

Karakteristik Kewirausahaan dan Faktor Pendukung Pengembangan UMKM Rendang di Kota Payakumbuh

Entrepreneurial Characteristics and Supporting Factors for the Development of Rendang MSMEs in Payakumbuh City

Yelfiarita¹, Reza Mardhiyah Amir²

^{1,2}Program Studi Pengelolaan Agribisnis Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh

e-mail: yelfiarita@gmail.com, rezamardhiyaah@gmail.com

Abstrak

Pengembangan UMKM rendang memerlukan karakteristik kewirausahaan pemilik atau pengelola serta faktor pendukung yang memadai untuk merespons perubahan pasar, teknologi, dan kebutuhan konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis karakteristik kewirausahaan serta faktor pendukung pengembangan UMKM rendang di Kota Payakumbuh. Penelitian menggunakan desain survei deskriptif kuantitatif yang dilaksanakan pada Januari 2025–Juni 2025. Sebanyak 50 pemilik atau pengelola usaha dipilih secara purposif berdasarkan kriteria usaha telah beroperasi minimal satu tahun, memiliki Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT), dan memproduksi rendang secara rutin. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan frekuensi, persentase, dan nilai indeks. Karakteristik kewirausahaan berada pada kategori tinggi dengan indeks 80,55%. Percaya diri menjadi indikator tertinggi sebesar 94,4%, sedangkan inovatif dan proaktif serta orientasi kosmopolitan berada pada kategori sedang. Faktor pendukung pengembangan UMKM berada pada kategori sedang dengan indeks 68,2%. Temuan menunjukkan bahwa kapasitas internal pelaku relatif kuat, tetapi belum sepenuhnya didukung oleh pelatihan, organisasi usaha, dan bantuan pemerintah yang memadai.

Kata kunci: karakteristik kewirausahaan; faktor pendukung; rendang; UMKM; Payakumbuh

Abstract

The development of rendang MSMEs requires entrepreneurial characteristics among owners or managers and adequate supporting factors to respond to changes in markets, technology, and consumer needs. This study aimed to analyze entrepreneurial characteristics and supporting factors for the development of rendang MSMEs in Payakumbuh City. A quantitative descriptive survey was conducted from January 2025 to June 2025. Fifty business owners or managers were purposively selected based on three criteria: the business had operated for at least one year, held an Indonesian Home Industry Food Production Certificate (SPP-IRT), and produced rendang regularly. Data were collected through questionnaires and analyzed using frequencies, percentages, and index values. Entrepreneurial characteristics were categorized as high, with an index of 80.55%. Self-confidence was the highest indicator at 94.4%, whereas innovative and proactive behavior and cosmopolitan orientation were categorized as moderate. Supporting factors for MSME development were categorized as moderate, with an index of 68.2%. The findings indicate that the internal capacity of business owners or managers was relatively strong but was not yet fully supported by adequate training, business organizations, and government assistance.

Keywords: *entrepreneurial characteristics; supporting factors; MSMEs; Payakumbuh; rendang*

1. Pendahuluan

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berperan dalam penciptaan kesempatan kerja, pengembangan ekonomi lokal, dan pemanfaatan sumber daya daerah. Kemampuan UMKM untuk bertahan tidak hanya ditentukan oleh modal dan skala produksi, tetapi juga oleh karakteristik internal pemilik atau pengelolanya. Dalam literatur kewirausahaan, inovasi, sikap proaktif, dan keberanian mengambil risiko merupakan dimensi penting, tetapi kapasitas pelaku juga mencakup kepercayaan diri, motivasi, kepemimpinan, pengetahuan, dan kemampuan manajemen [1], [2].

Rendang merupakan produk pangan khas Minangkabau yang menghubungkan kegiatan pengolahan pangan dengan peternakan, pertanian rempah, perdagangan, dan pariwisata. Di Kota Payakumbuh, berkembangnya UMKM rendang membuka peluang peningkatan nilai tambah bahan baku lokal dan pendapatan masyarakat. Namun, karakter usaha berskala mikro dan kecil menyebabkan pelaku menghadapi keterbatasan dalam pengelolaan, inovasi, akses pasar, teknologi, dan hubungan kelembagaan.

