



PENGEMBANGANGAN WIRUSAHA KOMODITI KENTANG DI KECAMATAN DUO KOTO KABUPATEN PASAMAN

Sepris Yonaldi¹, Syahrial², Mega Putri Nolasary³, Fanny Wulanda⁴, Milda Ernita⁶,
^{1,2,3,4,5,6}Universitas Tamansiswa Padang
Jl. Tamansiswa No 9 Padang
e-mail: megaputrinolasari01@gmail.com

Abstrak/Abstract

Industri berbasis bahan baku komoditi kentang memiliki peran yang strategis dalam mewujudkan ketahanan ekonomi Kabupaten Pasaman, namun ada beberapa permasalahan, diantaranya masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia dalam pengelolaan usaha tani yang profesional, belum mampu membuat rancangan usaha (*business plan*) sesuai kebutuhan pasar. Adapun yang menjadi tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan pada mengenai pengelolaan usaha serta bagaimana menyusun rancangan usaha (*business Plan*) karena akan berpengaruh pada tindakan dan langkah yang akan diambil di masa mendatang dalam menumbuh kembangkan usaha di persaingan yang semakin kompetitif baik berskala, nasional maupun regional. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan sebanyak 3 sesi. dengan metode kunjungan lapangan, ceramah, diskusi, praktek dan persentasi. Kegiatan ini diikuti oleh 20 orang peserta. Luaran dari kegiatan ini adalah: a). peserta mengetahui dan memahami konsep dan teori kewirausahaan, b). peserta mengetahui dan memahami konsep rancangan usaha (*Business plan*).

Kata kunci: Komoditi Kentang, Kewirausahaan, Rancangan Usaha, Kabupaten Pasaman

1. PENDAHULUAN

Kentang (*Solanum tuberosum* L.) merupakan salah satu komoditas pangan yang memiliki nilai ekonomis tinggi dan potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagai salah satu sumber karbohidrat utama setelah beras dan jagung, kentang memainkan peran penting dalam diversifikasi pangan dan ketahanan pangan nasional. Di Indonesia, kentang tidak hanya diandalkan sebagai bahan pangan pokok, tetapi juga sebagai bahan baku industri pangan, seperti keripik, kentang beku, dan berbagai olahan lainnya.

Budidaya kentang memiliki beberapa keunggulan yang dapat mendukung peningkatan ekonomi masyarakat, antara lain:

1. Produktivitas Tinggi: Kentang dapat menghasilkan panen yang relative tinggi per satuan luas lahan, dibandingkan dengan tanaman pangan lainnya



2. Siklus Panen yang Pendek: Dengan siklus panen yang relatif singkat, yaitu sekitar 3-4 bulan, petani dapat memanfaatkan lahan secara lebih efektif dan mendapatkan pendapatan yang lebih cepat.
3. Adaptabilitas yang Luas: Kentang dapat tumbuh di berbagai kondisi agroklimat, termasuk di dataran tinggi yang banyak terdapat di Indonesia.

Secara ekonomi budidaya kentang dapat peningkatan pendapatan petani. Budidaya kentang dapat menjadi sumber pendapatan utama bagi petani, terutama di daerah-daerah penghasil kentang seperti Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Sumatera Utara. Harga jual kentang yang relatif stabil dan permintaan yang terus meningkat membuat budidaya ini menjadi usaha yang menjanjikan. Penyerapan tenaga kerja dalam budidaya kentang, mulai dari penanaman hingga pasca-panen, memerlukan tenaga kerja yang cukup banyak. Hal ini dapat membantu mengurangi angka pengangguran di pedesaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Pengembangan Industri Pengolahan, selain dijual dalam bentuk segar, kentang juga memiliki nilai tambah yang tinggi ketika diolah menjadi berbagai produk pangan. Ini membuka peluang bagi berkembangnya industri pengolahan kentang yang dapat menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan nilai ekonomi produk.

