lain lemahnya akses pasar juga berdampak pada kecilnya pasar yang dikuasai oleh UKM yang berdampak pada pertumbuhan permintaan produk yang kecil. Faktor kelemahan yang melekat pada UKM terutama adalah akses untuk pengembangan usaha. Program pengabdian ini bertujuan untuk memberikan penguatan pemahaman tentang pentingnya relationship capital bagi pengembangan usaha agro di Desa Tamarenja Kabupaten Donggala. Dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini digunakan metode ceramah, tanya jawab, dan diskusi. Kegiatan pelatihan ini difokuskan terhadap pelatihan manajemen bisnis Agro melalui penguatan jejaring bisnis. Terdapat tiga tahapan dalam metode pelaksanaan yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi. Hasil dari kegiatan ini adalah Pelaku usaha agro di Desa Tamarenja dapat dikembangkan dengan skala yang lebih luas mengingat pasar yang besar saat ini seperti terbukanya akses untuk IKN (Ibu Kota Negara), tumbuhnya kawasan industri Morowali, penguatan industri pariwisata Togeian dan tumbuhnya permintaan di pasar lokal.

Kata Kunci: Relational Capital, UKM, Agro Bisnis

A. PENDAHULUAN

Terdapat hal yang kontradiksi kaitannya dengan UKM, pada satu sisi peran UKM yang begitu besar, namun berbagai kendala yang dihadapi juga cukup besar, meskipun pada derajat yang berbeda di tiap

daerah. Secara umum masalah yang dihadapi oleh UKM adalah keterbatasan modal, kesulitan dalam pemasaran dan distribusi, keterbatasan dalam mengakses informasi bisnis, kesulitan dalam memperoleh bahan baku, problem dan mahalnya biaya birokrasi (Tambunan, 2017)

Berdasarkan identifikasi Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2003, terlihat bahwa sebagian besar UKM (75,29 persen) memiliki masalah, dan hanya 24,71 persen UKM yang tidak memiliki masalah yang berarti. Masalah - masalah yang secara umum di hadapi UKM tersebut adalah kesulitan memperoleh bahan mentah 20,5 persen ; pemasaran 30,63 persen ; modal 34,78 persen ; transportasi/ distribusi 2,67 persen ; energi 2,7 persen ; biaya tenaga kerja 0,81 persen , dan masalah lainnya 7,90 persen. Pentingnya keberadaan UKM pada satu sisi serta banyaknya masalah yang dihadapinya pada sisi yang lain, memberikan makna pentingnya upaya pengembangan yang dilakukan oleh pemerintah guna memastikan bahwa UKM tetap tumbuh dan berkontribusi dalam perekonomian nasional. Masalah ini selanjutnya juga semakin berat ditengah tingkat pendidikan para enterprenuer UKM yang juga rendah. Data BPS Tahun 2003 menunjukkan bahwa 81,23 persen pelaku usaha UKM berpendidikan SMP ke bawah; sementara yang berpendidikan SMA hingga Perguruan Tinggi hanya sebesar 18,76 persen (Tambunan, 2017).

Peran pemerintah dalam upaya memperkuat UKM telah banyak menjadi model pengembangan. Hasil penelitian SMERU Tahun 1997-2003 (Tampubolon & Ningsih, 2019) berhasil memetakan program pengembangan UKM yang dilakukan oleh pemerintah, dan dari 595 program pengembangan UKM yang teridentifikasi, sebagian besar diinisiasi oleh pemerintah yaitu 65 persen, sementara NGO sebesar 18 persen ; lembaga donor 8 persen , perbankan 5 persen , perusahaan swasta 2 persen

Hasil penelitian SMERU (2004) terhadap 172 sampel penerima bantuan pemerintah di Kabupaten Sukabumi, Bantul, Kebumen, Kota Padang, Surabaya dan Makassar, menemukan bahwa umumnya UKM mengklaim telah berkembang berkat adanya bantuan tersebut, baik yang dilakukan oleh pemerintah maupun pihak lainnya (Sedyadi & Isdijosi, 2017)