Penelitian terhadap UMKM pangan di Indonesia menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar berkaitan dengan inovasi produk serta keunggulan bersaing [3]. Manfaat orientasi kewirausahaan juga dipengaruhi oleh kompetensi pengusaha dan dinamika lingkungan usaha [4]. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keberanian mengambil risiko perlu disertai pengetahuan, kemampuan manajemen, kepemimpinan, dan keterbukaan terhadap informasi. Dalam penelitian ini, berbagai unsur tersebut diposisikan sebagai komponen karakteristik kewirausahaan, bukan sebagai satu konstruk orientasi kewirausahaan yang tunggal.

Perubahan teknologi menambah tuntutan terhadap kemampuan pelaku UMKM. Survei pada 2.222 usaha mikro dan kecil di Indonesia menunjukkan bahwa karakteristik pemilik dan perusahaan memengaruhi adopsi teknologi digital, termasuk penggunaan layanan keuangan digital dan penjualan daring [5]. Kesiapan transformasi digital UMKM Indonesia juga masih dipengaruhi oleh keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, operasi, administrasi, dan manajemen organisasi [6].

Pada sektor pangan, pemanfaatan internet dan pemasaran kewirausahaan dapat memperluas jangkauan pasar serta memperkuat daya saing UMKM [7]. Strategi pemasaran daring pada UMKM makanan dan minuman juga perlu memperhatikan kualitas produk, promosi, harga, dan keamanan pembayaran [8]. Dengan demikian, ketersediaan informasi belum cukup apabila tidak disertai kemampuan pelaku untuk memilih dan menggunakannya dalam kegiatan usaha.

Perusahaan pangan kecil umumnya memiliki keterbatasan sumber daya internal sehingga kolaborasi dan pengetahuan eksternal menjadi penting. Interaksi dengan perusahaan lain, pembeli, pemerintah, dan sumber pengetahuan dari luar wilayah dapat mendukung inovasi produk, pasar, organisasi, dan distribusi [9]. Jaringan kewirausahaan juga membantu UMKM memperoleh informasi dan sumber daya yang tidak tersedia di dalam perusahaan [10].

Dalam penelitian ini, karakteristik kewirausahaan dipahami sebagai profil multidimensi yang menggambarkan karakteristik internal pelaku usaha. Karakteristik tersebut mencakup percaya diri, inovatif dan proaktif, motivasi berprestasi, orientasi risiko, kepemimpinan, pengetahuan usaha, kemampuan manajemen, dan orientasi kosmopolitan. Indikator-indikator tersebut tidak diposisikan sebagai satu konstruk laten tunggal, melainkan sebagai sekumpulan karakteristik yang dipetakan secara deskriptif. Faktor pendukung pengembangan UMKM dibatasi pada sistem informasi, pelatihan, keikutsertaan dalam organisasi, modal sosial, dan bantuan pemerintah agar tidak ditafsirkan sebagai keseluruhan ekosistem bisnis yang cakupannya lebih luas.

Kondisi eksternal dapat memperkuat kemampuan adaptasi UMKM. Dukungan ekosistem dan penggunaan teknologi dapat membantu perusahaan kecil membangun resiliensi [11]. Kemitraan juga dapat memberikan akses terhadap pasar, pelatihan, dan sumber daya, meskipun keputusan bermitra dipengaruhi oleh karakteristik pelaku dan usaha [12]. Modal sosial menjadi bagian penting karena kepercayaan, norma, dan jaringan dapat memperkuat hubungan kelompok dengan sesama anggota dan pemerintah [13].

Penelitian terdahulu umumnya menguji hubungan orientasi kewirausahaan, digitalisasi, jaringan usaha, dan kinerja UMKM melalui pendekatan eksplanatori. Aspek internal pelaku dan faktor pendukung eksternal juga lebih sering dianalisis secara terpisah. Pada sektor rendang, adopsi pemasaran digital dipengaruhi oleh karakteristik pelaku, persepsi manfaat, kemampuan, serta dukungan lingkungan usaha [14]. Pengembangan UMKM melalui ekosistem digital juga membuka peluang perluasan pasar, tetapi memerlukan kesiapan sumber daya dan kolaborasi antarpemangku kepentingan [7]. Kajian yang secara simultan memetakan karakteristik kewirausahaan pelaku dan faktor pendukung pengembangan UMKM rendang sebagai industri pangan khas daerah masih terbatas. Penelitian ini tidak menguji hubungan sebab-akibat, tetapi memberikan kontribusi berupa pemetaan kekuatan dan kelemahan indikator kewirausahaan serta faktor pendukung sebagai dasar penentuan prioritas pengembangan UMKM rendang di Kota Payakumbuh.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis karakteristik kewirausahaan pelaku, menilai faktor pendukung pengembangan, mengidentifikasi indikator yang masih memerlukan penguatan, dan merumuskan arah pengembangan UMKM rendang di Kota Payakumbuh.