Pada saat ini berbagai upaya dilakukan oleh seluruh pihak terutama pemerintah daerah Kabupaten Pasaman untuk menjadikan komoditi kentang sebagai salah satu komoditi unggulan bagi masyarakat, namun hal tersebut masih belum maksimal dilaksanakan karena dipengaruhi oleh beberapa faktor. Untuk mendorong program pemerintah tersebut, maka para dosen Unitas Padang melaksanakan kegiatan pengabdian kepada petani dan penyuluh di kecamatan Duo Koto Kabupaten Pasaman dengan tema pelatihan wirausahaan baru pengembangan produk berbahan baku komoditi kentang di Kecamatan Duo Koto Kabupaten Pasaman, dalam rangka peningkatan kemampuan manajemen dan perluasan pasar didasarkan atas beberapa persoalan, diantaranya;

- a. Belum memahami bagaimana pengelolaan budidaya kentang yang baik.
- b. Masih terbatasnya kemampuan sumber daya manusia dalam pengelolaan usaha yang professional.
- c. Belum mampu membuat rancangan usaha (*business plan*) sesuai kebutuhan

2. METODE PENGABDIAN

Adapun metode yang akan dilaksanakan dalam kegiatan pengabdian ini sebagai berikut:

- a. Sesi pertama melakukan kunjungan ke kelompok tani dan area perkebunan kentang di Kecamatan Duo Koto
- b. Sesi kedua penyampaian materi tentang konsep dasar kewirausahaan
- c. Sesi ketiga penyampaian materi rancangan bisnis (Business Plan)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

- a. Kunjungan ke kelompok tani dan area perkebunan kentang di Kecamatan Duo Koto



Gambar 1. Foto Kunjungan ke areal pengembangan kebun kentang di Kecamatan Duo Koto

Kegiatan kunjungan lapangan ini dilaksanakan pada sesi pertama, yaitu pada jam 08.00 – 10.00 Wib pada tanggal 18 Mei 2024. Dimana kegiatan ini dihadiri oleh, Narasumber, Bappeda Pasaman, Penyuluh pertanian Kecamatan Duo Koto dan petani. Kegiatan kunjungan lapangan ke kebun kentang ini dilakukan dalam rangka untuk memberikan pemahaman kepada peserta, bagaimana memanfaatkan lahan pertanian dengan sebaiknya, sehingga hasil panen lebih maksimal. Pada kegiatan kunjungan lapangan ini juga dilaksanakan diskusi kelompok terkait, kelayakan lahan, sistem budi daya serta bagaimana meningkatkan pemanfaatan lahan dengan menggunakan teknologi pertanian kekinian.

b. **Penyampaian Materi (penyuluhan)**

Penyampaian Materi dilaksanakan pada sesi 2 dan sesi tiga, yaitu materi terkait: konsep dasar kewirausahaan dan rancangan bisnis (*Business Plan*).





Materi Konsep Kewirausahaan

Konsep kewirausahaan pertama kali dikemukakan oleh Richard Cantillon, salah seorang ekonom Perancis pada tahun 1755 abad ke-18. Menurutnya kewirausahaan (*entrepreneure*) adalah “*Agent who buys means of production at certain price in order to combine them*”. Kemudian dipoluerkan oleh ekonom JB. Say (1803) untuk menggambarkan para pengusaha yang mampu mengelola sumber-sumber daya yang dipunyai secara ekonomis (efektif dan efisien) dari produktifitas yang rendah ke yang lebih tinggi. (D. Made Dharmawati, 2016)

Setidaknya terdapat 6 hakikat penting kewirausahaan, diantaranya :

1. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diwujudkan dalam perilaku yang dijadikan dasar sumber daya, tenaga penggerak, tujuan, siasat, kiat, proses, dan hasil bisnis²
2. Kewirausahaan adalah suatu kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (*ability to craete the new and different*)³
3. Kewirausahaan adalah suatu proses penerapan kretifitas dan kreasi dalam memecahkan persoalan dan menemukan peluang untuk memperbaiki kehidupan⁴
4. Kewirausahaan adalah suatu nilai yang diperlukan untuk memulai suatu usaha (*start-up phase*) dan perkembangan usaha (*venture growth*)⁵
5. Kewirausahaa adalah suatu proses dalam mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*) dan sesuatu yang berbeda (*inovative*) yang bermanfaat memberi nilai lebih.
6. Kewirausahaan adalah usaha menciptakan nilai tambah dengan jalan mengkombinasikan sumber- sumber melalui cara-cara baru dan berbeda untuk memenangkan persaingan. Nilai tambah tersebut dapat diciptakan dengan cara mengembangkan teknologi baru, menemukan pengetahuan baru, menemukan cara baru untuk menghasilkan barang dan jasa yang baru dan lebih efisien, memperbaiki produk dan jasa yang sudah ada dan menemukan cara baru untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Daya saing (*competitive advantage*) merupakan suatu proses yang dinamis (*a dynamic process*) bukan merupakan suatu yang diproduksi. Sikap kreatif dan inovatif pada dasarnya dimiliki oleh setiap orang, namun tidak semua orang mampu mengembangkannya. Untuk bisa mengembangkan sikap kreatif dan inovatif diperlukan suatu kesungguhan dan ketekunan. Namun kesungguhan dan ketekunan saja tidaklah cukup, diperlukan juga tips, trik dan tutorial bagaimana mengembangkan sikap kreatif dan inovatif dari orang-orang yang memang ahli di bidang pengembangan diri. (Winslay,



G. D, 1998)

Kreatifitas

Supriadi, Dedi. (2010). membedakan pengertian kreatifitas ke dalam beberapa dimensi, yaitu dimensi *person*, proses, produk dan *press*.⁸Definisi pada *person* menyatakan, *creativity refers to the abilities that are, charactersitic of creative people*. Definisi yang menekankan pada proses menyatakan, *creativity is a process that manifests itself infufluence, inflexibility as well in orginality of thinking*. Definisi yang menekankan pada produk menyatakan, *the ability to bring something new into existence*. (Baron, 1976). *Cretivity can be regarded as the quality of products or responses judged to be cretive by appropriate observers* (Amabile, 1983).

Pada intinya ada persamaan antara definisi-definisi tersebut, yaitu kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru. Baik berupa gagasan maupun karya nyata, yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.⁹

Harcourt Brace Jovanovich berpendapat bahwa kretivitas dimulai dengan *interst: there has to be something inherently compelling about the problem. This is followed by the stage of preparation, when the ensuing intellectual journey is palnned, much as one would pack supplies for foyage. Incubation then follow as an intuitive, “back burner”, nonintentional style of working on the problem illumination- the intuitive “ah-ah” experience -follows.*

Tabel 1. *The Process Aproach to Creativity*

<i>Creativity Stage</i>	<i>Activity</i>	<i>Psychologycal Style</i>
<i>Interest</i>	<i>Environment scanning</i>	<i>Intuition/ emotion</i>
<i>Preparation</i>	<i>Preparing the expedition</i>	<i>Details/ planning</i>
<i>Incubation</i>	<i>“Mulling thing over”</i>	<i>Intuition</i>
<i>Illumination</i>	<i>The “eureka” experience</i>	<i>Intuition</i>
<i>Verification</i>	<i>Market research</i>	<i>Details/ planning</i>
<i>Exploitation</i>	<i>Captain if industry</i>	<i>Details/ planning</i>

Sumber: Graham Wallas, 1926

3.1.2 Inovasi

Wirausahawan sukses saat ini dituntut untuk selalu melakukan inovasi di berbagai lini untuk mewujudkan tujuan usaha mereka. Tanpa adanya inovasi-inovasi yang sesuai dengan selera konsumen atau permintaan pasar, maka sebaik apa pun produk yang



diciptakan maka tidak akan bernilai di mata konsumen. Inovasi adalah salah satu kunci untuk meraih kesuksesan, maka semua pelaku usaha atau *entrepreneur* mau tidak mau harus selalu melakukan inovasi-inovasi sesuai keinginan pasar.