Meski dampak upaya pemerintah dalam pengembangan UKM dirasakan positif, namun hasilnya belum optimal dan bahkan cenderung belum menyentuh aspek penting dalam pengembangan UKM. Hal ini terlihat dari kenyataannya selama ini keberadaan IKM (industri kecil menengah) kurang mendapatkan perhatian yang layak dari pemerintah (Graha, 2011)

Salah satu bentuk program pengembangan UKM di Indonesia adalah program *Community Development* melalui BUMN, yaitu sebagai suatu bentuk kepedulian terhadap masyarakat sekitar dan investasi sosial jangka panjang (Srimulyo, 2001). Secara lebih terperinci program Bina Lingkungan yang dilakukan oleh BUMN memiliki 2 (dua) program yakni pembangunan masyarakat

(*community development*) dan upaya peningkatan kondisi sosial ekonomi masyarakat melalui program Pembinaan Usaha Kecil dan Koperasi (PUKK) serta Usaha Kecil dan Menengah (UKM). (Florita et al., 2019)

Upaya membangun kemitraan usaha kecil dengan usaha besar sesungguhnya juga tidak berjalan mulus. Belajar dari pengalaman masa lalu untuk bermitra antara pengusaha kecil dan pengusaha besar harus dipaksa dan diikat dengan peraturan formal, begitupun belum dapat berjalan dengan efektif. (Sijabat, 2018)

Realitas diatas menggambarkan bahwa UKM memerlukan pendampingan dan penguatan kapabilitas untuk bersaing dalam jangka panjang dalam rangka penguatan human capital. Pada teori *human capital* yang menyatakan bahwa sumber daya manusia dengan tingkat keterampilan, pengalaman, dan keahlian tinggi mampu mengatasi ketidakpastian pada lingkungan pekerjaan (Skaggs & Youndt, 2004). *Human capital* merupakan sumber inovasi dan pembaharuan dengan ide-ide yang baru dan baik diciptakan/dihasilkan oleh manusia (Boon et al., 2018). Manusia yang ada dalam organisasi/perusahaan dengan koleksi *skill, knowledge,* dan kapabilitasnya yang mempresentasikan *human capital,* sangat sukar ditiru oleh pesaing (Lin et al., 2017)

Salah satu solusi yang dapat diberikan berkenaan dengan permasalahan yang dihadapi UKM adalah melalui pengelolaan usaha berbasis sumber daya (*resources based*), karena dengan pengelolaan tersebut perusahaan mampu menciptakan kompetensi khas (*core competencies*) (Grant, 2012). Untuk meraih keunggulan kompetitif berkelanjutan tidak terlepas dari *Resources Based View (RBV)* yang mengarahkan manajemen perusahaan untuk mengidentifikasi, menguasai dan mengembangkan sumber daya strategis dalam rangka menghasilkan kinerja secara optimal (Barney, 2002). Hal ini dapat dilakukan dengan cara peningkatan kompetensi SDM pelaku UKM melalui *transfer knowledge* dalam bentuk pelatihan manajemen (manajemen keuangan, manajemen pemasaran, manajemen produksi (persediaan) dan manajemen SDM).

Relational capital merupakan suatu aset UKM yang harus dikembangkan dalam upaya pengembangan bisnis UKM ditengah persaingan yang makin ketat, hal ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Satu kelemahan UKM adalah lemahnya jejaring terhadap lembaga keuangan. Kelemahan ini nampak karena banyaknya UKM yang tidak bankable, sehingga perbankan enggan menyalurkan kreditnya bagi UKM. Pada posisi ini ini, maka kelemahan UKM harus diperbaiki melalui penatalaksanaan bisnis yang

memungkinkan peningkatan akses terhadap lembaga keuangan.

2. Akses pasar juga menjadi masalah krusial bagi UKM. Lemahnya terhadap akses pasar menjadi penyebab utama pengenalan produk UKM. Dampaknya adalah pasar yang terbatas serta permintaan produk yang stagnan.