2. Metode Penelitian

2.1 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan selama enam bulan, mulai Januari 2025 sampai Juni 2025, di Kota Payakumbuh, Provinsi Sumatera Barat. Lokasi dipilih secara purposif karena terdapat konsentrasi UMKM rendang serta dukungan kelembagaan yang secara khusus berkaitan dengan pengembangan produk rendang. Kegiatan penelitian mencakup persiapan instrumen, identifikasi calon responden, survei lapangan, observasi, pengolahan data, dan penyusunan hasil.

2.2 Desain Penelitian

Penelitian menggunakan desain survei deskriptif kuantitatif untuk menggambarkan karakteristik kewirausahaan pelaku dan faktor pendukung pengembangan UMKM rendang. Pengukuran dilakukan melalui skor dan nilai indeks. Pertanyaan terbuka dan observasi digunakan sebagai informasi kontekstual untuk membantu interpretasi hasil survei, tetapi tidak dianalisis sebagai data kualitatif yang berdiri sendiri dan tidak digunakan untuk menguji hubungan sebab-akibat.

2.3 Penentuan Responden

Populasi target penelitian adalah UMKM rendang yang masih aktif berproduksi di Kota Payakumbuh. Jumlah populasi tidak dapat ditetapkan secara pasti karena terdapat perbedaan jumlah dan status usaha pada data beberapa instansi serta perubahan kondisi usaha di lapangan. Oleh karena itu, data instansi digunakan sebagai informasi awal untuk mengidentifikasi calon responden, bukan sebagai kerangka populasi final.

Responden ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria inklusi meliputi: (1) usaha telah beroperasi sekurang-kurangnya satu tahun pada saat survei; (2) memiliki legalitas pangan sekurang-kurangnya Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT); dan (3) memproduksi rendang secara rutin dan berkala. Berdasarkan identifikasi dan verifikasi lapangan, diperoleh 50 pemilik atau pengelola utama UMKM rendang yang memenuhi kriteria dan bersedia memberikan informasi.

Unit analisis adalah unit usaha UMKM rendang. Satu pemilik atau pengelola utama dari setiap usaha ditetapkan sebagai responden karena memahami kegiatan produksi, pemasaran, pengelolaan tenaga kerja, dan pengambilan keputusan usaha. Dengan teknik nonprobabilitas tersebut, hasil penelitian menggambarkan kondisi 50 UMKM yang memenuhi kriteria dan tidak dimaksudkan untuk mengestimasi secara statistik seluruh UMKM rendang di Kota Payakumbuh.

2.4 Jenis dan Sumber Data

Data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari pemilik atau pengelola usaha melalui wawancara menggunakan kuesioner. Pertanyaan terbuka dan observasi digunakan untuk memperoleh informasi kontekstual mengenai kegiatan produksi dan pemasaran. Data sekunder diperoleh dari instansi pemerintah, dokumen pengembangan UMKM, laporan kelembagaan, dan literatur ilmiah yang relevan.

2.5 Metode Pengumpulan Data

Wawancara dilakukan secara tatap muka menggunakan kuesioner terstruktur. Pertanyaan mencakup karakteristik kewirausahaan, pengelolaan usaha, penggunaan informasi, pelatihan, organisasi, modal sosial, dan bantuan pemerintah. Pertanyaan terbuka dan observasi terhadap kegiatan produksi serta pemasaran digunakan untuk membantu memahami konteks jawaban responden. Dokumentasi melengkapi data berupa profil usaha, legalitas, dan catatan kelembagaan yang relevan.

2.6 Variabel dan Instrumen Penelitian

Karakteristik kewirausahaan diukur melalui delapan indikator, yaitu percaya diri, inovatif dan proaktif, motivasi berprestasi, orientasi risiko, kepemimpinan, pengetahuan usaha, kemampuan manajemen, dan orientasi kosmopolitan. Faktor pendukung pengembangan UMKM diukur melalui lima indikator, yaitu sistem informasi, pelatihan, keikutsertaan dalam organisasi, modal sosial, dan bantuan pemerintah. Indikator dan butir pernyataan disusun dengan mengadaptasi konsep-konsep yang relevan dalam literatur tentang orientasi kewirausahaan, kompetensi pelaku usaha, jaringan, dukungan ekosistem, dan modal sosial [1], [2], [4], [9]–[13].