Inovasi adalah proses menemukan atau mengimplementasikan sesuatu yang baru ke dalam situasi yang baru. Konsep kebaruan ini berbeda bagi kebanyakan orang karena sifatnya relatif (apa yang dianggap baru oleh seseorang atau pada suatu konteks dapat menjadi sesuatu yang merupakan lama bagi orang lain dalam konteks lain). Untuk menghasilkan perilaku inovatif seseorang harus melihat inovasi secara mendasar sebagai proses yang dapat dikelola (Aidir, 2006).

Jamil mengungkapkan Setidaknya ada 3 hal yang perlu dilakukan agar aura inovasi terasa di perusahaan. **Pertama, tumbuhkan 5 keahlian dasar inovasi** yaitu *associating, observing, experimenting, questioning dan networking*. Setiap orang dibiasakan untuk *associating* (menghubungkan satu ide dengan ide lain untuk menghasilkan ide baru yang hebat).

Selain itu, kebiasaan mengamati dan melakukan ujicoba harus diberi ruang yang luas. Kebiasaan bertanya menjadi hal yang biasa, tanpa dilabeli “kepo,” cerewet dan label negatif lainnya. Dorong semua karyawan untuk memiliki jaringan yang luas dan aktif di berbagai komunitas agar ide-ide yang berbeda, unik dan baru terbiasa ada di dalam pikiran semua orang.

Salah satu tantangan mengerikan yang dihadapi oleh perusahaan saat ini. Mereka harus menciptakan kembali model bisnis mereka daripada membuat produk atau jasa yang baru. Karena perubahan semakin dekat dan pasti akan terjadi. Menurut Daryanto dan Cahyono, Aris Dwi. (2013) Beberapa pilihan untuk menjadi seorang wirausahawan, diantaranya :

1. Merintis usaha baru dengan menggunakan pendekatan *inside-out* atau *idea generation*.
2. Membeli perusahaan yang sudah ada. Namun memiliki kekurangan, seperti pengaruh lingkungan eksternal yang menyangkut banyaknya pesaing dan ukuran peluang pasar, serta masalah-masalah yang ada dalam perusahaan, termasuk *image* dan reputasi perusahaan.
3. *Franchising*, merupakan suatu sistem pemasaran yang berkisar pada perjanjian sah antara *franchisee* yang diberi hak istimewa untuk menjalankan bisnis sebagai pemilik pribadi, tapi dengan syarat perusahaan dijalankan menurut metode dan terminologi yang dispesifikasikan oleh pihak *franchisor*.
4. Bisnis keluarga. Bisnis keluarga mempunyai karakteristik dengan kepemilikannya atau keterlibatan lainnya dari dua orang atau lebih anggota keluarga yang sama



dalam kehidupan dan fungsi bisnisnya. Sebuah perusahaan disebut juga sebagai bisnis keluarga, apabila perusahaan tersebut dialihkan dari satu generasi ke generasi berikutnya.

3.1.3 Materi Rancangan Bisnis

Kajian dalam penyusunan studi kelayakan usaha memerlukan proses ataupun tahapan yang konstruktif, sehingga luaran dari kajian tersebut bisa dipertanggung jawabkan sesuai kaidah ilmiah ataupun akademik. Secara umum Berikut beberapa proses yang dilakukan dalam penyusunan studi kelayakan usaha.