Berdasarkan analisis situasi ini, maka pelatihan manajemen, khususnya pada aspek relationship capital pada pelaku usaha agro di Desa Tamarenja Kabupaten Donggala. Hal ini sangat penting mengingat perpindahan Ibu kota Negara (IKN) dikalimantan yang memungkinkan bisnis agro akan memiliki peluang yang bear untuk tumbuh dan berkembang. Penguatan ini penting untuk mempuas jaringan bisnis UKM agro, sehingga akan memberikan nilai tambah pada pengembangan bisnis UKM.

Adapun tujuan diadakan melalui kegiatan pengabdian ini maka diharapkan :

1. Para pelaku usaha agro akan memiliki pengetahuan dan celah pengembangan pasar produk agro, sehingga mampu mengembangkan bisnis agro yang memiliki nilai ekonomi tinggi dan berdampak terhadap ekonomi lokal.
2. Para pemilik memiliki skill dan pengetahuan dalam pengembangan usahanya melalui penguatan aspek relatiosl skill yang diperlukan bagi UKM agro terutama di desa Tamarenja

Target dari kegiatan pengabdian ini adalah :

1. Termotivasi para pemilik UKM untuk dapat melakukan mengembangkan relasi bisnisnya sebagai penunjang dalam pengembangan usahanya.
2. Terserapnya dan teraplikasikan pengetahuan dan keterampilan oleh para pemilik UKM agro desa atamarenja terhadap kemampuan melakukan pengembangan bisnis melalui jejaring,

B. PELAKSAAAN DAN METODE

Dalam kegiatan pengaduan kepada masyarakat ini digunakan metode ceramah, tanya jawab, dan diskusi. Kegiatan pelatihan ini difokuskan terhadap pelatihan manajemen bisnis Agro melalui penguatan jejaring bisnis.

Proses pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui pelatihan manajemen pengelolaan bisnis agro dengan tahap-tahap sebagai berikut:

1. Tahap persiapan, dengan kegiatan:

- a. Mengadakan observasi pada lokasi kegiatan yaitu di Kabupaten Donggala,
- b. Mengadakan bahan-bahan pelatihan,
- c. Megajukan permintaan permohonan izin pelaksanaan kepada Kepala Desa Tamarenja Kabupaten Donggala
- d. Menyiapkan tempat dan menyusun jadwal pelaksanaan pelatihan.
- e. Menyiapkan alas tulis menulis dan bahan peralatan yang digunakan dalam pelatihan.

2. Tahap pelaksanaan, dengan kegiatan:

- a. Merekrut pemilik usaha UKM agro yang bersedia mengikuti pelatihan,
- b. Memotivasi peserta dan melakukan tes awal terhadap peserta yang akan mengikuti pelatihan,
- c. Melaksanakan kegiatan pelatihan.

3. Tahap Evaluasi

Untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan pemahaman, maka dilakukan evaluasi. Evaluasi kegiatan pelatihan ini dilakukan pada awal kegiatan, selama proses pelatihan berlangsung, dan pada akhir kegiatan pelatihan.

Evaluasi dilakukan, dengan cara **Pertama** membagikan daftar pertanyaan dalam bentuk objektif tes yang berkaitan dengan materi pelatihan untuk dijawab oleh para peserta. **Kedua** penyelesaian tugas-tugas oleh masing-masing peserta dengan membuat simulasi pengendalian pengelolaan bisnis dan pemasaran dari masing-masing usaha mereka.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan pengabdian dengan tema Pengembangan *Relationship Capital* Pelaku UKM Agro Di Kabupaten Donggala dilakukan desa Tamarenja. Pelaksanaan kegiatan dilakukan di kantor Desa Tamarenja. Peleksanaan diawali oleh pembukaan dan pembacaan Doa oleh pembawa acara, yang selanjutnya dibuka secra resmi oleh Kepala Desa Tamarenja. Hador da;am kegiatan ini adalah tokoh masyaarakat dan pelaku usaha Agro terutama pembudidaya salak pondoh dan pembudidaya durian.

