

PENGEMBANGAN KOMPETENSI DAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN BERSAING UMKM DI DESA ANCARAN KECAMATAN KUNINGAN

Rina Masruroh¹, Yasir Maulana², Munir Nur Komarudin³

¹Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan, Kuningan, Indonesia

²Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan, Kuningan, Indonesia

³Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kuningan, Kuningan, Indonesia)

rina.masruroh@uniku.ac.id¹, yasir@uniku.ac.id², munir.nur@uniku.ac.id³

Abstract

This community service program aimed to enhance the entrepreneurial competence and orientation of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in strengthening their competitive advantage in Ancaran Village, Kuningan District. The primary issues faced by local MSMEs included a limited understanding of structured business planning, low utilization of digital marketing, and a lack of awareness regarding business legality. Through a participatory approach and practice-based training methods, participants were equipped with knowledge and skills related to the preparation of the Business Model Canvas (BMC), digital marketing strategies, and legal aspects of business operations. Evaluation was conducted using pre-tests and post-tests to assess the improvement in participants' understanding. The results showed a significant increase in knowledge and skills, with the average post-test scores rising by 34.9 points compared to the pre-test. These findings indicated that the program contributed positively to improving the readiness of MSMEs to compete more professionally and sustainably. The program also fostered collective awareness of the importance of innovation, digitalization, and legality as fundamental pillars of MSME competitiveness at the local level.

Keywords: MSMEs; Entrepreneurial Competence; Business Model Canvas; Digital Marketing; Business Legality; Competitive Advantage.

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi dan orientasi kewirausahaan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam rangka memperkuat keunggulan bersaing mereka di Desa Ancaran, Kecamatan Kuningan. Permasalahan utama yang dihadapi UMKM di wilayah ini antara lain terbatasnya pemahaman terhadap perencanaan usaha yang sistematis, rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, serta minimnya kesadaran terhadap pentingnya legalitas usaha. Melalui pendekatan partisipatif dan metode pelatihan berbasis praktik, peserta diberikan pembekalan mengenai penyusunan *Business Model Canvas* (BMC), strategi *digital marketing*, dan aspek legal usaha. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta. Hasil menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan peserta, dengan rata-rata kenaikan skor post-test sebesar 34,9 poin dibandingkan pre-test. Temuan ini menunjukkan bahwa program pengembangan kompetensi dan orientasi kewirausahaan berkontribusi positif terhadap kesiapan UMKM dalam bersaing secara lebih profesional dan berkelanjutan. Kegiatan ini juga mendorong tumbuhnya kesadaran kolektif akan pentingnya inovasi, digitalisasi, dan legalitas sebagai fondasi daya saing UMKM di tingkat lokal.

Kata kunci : UMKM; Kompetensi Kewirausahaan; Business Model Canvas; Digital Marketing; Legalitas Usaha; Daya Saing.

Corresponding author : rina.masruroh@uniku.ac.id

PENDAHULUAN

Desa Ancaran merupakan salah satu desa yang berada di pusat kota Kuningan tepatnya berada di wilayah Kecamatan Kuningan. Desa Ancaran berpenduduk 9.700 Jiwa atau sekitar 2.647 Kepala Keluarga dengan luas wilayah 177,028 Ha dan berbatasan dengan : Sebelah Utara : Desa Padarek dan Desa Babakanreuma Sebelah Timur : Desa Kertawangunan dan Desa Kaduagung Sebelah Selatan : Desa Sindangsari dan Kelurahan Cijoho Sebelah Barat : Kelurahan Ciporang dan Desa Kedungarum Tipologi tanah berbukit, ketinggian rata-rata 768 dari permukaan laut. Desa Ancaran terdiri dari 5 Dusun yaitu Dusun Manis, Dusun Pahing, Dusun Puhun, Dusun Wage dan Dusun Bojong. Masing-masing Dusun terdiri dari setidaknya 5 Rukun Tetangga (RT). Saat ini terdapat 34 RT yang tersebar di 5 dusun tersebut. Dengan berada di wilayah pusat kota sangat memungkinkan sekali bagi para UMKM ini untuk mendapatkan segala akses dengan mudah. Berikut adalah gambar wilayah persebaran lokasi desa Ancaran:



Gambar 1. Wilayah Sebaran Desa Ancaran

Desa ancaran memiliki potensi pangsa pasar yang sangat menarik, hal ini dikarenakan di desa tersebut memiliki pasar yang sudah cukup besar dan sudah berjalan lama. Selain itu terdapat pusat perkantoran yang tentu menjadi hal yang sangat baik untuk pengembangan dan peningkatan UMKM yang ada. Dengan memiliki kemudahan akses, dan situasi perkembangan UKM yang baik seharusnya menjadikan UMKM berkembang sangat pesat. Terdapatnya wadah pasar untuk memasarkan produk secara online seharusnya menjadi peluang terbesar dalam hal mengembangkan potensi UKM yang ada. Desa Ancaran sendiri memiliki BUMDes dengan berbagai jenis usaha, baik jasa maupun perdagangan. Selain itu UMKM yang terdapat di Desa Ancara terdapat banyak UMKM dan diantaranya yang paling mendominasi adalah dalam bidang produksi makanan dan minuman.

Kegiatan pengabdian ini akan berfokus pada pendampingan UMKM dari aspek legal khususnya pada sertifikasi Halal, pada produk makanan dan minuman sertifikasi halal menjadi aspek yang sangat penting untuk dimiliki oleh UMKM. Kegiatan ini sesuai dengan tujuan pemerintah dalam hal merdeka belajar kampus merdeka dimana sesuai IKU 3 yaitu dosen berkegiatan di luar kampus dengan melaksanakan kegiatan PkM ini menjadi salah satu hal yang mendukung kegiatan MBKM

Permasalahan saat ini yang terjadi pada UMKM khususnya di Desa Ancaran

kebanyakan adalah dalam aspek manajemen pengelolaan UMKM yang belum optimal. Dimulai dari aspek perencanaan baik, hingga pada tahap evaluasi dan kontroling. UMKM belum bisa membuat mampu merencanakan bahkan belum mempunyai perencanaan yang baik dalam pengelolaan usahanya. Pengelola UMKM hanya berfokus pada pembuatan produk dan penjualan saja, dapat dikatakan para pengelola UMKM ini hanya berfokus pada keuntungan saja tanpa melakukan pengelolaan yang baik sudah mendapatkan keuntungan tersebut. Terkadang pengelola UMKM kesulitan menentukan tujuan UMKM kedepannya. Pengelola UMKM masih belum mampu menentukan apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh usahanya sehingga akan dengan mudah terlindas oleh UMKM baru yang lebih kreatif. Dengan demikian daya saing UMKM di Desa ancaran masih harus ditingkatkan Kembali. Belum lagi apabila dihadapkan pada persaingan tentu dibutuhkan daya saing yang tinggi.

Rendahnya daya saing UMKM menjadi topik yang selalu diperbincangkan, karena secara umum UMKM di Indonesia masih belum menunjukkan kinerja yang optimal apalagi jika berhadapan dengan persaingan global. Rendahnya daya saing UMKM di Indonesia pada umumnya dibuktikan oleh masih rendahnya kontribusi UMKM pada pasar global (Wondo et al., 2015). Di Kabupaten kuningan khususnya di Desa Ancaran daya saing UMKM menjadi aspek penting yang harus terus ditingkatkan. Banyaknya pelaku UMKM makanan dan minuman memacu persaingan yang sangat ketat sehingga pelaku UMKM dituntut untuk memiliki daya saing yang tinggi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peningkatan daya saing UMKM dapat dengan beberapa tahapan strategis sebagai solusi yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan keterampilan dan kapasitas pelaku UMKM; dapat berupa pelatihan untuk pelaku UMKM dapat membantu meningkatkan keterampilan manajerial, pemasaran, keuangan, dan teknis. Hal ini memungkinkan mereka untuk mengelola bisnis dengan lebih efektif dan menghasilkan produk atau layanan yang lebih berkualitas.
2. Penggunaan teknologi informasi; Mendorong UMKM untuk mengadopsi teknologi informasi seperti e-commerce, aplikasi bisnis, dan sistem manajemen untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan.
3. Penguatan aspek legal dan perizinan usaha untuk UMKM;

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat diuraikan target dan capaian dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1
Uraian Kegiatan dan Indikator Capaian Kegiatan