Setiap indikator direpresentasikan oleh beberapa butir pernyataan dan dinilai menggunakan skala Likert lima tingkat. Skor 1 menunjukkan jawaban sangat tidak setuju dan skor 5 menunjukkan sangat setuju. Skor yang semakin tinggi menunjukkan karakteristik kewirausahaan atau faktor pendukung pengembangan yang semakin baik. Penelitian ini merupakan pemetaan deskriptif awal; oleh karena itu, instrumen digunakan untuk merangkum respons pada setiap indikator dan tidak diposisikan sebagai skala psikometrik baku.

2.7 Analisis Data

Data dianalisis secara deskriptif menggunakan frekuensi, persentase, dan nilai indeks. Persentase respons pada tingkat indikator merupakan agregasi jawaban dari seluruh butir penyusun indikator. Karena itu, persentase pada tabel dapat berbentuk pecahan meskipun jumlah responden sebanyak 50 orang. Nilai indeks dihitung menggunakan persamaan berikut:

$$\text{Nilai Indeks} = \frac{[(\%F_1 \times 1) + (\%F_2 \times 2) + (\%F_3 \times 3) + (\%F_4 \times 4) + (\%F_5 \times 5)]}{5}$$

F₁ sampai F₅ menunjukkan persentase respons pada skor 1 sampai 5. Berdasarkan skala 1–5, nilai indeks memiliki rentang teoritis 20–100%. Rentang tersebut dibagi menjadi tiga kelas dengan interval 26,67%, sehingga kategori rendah berada pada 20,00–46,67%, sedang pada >46,67–73,33%, dan tinggi pada >73,33–100%. Nilai rata-rata karakteristik kewirausahaan dan faktor pendukung pengembangan dihitung dari rata-rata indeks seluruh indikator. Setiap indikator diberi bobot yang sama karena penelitian tidak menetapkan prioritas atau bobot khusus antarindikator.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Karakteristik Kewirausahaan Pelaku UMKM Rendang

Hasil pengukuran menunjukkan bahwa karakteristik kewirausahaan pelaku UMKM rendang berada pada kategori tinggi dengan indeks rata-rata 80,55%. Enam indikator berada pada kategori

tinggi, sedangkan inovatif dan proaktif serta orientasi kosmopolitan berada pada kategori sedang. Distribusi respons dan nilai indeks setiap indikator disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Nilai indeks karakteristik kewirausahaan pelaku UMKM rendah

Indikator	Skor 1 (%)	Skor 2 (%)	Skor 3 (%)	Skor 4 (%)	Skor 5 (%)	Indeks (%)	Kategori
Percaya diri	0	0	0	28	72	94,4	Tinggi
Inovatif dan proaktif	0,5	12,5	33,5	37	16,5	71,3	Sedang
Motivasi berprestasi	1	7	15	35	42	82,0	Tinggi
Orientasi risiko	0	1,5	7,5	53	38	85,5	Tinggi
Kepemimpinan	0,3	0,3	18	53	28,3	81,7	Tinggi
Pengetahuan usaha	0	4,5	12	44,5	39	83,6	Tinggi
Kemampuan manajemen	0	1,5	22,5	58	18	78,5	Tinggi
Orientasi kosmopolitan	10,7	12,3	24,3	34,7	18	67,4	Sedang
Rata-rata						80,55	Tinggi

Sumber: Data primer, 2025 (diolah).

Percaya diri menjadi indikator tertinggi dengan indeks 94,4%. Seluruh respons berada pada skor 4 dan 5, masing-masing sebesar 28% dan 72%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pelaku memiliki keyakinan kuat terhadap kemampuan menjalankan usaha dan mempertahankan rendah sebagai sumber penghasilan. Berdasarkan pengamatan lapangan, sebagian pemilik atau pengelola terlibat langsung dalam pengambilan keputusan sekaligus kegiatan produksi dan pemasaran, sehingga pengalaman mengelola usaha sehari-hari turut membentuk kepercayaan diri mereka. Faktor internal seperti efikasi diri, motivasi, dan kepemimpinan juga ditemukan berkaitan dengan perilaku kewirausahaan UMKM di Indonesia [15].