Kegiatan dilakukan selama sehari, dengan melakukan sosialisasi bagaimana menjalin kemitraan dengan pemasok dan pasar. Selain itu, dialukan penguatan bagaimana membangun kemitraan dengan pemilik modal, seperti lembaga keuangan, perbankan yang dapat memberikan kredit atau pinjaman kepada masyarakat. Hal ini penting, untuk menjamin keberlangsungan usaha jangka panjang. Keterlibatan lembaga keuangan juga

mungkinkan pelaku usaha dapat mengembangkan skala usahanya menjadi lebih besar.

Pelaku usaha agro di Desa Tamarenja dapat dikembangkan dengan skala yang lebih luas mengingat pasar yang besar saat ini seperti terbukanya akses untuk IKN (Ibu Kota Negara), tumbuhnya kawasan industri Morowali, penguatan industri pariwisata Togean dan tumbuhnya permintaan di pasar lokal.

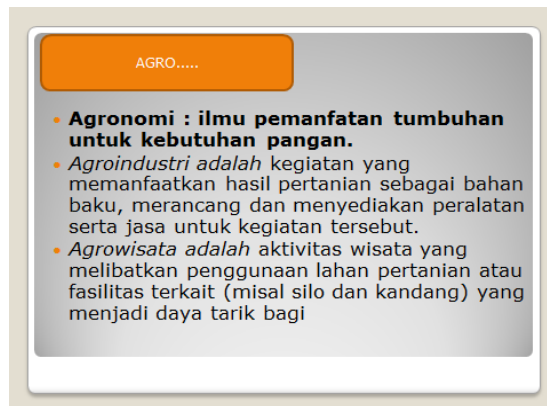
Pelaku usaha saat ini, terutama pembudiaya durian masih terbaatas akses pasarnya, sehingga pelaku usaha hanya “ menerima” harga di level petani, sehingga margin yang diperoleh belum maksimal. Peran Bumdes dapat dioptimalkan sebagai mediator sistem perdagangan ke pasar yang lebih besar misalnya ke Kalimantan dan Morowali melalui sistem kontrak. Pada sisi yang lain, pelibatan bumdes menjadikan para pelaku usaha agro menjadi mitra binaan bumdes, sehingga akan memudahkan proses pembinaan, transfer pengetahuan dan penguatan kapsitas bisnis melalui peran berbaagai stakeholder termasuk perguruan tinggi dan dinas terkait.

Pasa sektor hulu, pelibatan OPD sektor pertanian akan sangat penting untuk mendorong budidaya agro, sehingga kapasitas produksi durian dan salak dapat ditingkatkan, menjamin kualitas produk pasca panen dan peningkatan mutu melalui pengenalan variaetas unggulan.

Pada sisi hilirnya kapasitas pasar yang akan dilayani juga dianalisis dengan cermat untuk memastikan bahwa pasar yang dilayani tidak jenuh yang dapat berimbas pada ketidakseimbangan supply dan demand produk agro Desa Tamarenja. Untuk pemenuhan pasat yang besar, maka usaha agro dalam kelompok besar harus diinisiasi. Dengan demikian skala penguasaan komoditas agro bersifat industri, sehingga akan menciptakan efisiensi dari sisi produksi maupun pemasaran produk. Sajian materi pelaksanaan pengabdian meliputi :



Gambar 1. Cover materi



Gambar 2. Isi Materi



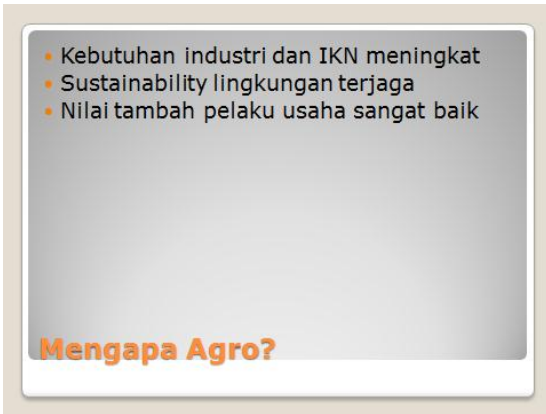
Gambar 3. Isi Materi Peta Lokasi Kegiatan