Uraian Kegiatan	Indikator Capaian
Penyuluhan pembuatan perencanaan strategis dalam bisnis	Peserta mengetahui dan memahami tentang bisnis model canvas dan dapat mengimplemetasikan dalam bisnis nya
Penyuluhan Penggunaan media sosial dalam pemasaran dan perluasan jaringan	Peserta memahami penting nya digital marketing, dan mampu menggunakan digital marketing sederhana

usaha	
Penyuluhan tentang pentingnya aspek legal dalam pengembangan usaha	Peserta memahami dan menyadari pentingnya aspek legal dalam bisnis Peserta mengetahui dan memahami jenis-jenis legalitas usaha Peserta mengetahui dan memahami prosedur pembuatan legalitas usaha

KAJIAN PUSTAKA

Daya saing (*competitive advantage*) merupakan kemampuan sebuah bisnis untuk mencapai profit yang abnormal dalam persaingan melalui strategi penciptaan nilai. Barney (1991) menyatakan bahwa untuk meraih daya saing dan keuntungan yang berkelanjutan maka perusahaan harus berusaha mencari dan menumbuhkan kapabilitas khusus dari semua sumber daya yang dimiliki (Novitasari & Widya, 2015).

Salah satu aspek yang dapat meningkatkan daya saing UMKM adalah kompetensi dan orientasi kewirausahaan (Harjadi & Gunawan, 2022; Lestari et al., 2019; Teti Sugiarti, 2018; Zidni Syukron, 2016). Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan (Zidni Syukron, 2016)

Orientasi kewirausahaan adalah strategi yang menggambarkan pola pikir dan perilaku wirausaha dalam menciptakan, membangun, dan menumbuhkan usaha baru EO mencakup tiga dimensi penting, yaitu inovasi, proaktif, dan pengambilan risiko (Zulkifli et al., 2023).

Kompetensi dan orientasi kewirausahaan adalah dua hal yang sangat berkaitan dan

diperlukan dalam peningkatan daya saing UMKM. Kompetensi mengacu pada keterampilan praktis yang diperlukan untuk menjalankan bisnis, orientasi kewirausahaan lebih menekankan pada sikap mental, perilaku, dan pola pikir yang mendukung visi dan semangat kewirausahaan. Dalam praktiknya, kedua aspek ini seringkali saling melengkapi dan menjadi kunci keberhasilan kinerja bisnis (Hartato & Handoyo, 2021).

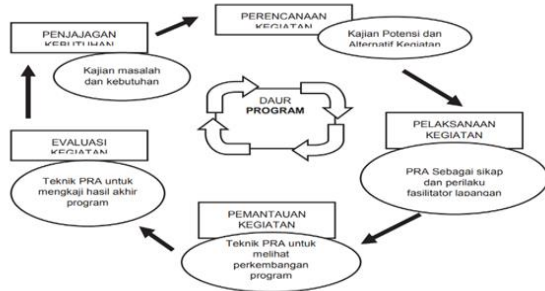
METODE PENELITIAN

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian pada Masyarakat ini dilakukan dengan menggunakan metode ceramah diskusi/tanya jawab dan praktik yang dilakukan secara offline. Kegiatan berlangsung dengan konsep workshop dimana peserta mendapatkan materi dan langsung mempraktikkan materi yang telah diterima. Adapun tahapan aktivitas yang akan dilakukan adalah :

1. Tahapan identifikasi, pada tahapan ini dilakukan pengenalan dan survei awal pra kegiatan untuk mempersiapkan segala soulsi yang akan disampaikan.
2. Tahap perencanaan/ desain program, pada tahapan ini dilakukan persiapan materi yang akan disampaikan dan metode penyuluhan yang akan diberikan keada pelaku UMKM
3. Menyusun desain program, pada tahapan kali ini akan dibuat materi serta strategi dalam kegiatan penyuluhan dan persiapan secara matang untuk kegiatan pengabdian tersebut
4. Tahap pelaksanaan, pada tahapan ini dilakukan kegiatan penyuluhan dengan cara diskusi langsung dan pemaparan materi.
5. Tahapan evaluasi, pada tahapan ini dilakukan monitoring secara berkala

mengenai kesulitan apa yang terjadi dilapangan dan pemantauan apakah kegiatan pengabdian tersebut memberikan dampak yang baik bagi pengelola UMKM.