Orientasi risiko mencapai indeks 85,5%, sedangkan motivasi berprestasi mencapai 82,0%. Nilai tersebut menunjukkan keberanian mengambil peluang dan dorongan untuk mencapai hasil usaha yang lebih baik. Pada kondisi lapangan, pelaku harus menyesuaikan volume produksi, pembelian bahan baku, dan pemasaran dengan perubahan permintaan, sehingga keputusan usaha tetap memerlukan keberanian menghadapi ketidakpastian. Studi pada UKM Jawa Tengah menunjukkan bahwa sikap proaktif, keberanian mengambil risiko, dan orientasi pembelajaran memiliki peran dalam pengembangan kinerja usaha [16]. Namun, hasil penelitian ini hanya menggambarkan posisi indikator dan tidak membuktikan pengaruhnya terhadap kinerja.

Pengetahuan usaha memperoleh indeks 83,6%, kepemimpinan 81,7%, dan kemampuan manajemen 78,5%. Ketiga indikator menunjukkan bahwa responden memahami kegiatan usaha, mampu mengarahkan pekerja, dan melaksanakan fungsi pengelolaan. Kompetensi tersebut menjadi dasar untuk menerjemahkan peluang menjadi tindakan usaha, terutama ketika lingkungan bisnis berubah [4].

Indikator inovatif dan proaktif mencapai indeks 71,3% dan berada pada kategori sedang. Nilai ini lebih rendah daripada percaya diri, orientasi risiko, dan pengetahuan usaha. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa keyakinan dan keberanian pelaku belum selalu diterjemahkan menjadi pembaruan produk, proses, atau pemasaran dengan intensitas yang sama. Pengamatan lapangan memperlihatkan bahwa kegiatan usaha masih banyak berpusat pada keberlanjutan produksi rutin, sedangkan pembaruan kemasan, promosi, dan pemanfaatan kanal pemasaran baru belum dilakukan secara merata. Pada UMKM pangan, orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar berkaitan dengan inovasi produk [3], sedangkan partisipasi pelanggan dapat membantu UMKM mengarahkan pengembangan produk pada kebutuhan pasar [14].

Orientasi kosmopolitan memperoleh indeks 67,4% dan berada pada kategori sedang. Sebanyak 10,7% respons berada pada skor 1, 12,3% pada skor 2, dan 24,3% pada skor 3. Temuan

ini menunjukkan bahwa keterbukaan terhadap informasi eksternal, jaringan, dan perubahan di luar lingkungan lokal masih perlu diperkuat. Perusahaan pangan kecil yang aktif berinteraksi dengan pihak eksternal cenderung memiliki peluang inovasi yang lebih luas [9], sedangkan jaringan kewirausahaan membantu memperoleh sumber daya dan pengetahuan yang tidak tersedia di dalam usaha [10].

Secara keseluruhan, kapasitas personal dan pengelolaan dasar usaha relatif kuat, tetapi belum sepenuhnya diikuti oleh pembaruan usaha dan keterbukaan terhadap sumber pengetahuan eksternal. Kesenjangan antara tingginya percaya diri dan sedangnya inovasi dan proaktivitas menunjukkan bahwa keyakinan diri belum otomatis menghasilkan tindakan inovatif. Karena itu, kekuatan internal yang telah dimiliki perlu diarahkan untuk memperluas jejaring, memanfaatkan informasi pasar, dan mengembangkan pembaruan usaha secara terencana.

3.2 Kondisi Pendukung Usaha UMKM Rendang

Kondisi pendukung usaha memperoleh indeks rata-rata 68,2% dan termasuk kategori sedang. Modal sosial dan sistem informasi tergolong tinggi, sedangkan pelatihan, keikutsertaan dalam organisasi, dan bantuan pemerintah masih berada pada kategori sedang. Rincian hasil disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai indeks kondisi pendukung usaha UMKM rendang

Indikator	Skor 1 (%)	Skor 2 (%)	Skor 3 (%)	Skor 4 (%)	Skor 5 (%)	Indeks (%)	Kategori
Sistem informasi	0	4	28	46	22	77,2	Tinggi
Pelatihan	11	25	31	25	8	58,8	Sedang
Keikutsertaan dalam organisasi	15,5	17,5	26	27,5	13	60,7	Sedang
Modal sosial	1,3	10,7	10	29,3	48,7	82,7	Tinggi
Bantuan pemerintah	10	17	36	29	8	61,6	Sedang
Rata-rata						68,2	Sedang

Sumber: Data primer, 2025 (diolah).