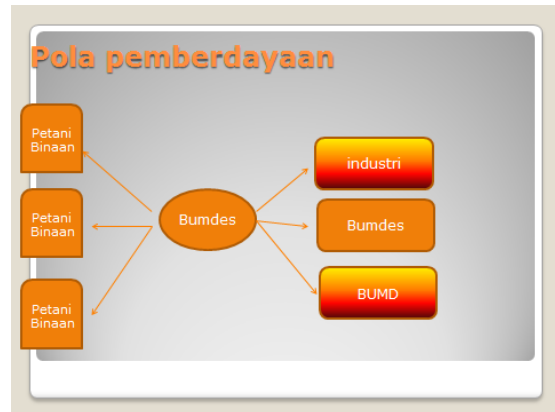
Gambar 4. Isi Materi gambaran Lokasi Kegiatan



Gambar 5. Isi Materi Gambaran Lokasi Kegiatan



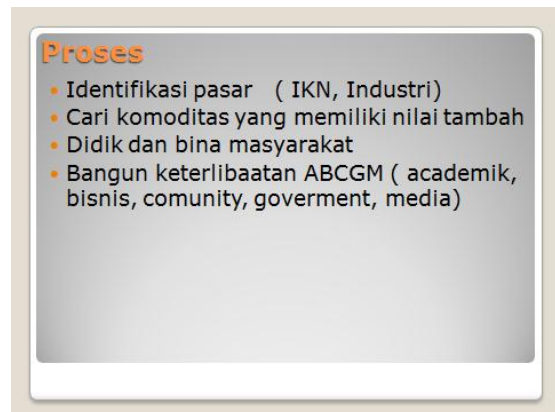
Gambar 6. Isi Materi Alasan Agro



Gambar 9. Isi Materi Pola Pemberdayaan



Gambar 7. Isi Materi Kawasan Agro



Gambar 10. Isi Materi Proses Pengembangan



Gambar 8. Isi Materi Kawasan Agro



Gambar 11. Isi Materi Pengembangan Kawasan Tamarenja



Gambar 8. Isi Materi Pengembangan Kawasan

Tercapainya Tujuan Kegiatan

Kegiatan yang telah dilakukan berdampak pada perubahan dan penambahan pengetahuan kepada pelaku usaha agro didesa Tamarenja Kabupaten Donggala. Perubahan itu antara lain pada pemaaahaaman pentingnya pengembangan agro berbasis klaster. Artinya bahwa dalam satu kawasan hanya ada 1 produk unggulan dengan skala yang luas baik durian maupun salak. Dengan cara ini maka akan memudahkan pendampingaan dan pemasaran produk. Bagi pengelola Bumdes tamarenja, telah terjadi perubahan mindset tentang posisi bumdes yang dapat menjadi mediasi antara pelaku usaha

agro d desa Tamarenja dengan pasar potensialnya baik di IKN dan Morowali. Kegiatan pengabdian ini mengilhami pengelola Bumdes untuk segera membuka lahan desa yang dapat di kelola menjadi kawasan agro, yang secara bersama sama akan dikembaangkan pula budidaya komoditas durian dan salak oleh para petani secara bersama sama.

Para pelatu usaha agro menginginkan adanya pendampngan intensif dari perguruan tinggi mulai daari proses penanganan awal, penanganan hama, hingga pasca panen. Hal ini mengingat saat ini terdapat jenis hama yang belum tertangani dengan maksimal terutama haama penggerek batang pada durian.