Tahapan kegiatan digambarkan dalam bentuk diagram alur sebagai berikut:



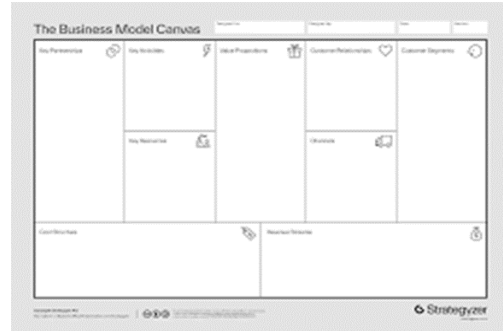
Gambar 2. Tahapan kegiatan pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian masyarakat yang mencakup pembuatan bisnis model canvas, digital marketing, dan aspek legalitas usaha dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemberdayaan masyarakat dan pengembangan UMKM. Berikut adalah gambaran tentang pengabdian masyarakat dengan pendekatan IPTEKS (Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Inovasi) dalam ketiga aspek tersebut:

1. Pembuatan Bisnis Model Canvas

Peserta diajak untuk memahami aspek-aspek kunci dalam bisnis model canvas termasuk segmen pasar, proporsi nilai, saluran distribusi, sumber pendapatan dan struktur biaya. Metode IPTEKS memungkinkan peserta menggunakan pendekatan analitis dalam kreatif dalam merancang model bisnis yang lebih kokoh dan berkelanjutan



Gambar 3. Bisnis Model Canvas

2. Digital Marketing

Mencakup pengetahuan tentang pemasaran melalui media sosial, optimasi mesin pencari (SEO), pembuatan konten digital yang menarik, analisis data, dan penggunaan alat-alat digital marketing. Dengan pendekatan IPTEKS peserta diajak untuk memahami prinsi-prinsip dadar teknologi digital dan menerapkannya secara praktis dalam mengembangkan strategi pemasaran yang tepat sasaran



Gambar 3. Google Ads

3. Aspek Legal Usaha

Peserta diberikan informasi tentang aspek lagalitas usaha seperti pendirian badan usaha, perlindungan merek dagang, hak cipta, perpajakan, perlindungan konsumen dan sertifikasi halal. Pendekatan IPTEKS memungkinkan pemberian informasi yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat serta memfasilitasi

penerapan konsep-konsep hukum dalam konteks praktis bisnis sehari-hari.



Gambar 4. Aplikasi SIHALAL

Dengan menggunakan pendekatan IPTEKS dalam pengabdian masyarakat ini, diharapkan masyarakat dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengembangkan bisnis mereka secara berkelanjutan, meningkatkan daya saing, dan mematuhi ketentuan hukum yang berlaku.



Gambar 4. Kegiatan PkM

Pelaksanaan kegiatan diawali dengan pemberian pre-test untuk peserta dan diakhiri dengan post-test. Hal ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana peningkatan pemahaman peserta terhadap materi yang disampaikan selama kegiatan pengabdian masyarakat khususnya pada aspek kompetensi, orientasi kewirausahaan dan strategi peningkatan daya saing. Berikut perbandingan hasil pre-test dan post-test yang telah dilakukan kepada 30 org peserta:

Tabel 2. Perbandingan Hasil Pre-test dan Post-Test

Indikator	Rata-rata skor (0-100)	
	Pre-Test	Post-test
Pemahaman elemen Business Model Canvas	45	78
Identifikasi segmen pasar dan value proposition	42	80
Konsep dan teknik digital marketing	38	82
Penggunaan media sosial dan marketplace	50	85
Pemahaman izin usaha dan legalitas produk	44	74
Kesadaran pentingnya perlindungan hukum usaha	47	76
Total rata-rata skor	44.3	79.2



Gambar 5. Kegiatan PkM

Berdasarkan perbandingan hasil pre-test dan post-test tersebut dapat dianalisis hasil kegiatan pengabdian sebagai berikut:

1. Materi Business Model Canvas (BMC):
 - 1) Pre-test menunjukkan masih rendahnya pemahaman tentang komponen BMC seperti value proposition dan customer segment.
 - 2) Setelah pelatihan, peserta mampu menyusun BMC sederhana untuk

usahnya masing-masing, menunjukkan peningkatan signifikan sebesar 33 poin.

2. Digital Marketing:

- 1) Peningkatan paling tinggi terjadi pada pemahaman dan praktik digital marketing, terutama penggunaan media sosial dan marketplace.
- 2) Dari skor pre-test ke post-test, terjadi kenaikan rata-rata 39 poin, menunjukkan peserta langsung mengaplikasikan teknik promosi daring.