Modal sosial menjadi indikator tertinggi dengan indeks 82,7%. Sebanyak 48,7% respons berada pada skor 5 dan 29,3% pada skor 4. Temuan ini menunjukkan kuatnya kepercayaan dan dukungan sosial di antara pelaku. Namun, tingginya modal sosial tidak diikuti tingkat keikutsertaan organisasi yang setara. Pola tersebut mengindikasikan bahwa hubungan sosial antar pelaku kemungkinan masih lebih banyak berlangsung melalui jaringan informal, sedangkan hubungan kelembagaan yang menjembatani pelaku dengan pembeli, pemasok, lembaga keuangan, perguruan tinggi, dan pemerintah belum berkembang secara merata. Penelitian ini tidak secara khusus membedakan bonding, bridging, dan linking social capital. Kepercayaan, norma, dan jaringan dapat memperkuat hubungan anggota kelompok dengan sesama anggota dan pemerintah [13].

Sistem informasi memperoleh indeks 77,2%. Sebagian besar respons berada pada skor 4 dan 3, masing-masing sebesar 46% dan 28%. Meskipun akses informasi tergolong tinggi, orientasi kosmopolitan masih berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa ketersediaan informasi belum selalu diikuti pemanfaatan aktif terhadap sumber pengetahuan, pasar, dan jaringan di luar lingkungan lokal. Dalam praktik lapangan, informasi usaha telah tersedia melalui interaksi dengan pelanggan, sesama pelaku, pemerintah, dan media digital, tetapi tingkat pemanfaatannya untuk perluasan pasar dan pembaruan usaha masih berbeda antarresponden. Adopsi teknologi digital pada usaha mikro dan kecil dipengaruhi oleh karakteristik pemilik dan perusahaan [5], sedangkan kesiapan transformasi digital memerlukan kemampuan sumber daya manusia, pemasaran, operasi, dan manajemen [6].

Bantuan pemerintah memperoleh indeks 61,6%. Jawaban terbanyak berada pada skor 3 sebesar 36%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa bantuan telah dirasakan, tetapi belum dinilai optimal. Kebutuhan pelaku tidak hanya berupa sarana fisik, tetapi juga fasilitasi legalitas, sertifikasi, pengujian mutu, promosi, pembiayaan, dan pendampingan. Dukungan ekosistem yang terkoordinasi dapat membantu UMKM membangun kemampuan adaptasi [11].

Keikutsertaan dalam organisasi memperoleh indeks 60,7%. Sebanyak 15,5% respons berada pada skor 1 dan 17,5% pada skor 2. Organisasi usaha seharusnya berfungsi sebagai ruang berbagi informasi, pengadaan bersama, pembelajaran, promosi, dan komunikasi dengan pemerintah. Penelitian nasional menunjukkan bahwa kemitraan dapat memperluas akses sumber daya dan pasar, tetapi partisipasi pelaku dipengaruhi oleh karakteristik usaha, pengalaman pelatihan, dan hambatan yang dihadapi [12].

Pelatihan menjadi indikator terendah dengan indeks 58,8%. Sebanyak 11% respons berada pada skor 1, 25% pada skor 2, dan 31% pada skor 3. Berdasarkan hasil observasi lapangan, keterbatasan pelaku dalam mengikuti pelatihan terutama berkaitan dengan kuota peserta yang ditetapkan oleh dinas terkait. Pada setiap kegiatan, kesempatan mengikuti pelatihan dialokasikan kepada kelompok UMKM tertentu, sedangkan kegiatan berikutnya dapat melibatkan peserta yang berbeda. Pola tersebut menyebabkan tidak semua pelaku UMKM rendah memperoleh pelatihan secara rutin dan berkelanjutan. Pelatihan, komunikasi internal, dan pertukaran informasi dapat mendukung inovasi UMKM [17]. Karena itu, program pelatihan perlu dirancang dengan cakupan peserta yang lebih merata, kesinambungan materi, serta pendampingan penerapan agar kompetensi yang diperoleh dapat berkembang secara bertahap.

Perbandingan indeks karakteristik kewirausahaan sebesar 80,55% dengan faktor pendukung pengembangan sebesar 68,2% menunjukkan bahwa kapasitas internal pelaku lebih kuat daripada dukungan yang diterima dari lingkungan usaha. Penguatan jaringan dan *platform* digital dapat membantu UMKM menghubungkan informasi, inovasi, dan akses pasar [18]. Oleh karena itu, program pengembangan sebaiknya tidak berhenti pada bantuan sesaat, tetapi diarahkan pada peningkatan kemampuan, kelembagaan, dan hubungan usaha secara berkelanjutan.