Jumingan. (2011) menjelaskan Tahapan- tahapan studi kelayakan bisnis adalah:

- Menemukan Ide/Gagasan Usaha

Pada tahap ini menemukan ide/gagasan usaha yang layak diwujudkan biasanya timbul melalui serangkaian kegiatan berikut:

- a. Melalui Bacaan Bacaan yang berkaitan langsung dengan bidang usaha yang diminati. Dengan cara ini diketahui sudah seberapa jauh perkembangan bidang

usaha tersebut saat ini, apa saja yang sudah dilakukan, teknologi yang sudah digunakan sampai saat ini apakah ada catatan data statistik yang menggambarkan realisasi dari kegiatan yang telah dilakukan pelaku bidang bisnis ini. Setelah itu akan muncul pertanyaan untuk melihat apakah masih ada peluang, jika ada kira-kira bagaimana caranya untuk merealisasikan peluang tersebut. Jika ide/gagasan itu sudah terbentuk biasanya akan terus-menerus mendorong pelaku untuk menggali sebanyak mungkin informasi yang berhubungan dengan ide/gagasan.

- b. Melalui Survei Pelaku sengaja merancang suatu survei secara umum dalam salah satu bidang usaha. Fokus kegiatan mungkin belum tergambar secara nyata, tetapi pelaku berkeyakinan bahwa hasil temuannya merupakan suatu produk/jasa yang memang belum pernah ada sebelumnya dan temuannya merupakan suatu hasil temuan secara tidak langsung atau kebetulan, dan ternyata banyak hasil temuan dari teknologi yang ada sekarang adalah hasil dari ide/gagasan yang muncul melalui survei.
- c. Melalui Pengalaman Kerja Ide/gagasan muncul setelah pelaku mengalami sendiri kegiatan apa saja yang harus dilakukan jika suatu usaha akan menghasilkan produk atau jasa. Dalam konteks ini pelaku terbiasa dengan kegiatan kerja secara menyeluruh sehingga sekecil apapun pekerjaan yang berhubungan dengan proses penciptaan produk dan jasa sudah dikuasai dengan baik. Istilah populer proses transfer teknologi kepada pelaku sudah berjalan dengan sempurna sehingga dapat menganalisis apakah masih ada peluang dan apakah mudah dan mungkin baginya untuk memulai usaha sendiri seperti yang sedang dilakukan sekarang.



- Mempertimbangkan Alternatif Usaha
Ide/gagasan yang telah ditemukan dan menurut pertimbangan layak untuk diwujudkan. Studi ke mungkinan pemilihan bentuk usaha yang tepat untuk ide/gagasan tersebut. Pilihan itu antara lain usaha menghasilkan barang (usaha industri), usaha peningkatan dari usaha yang memang sudah ada sebelumnya atau usaha perdagangan. Pertimbangannya haruslah dilakukan secara objektif setelah pengumpulan data. Artinya, keputusan yang akan dibuat memang sudah diperhitungkan dengan dukungan data yang cukup dan benar. Cara membandingkan dari masing-masing alternatif ditinjau dari segi modal, tenaga kerja, pengalaman, kemudahan, teknologi, bahan baku, kemungkinan produk/jasa, dan teknik pembuatan produk/jasa, mudah untuk dipasarkan, dan tidak bertentangan dengan peraturan dan kebijakan pemerintah.
- Tahap Analisis Data
Pelaku pada tahap ini melakukan analisis dari keputusan yang dibuat pada tahap kedua secara lebih detail dan cermat. Secara berurutan analisisnya meliputi hal-hal berikut:
 - a. Analisis pasar dalam usaha menentukan besarnya penerimaan dan biayanya yang dibutuhkan untuk memasarkan produk atau jasa yang sudah direncanakan sebelumnya.
 - b. Analisis teknis dan manajemen ditunjukkan untuk menentukan mesin dan peralatan, bahan baku, SDM, prosedur produksi, dan sebagainya yang semua harus lengkap kedalam kebutuhan dan yang diperlukan untuk dapat memproduksi barang dan jasa sesuai rencana.
 - c. Analisis lingkungan tujuan yang ingin dicapai dari analisis ini adalah untuk memastikan dampak yang terjadi jika produksi atau usaha jasa yang sudah direncanakan itu terlaksana baik mengenai dampak positif maupun negatif terhadap lingkungan usaha yang direncanakan. Jika dampak itu sudah jelas maka analisisnya harus memperhitungkan apakah ada tambahan penerimaan atau sebaliknya jurus tambahan biaya yang diperlukan untuk menaggulangi kemungkinan adanya polusi atau limbah dari usaha yang sudah direncanakan.
 - d. Analisis Finansial merupakan analisis terakhir yang dilakukan dan sekaligus sebagai fokus dari seluruh kegiatan mulai dari tahap 1 sampai dengan tahap 3. Oleh karena itu, jika data atau informasi yang diberikan sebagai hasil analisis pada tahap ini kurang dapat dipercaya atau kurang lengkap maka hasil yang akan dicapai pada tahap ini juga akan menjadi tidak optimal. Dengan kata lain, baik buruknya hasil analisis finansial sangat tergantung tahap-tahap sebelumnya.