Selain budidaya durian dan salak pondoh antusiasme pelaku usaha agro juga tumbuh untuk mengembangkan alpukat unggulan yang dapat digunakan untuk memasok kebutuhan IKN dan kebutuhan industri Morowali. Beberapa vaietas yang diminati adalah hass, pinkerton, maluma dan berbagai jenis lainnya yang produktivitasnya tinggi dan memiliki kesesuaian dengan lahan dan iklim di desa Tamarenja. Upaya penguatan kapasitas pelaku usaha agro dengan penguatan peran kelembagaan bumdes, pendampingan OPD terkait dan peran pperguruan tinggi, akaan menjadi sinergi yang kuat dalam pengembangan UKM usaha agro di desa Tamarenja kabupaten Donggala untuk menciptakan rantai pasok yang sustainable dalam jangka panjang

D. PENUTUP

Simpulan

Pelaksanaan pengabdian dengan tema Pengembangan *Relationship Capital* Pelaku UKM Agro Di Kabupaten Donggala dilakukan desa Tamarenja. Pelaksanaan kegiatan dilakukan di kantor Desa Tamarenja. Dalam kegiatan pengaduan kepada masyarakat ini digunakan metode ceramah, tanya jawab, dan diskusi. Kegiatan pelatihan ini difokuskan terhadap pelatihan manajemen bisnis Agro melalui penguatan jejaring bisnis. Kegiatan dilakukan selama sehari, dengan melakukan sosialisasi bagaimana menjalin kemitraan dengan pemasok dan pasar. Selain itu, dilakukan penguatan bagaimana membangun kemitraan dengan pemilik modal, seperti lembaga keuangan, perbankan yang dapat memberikan kredit atau pinjaman kepada masyarakat. Adapaun hambatan yang dihadapi mitra adalah masih kurangnya pengetahuan tentang jejaring bisnis pelaku UKM agro .

Saran

Berdasarkan kelemahan yang dihadapi oleh mitra yaitu para pelaku UKM Agro maka disarankan ada kegiatan lanjutan tentang penguatan pemahan

jejaring bisnis dengan metode lain yang mampu menampung kebutuhan IKN.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kepada LPPM Untad selaku penyandang dana kegiatan dan mitra pelaku UKM Agro Desa Tamarenja Donggal sehingga terlaksana dengan sukses kegiatan pengabdian masyarakat.

E. DAFTAR PUSTAKA

- Barney, J. B. (2002). Gaining and sustaining competitive advantage. In *Gaining and sustaining competitive advantage*.
- Boon, C., Eckardt, R., Lepak, D. P., & Boselie, P. (2018). Integrating strategic human capital and strategic human resource management. *International Journal of Human Resource Management*. <https://doi.org/10.1080/09585192.2017.1380063>
- Florita, A., Jumiati, J., & Mubarak, A. (2019). PEMBINAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH OLEH DINAS KOPERASI DAN UMKM KOTA PADANG. *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)*. <https://doi.org/10.24036/jmiap.v1i1.11>
- Graha, A. N. (2011). Peranan UKM Menjaln Kemitraan Guna Memperluas Jaringan, Pengembangan Media Dan Sarana Berbisnis. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*.
- Grant, R. M. (2012). Contemporary Strategy Analysis: Text & Cases. In Wiley.
- Lin, C., Wang, C. Y. P., Wang, C. Y., & Jaw, B. S. (2017). The role of human capital management in organizational competitiveness. *Social Behavior and Personality*. <https://doi.org/10.2224/sbp.5614>
- Sedyadi, G. S. M., & Isdijosi, W. (2017). SMERU Catatan Kebijakan : Memperlancar Penyaluran dan Pencairan Dana Desa. *Seri UU Desa*.
- Sijabat, R. (2018). Menggagas Pembelajaran Kewirausahaan Sosial. In *Language*.
- Skaggs, B. C., & Youndt, M. (2004). Strategic positioning, human capital, and performance in service organizations: A customer interaction approach. *Strategic Management Journal*. <https://doi.org/10.1002/smj.365>
- Tambunan, D. B. (2017). EKSPLORASI KARAKTER ENTREPRENEURIAL MARKETING PADA PEMILIK USAHA

KECIL MENENGAH (UKM). *Business
Management Journal*.
<https://doi.org/10.30813/bmj.v10i2.635>

Usaha Kecil Menengah (UKM) Terhadap
Penyerapan Tenaga Kerja di Batam. *Jurnal
Mirai Managemnt*.

Tampubolon, R. P., & Ningsih, D. (2019). Analisis