3.3 Arah Pengembangan UMKM Rendang

Arah pengembangan disusun dengan mempertimbangkan indikator yang masih berada pada kategori sedang serta kesenjangan antara kuatnya karakteristik internal pelaku dan belum optimalnya faktor pendukung pengembangan. Rekomendasi berikut tidak dimaksudkan sebagai hasil pengujian kausal, melainkan sebagai prioritas praktis yang diturunkan dari pemetaan indeks, informasi kontekstual selama survei, dan dukungan literatur.

Prioritas pertama adalah meningkatkan orientasi kosmopolitan melalui temu usaha, komunitas digital, kunjungan pembelajaran, pameran, dan kerja sama dengan perguruan tinggi. Keterbukaan perlu diarahkan pada informasi pasar, teknologi produksi, pengemasan, keamanan pangan, dan perubahan preferensi konsumen.

Prioritas kedua adalah memperkuat inovasi dan sikap proaktif. Inovasi dapat dilakukan pada konsistensi mutu, variasi produk, desain kemasan, informasi label, layanan pelanggan, pemasaran digital, dan pencatatan usaha. Pemanfaatan pemasaran kewirausahaan dan internet dapat memperluas jangkauan serta memperkuat daya saing UMKM pangan [7]. Strategi pemasaran daring juga perlu memperhatikan kualitas produk, promosi, harga, dan keamanan pembayaran [8]. Pada sektor rendang, adopsi pemasaran digital dipengaruhi oleh karakteristik pelaku, persepsi manfaat, kemampuan, dan faktor pendukung pengembangan [14], sedangkan pengembangan ekosistem digital membuka peluang perluasan pasar sekaligus menghadirkan tantangan kesiapan sumber daya dan kolaborasi antarpemangku kepentingan [7].

Prioritas ketiga adalah memperbaiki pelatihan dan pendampingan. Materi pelatihan perlu disusun berdasarkan masalah nyata, seperti perhitungan biaya, pengendalian proses, pemenuhan standar mutu, pemasaran digital, dan penggunaan data pelanggan. Pelatihan singkat sebaiknya dilanjutkan dengan konsultasi dan evaluasi penerapan pada masing-masing usaha.

Prioritas keempat adalah meningkatkan efektivitas organisasi dan pemerataan bantuan. Organisasi perlu menjamin transparansi, relevansi program, dan distribusi manfaat yang adil.

Pemerintah dapat memfasilitasi legalitas, sertifikasi, pengujian produk, promosi, pembiayaan, sarana bersama, dan hubungan pasar.

Prioritas kelima adalah membangun kemitraan antara pelaku UMKM, pemerintah, perguruan tinggi, pemasok, pembeli, lembaga keuangan, dan penyedia teknologi. Kompetensi kewirausahaan dan inovasi dapat menjadi fondasi bagi keberlangsungan usaha [19], sementara modal psikologis, keberanian mengambil risiko, dan kompetensi pengusaha juga berkaitan dengan kinerja keberlanjutan UMKM pada penelitian lain [20]. Namun, penelitian ini tidak mengukur keberlanjutan secara langsung sehingga aspek tersebut ditempatkan sebagai implikasi dan agenda penelitian lanjutan.