4. SIMPULAN

Kewirausahaan adalah suatu proses kreativitas dan inovasi yang mempunyai resiko tinggi untuk



menghasilkan nilai tambah bagi produk yang bermanfaat bagi masyarakat dan mendatangkan kemakmuran bagi wirausahawan. Kewirausahaan itu dapat dipelajari walaupun ada juga orang-orang tertentu yang mempunyai bakat dalam hal kewirausahaan. Dengan menumbuhkan semangat wirausaha, maka dapat meningkatkan sumberdaya ekonomi.

Untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman petani, penyuluh dalam rangka peningkatan kemampuan manajemen dan perluasan pasar, maka dilaksanakan pelatihan terkait konsep kewirausahaan dan penyusunan rancangan bisnis. Kegiatan pelatihan yang diikuti oleh 20 orang peserta. Kegiatan pengabdian ini berjalan dengan baik dengan indikator, bahwa seluruh peserta mengikuti acara dengan antusias dari sesi pertama, Ketika kunjungan lapangan dan sesi kedua dan tiga penyampaian materi. peserta memahami konsep dan kewirausahaan dengan baik baik, dan peserta mampu menyusun rancangan usaha (*business plan*) sederhana dengan baik secara berkelompok.

DAFTAR PUSTAKA

Aidir, J. (2006). *Kepemimpinan Yang Memotivas*. Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama. Daryanto dan Cahyono, Aris Dwi. 2013. *Kewirausahaan (Penanaman Jiwa Kewirausahaan)*. Yogyakarta: Gava Media

D. Made Dharmawati. 2016. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. Drucker, Peter. 1959. *Landmarks of Tomorrow*. New York: Harper & Brothers.

Jumingan. (2011). *Studi Kelayakan Bisnis Teori dan Pembuatan Proposal Kelayakan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Sanusi, Achmad. 1994. *Strategi Operasional Peningkatan Mutu Wajar 9 Tahun dan Pendidikan Luar Sekolah di Desa Tertinggal*. Bandung: IKIP Bandung.

Soeharto Prawirakusumo, "Peranan Perguruan Tinggi dalam Menciptakan wirausaha-wirausaha Tangguh", makalah dalam seminar, Jatinangor: PIBI-IKOPIN dan FNSt. 199.7 Supriadi,

Dedi. (2010). *Kreativitas, Kebudayaan, dan Perkembangan Iptek*. Bandung: Alfabeta.

Winslay, G. D. (April 1998). *Assessing advantage A framework for diagnosing competitive superiority*. *Journal of Marketing* , 30

Zimmerer, W.T. (1996). *Entrepreneurship and The New Venture Formation*. New Jersey : Prentice Hall International.