3. Aspek Legal Usaha:

- 1) Banyak peserta yang belum memiliki izin usaha formal sebelum pelatihan.
- 2) Setelah diberikan materi, peserta menunjukkan peningkatan kesadaran terhadap pentingnya legalitas, serta mulai mengurus NIB dan sertifikasi produk halal/layak edar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan praktis pelaku UMKM di Desa Ancaran dalam tiga aspek penting kewirausahaan:

- Perencanaan bisnis melalui Business Model Canvas
- Strategi pemasaran berbasis Digital Marketing
- Pemahaman dan kepatuhan terhadap Aspek Legal Usaha

Peningkatan skor pre-test ke post-test membuktikan bahwa materi yang diberikan relevan, aplikatif, dan berdampak langsung pada kesiapan peserta dalam mengembangkan usahanya secara lebih kompetitif.

Selanjutnya penulis mengusulkan beberapa saran dan rekomendasi berdasarkan hasil kegiatan ini :

1. Diperlukan pendampingan berkelanjutan dalam penyusunan dan implementasi Business Model Canvas (BMC) agar pelaku UMKM dapat benar-benar menerapkannya dalam operasional usaha sehari-hari.
2. Pelatihan lanjutan dapat difokuskan pada evaluasi dan revisi BMC berdasarkan pengalaman nyata di lapangan.
3. Pelaku UMKM disarankan untuk terus mengembangkan keterampilan dalam memanfaatkan platform digital seperti Instagram, WhatsApp Business, dan marketplace (Shopee, Tokopedia, dll).
4. Perlu disediakan modul atau panduan praktis yang berisi strategi konten, penjadwalan posting, dan cara membaca insight digital marketing.
5. Pemerintah desa dan dinas terkait diharapkan dapat memfasilitasi proses legalisasi usaha (NIB, PIRT, sertifikasi halal, dsb.) dengan cara membuka layanan kolektif atau jemput bola.
6. Legalitas usaha akan memperkuat daya saing UMKM, khususnya dalam menghadapi persaingan pasar yang lebih luas.
7. Pembentukan forum atau komunitas UMKM lokal dapat mendorong kolaborasi, berbagi pengetahuan, dan saling mendukung dalam pemasaran dan pengembangan produk.
8. Komunitas ini juga dapat menjadi mitra strategis bagi perguruan tinggi dan instansi dalam program pemberdayaan selanjutnya.
9. Disarankan untuk melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala (misalnya per 3 bulan) guna mengetahui sejauh mana

materi yang diberikan telah diterapkan dan berdampak terhadap perkembangan usaha peserta.

10. Hasil evaluasi ini juga dapat menjadi dasar pengembangan program serupa di wilayah lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Harjadi, D., & Gunawan, W. H. (2022). Dampak Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Usaha Terhadap Daya Saing Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis (Studi Kasus Pelaku UMKM Pemerintah Kabupaten Kuningan). *Jurnal Manajemen Motivasi*, 18(1), 1. <https://doi.org/10.29406/jmm.v18i1.2551>
- Hartato, F., & Handoyo, S. E. (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Bisnis Kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(4), 980. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i4.13471>
- Lestari, I., Astuti, M., Ridwan, H., Ekonomi, F., Pembangunan, U., & Veteran, N. (2019). Terhadap Keunggulan Bersaing Umkm Kuliner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 111–118.
- Novitasari, D., & Widya, S. (2015). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Kompetensi Wirausaha Terhadap Daya Saing (Studi Empiris pada UMKM di DIY). *Jurnal Riset Manajemen*, 2(2), 165–178.
- Teti Sugiarti, N. A. (2018). *Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Daya Saing Pelaku Industri Jamu Madura (Studi Umkm Jamu Kabupaten Pamekasan Madura)*. 2(8), 978–979.
- Wondo, Seknun, L. P. A. M. T., Rahmawati, M., & Aryansyah, F. P. (2015). Kebijakan pengembangan daya saing global usaha kecil menengah (UKM) di Kota Pontianak menggunakan sme development index. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 47(1), 341–352.
- Zidni Syukron, M. (2016). Keunggulan Bersaing Umkm Jenang Di Kabupaten Kudus. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Diponegoro*, 1(12 Oktober 2016), 1–14.
- Zulkifli, Sugiarto, I., Napu, F., Rukmana, A. Y., & Hastuti, P. (2023). Kesuksesan Wirausaha di Era Digital dari Perspektif Orientasi Kewirausahaan (Study Literature). *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 1(02), 81–96. <https://doi.org/10.58812/sek.v1i02.87>