4. Kesimpulan

Karakteristik kewirausahaan pelaku UMKM rendang yang menjadi responden berada pada kategori tinggi dengan indeks 80,55%. Kekuatan utama terdapat pada percaya diri, orientasi risiko, pengetahuan usaha, motivasi berprestasi, kepemimpinan, dan kemampuan manajemen. Namun, indikator inovatif dan proaktif serta orientasi kosmopolitan masih berada pada kategori sedang. Faktor pendukung pengembangan UMKM berada pada kategori sedang dengan indeks 68,2%. Modal sosial dan sistem informasi telah menjadi kekuatan, tetapi belum sepenuhnya berkembang menjadi partisipasi organisasi, pelatihan yang efektif, dan bantuan pemerintah yang merata. Pengembangan UMKM rendang perlu memprioritaskan perluasan jejaring eksternal, inovasi berbasis kebutuhan pasar, pelatihan yang fleksibel, penguatan fungsi organisasi, dan pendampingan digital yang berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- [1] W. J. Wales, S. Kraus, M. Filser, C. Stöckmann, and J. G. Covin, "The status quo of research on entrepreneurial orientation: Conversational landmarks and theoretical scaffolding," *J. Bus. Res.*, vol. 128, pp. 564–577, 2021, doi: 10.1016/j.jbusres.2020.10.046.
- [2] S. Huang, Q. Huang, and D. Soetanto, "Entrepreneurial orientation dimensions and the performance of high-tech and low-tech firms: A configurational approach," *Eur. Manag. J.*, vol. 41, no. 3, pp. 375–384, 2023, doi: 10.1016/j.emj.2022.03.002.
- [3] J. H. Kurniawan and K. Nuringsih, "Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Dan Media Sosial Terhadap Kinerja Umkm Makanan Khas Jambi," *J. Muara Ilmu Ekon. dan Bisnis*, vol. 6, no. 1, p. 176, 2022, doi: 10.24912/jmieb.v6i1.13357.
- [4] J. Aftab, M. Veneziani, H. Sarwar, and M. I. Ishaq, "Entrepreneurial orientation and firm performance in SMEs: the mediating role of entrepreneurial competencies and moderating role of environmental dynamism," *Int. J. Emerg. Mark.*, vol. 19, no. 10, pp. 3329–3352, 2024, doi: 10.1108/IJOEM-07-2021-1151.
- [5] I. Trinugroho, P. Pamungkas, J. Wiwoho, S. M. Damayanti, and T. Pramono, "Adoption of digital technologies for micro and small business in Indonesia," *Financ. Res. Lett.*, vol. 45, no. April, p. 102156, 2022, doi: 10.1016/j.frl.2021.102156.
- [6] L. Anatan and Nur, "Micro, Small, and Medium Enterprises' Readiness for Digital Transformation in Indonesia," *Economies*, vol. 11, no. 6, 2023, doi: 10.3390/economies11060156.
- [7] Y. Yelfiarita, D. H. Darwanto, L. R. Waluyati, and M. Masyhuri, "MSME development through a digitalize ecosystem: Challenges and opportunities," *AIP Conf. Proc.*, vol. 3277, no. 1, pp. 0–8, 2025, doi: 10.1063/5.0269294.
- [8] D. Ruhiyat, A. Sulaeman, and R. Purnawati, "Online Marketing Strategies to Increase Consumer Interest in Buying MSME Food and Beverage products in the City of Bogor," *Manaj. IKM*, vol. 18, no. 1, pp. 90–105, 2022.
- [9] S. Wixe, P. Nilsson, L. Naldi, and H. Westlund, "The role of collaboration and external knowledge for innovation in small food firms," *Ann. Reg. Sci.*, vol. 70, no. 1, pp. 135–155, 2023, doi: 10.1007/s00168-021-01087-6.
- [10] A. Abu-Rumman, A. Al Shraah, F. Al-Madi, and T. Alfalah, "Entrepreneurial networks,

- entrepreneurial orientation, and performance of small and medium enterprises: are dynamic capabilities the missing link?," *J. Innov. Entrep.*, vol. 10, no. 1, 2021, doi: 10.1186/s13731-021-00170-8.
- [11] I. Khurana, D. K. Dutta, and A. Singh Ghura, "SMEs and digital transformation during a crisis: The emergence of resilience as a second-order dynamic capability in an entrepreneurial ecosystem," *J. Bus. Res.*, vol. 150, no. June, pp. 623–641, 2022, doi: 10.1016/j.jbusres.2022.06.048.
 - [12] W. Salsabila, L. M. Baga, and F. Feryanto, "Keputusan Untuk Bermitra dan Dampaknya Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil (UMK) di Indonesia," *J. Agribisnis Indones.*, vol. 13, no. 1, pp. 185–197, 2025, doi: 10.29244/jai.2025.13.1.185-197.
 - [13] N. Lacica, V. Hendrita, A. Alatas, and J. Supriyanti, "Social Capital Analysis in Rice Farmers ' Groups in Jorong Ujung Padang (Case Study of Ujung Padang Farmers ' Groups)," *J. Agriness*, vol. 4, no. 1, pp. 8–19, 2026, doi: <https://doi.org/10.24036/agrnes.v4i1.78>.
 - [14] Y. Yelfiarita, D. H. Darwanto, L. R. Waluyati, and M. Masyhuri, "Determinants of Digital Marketing Adoption Among Agroindustry SMES: The Case of the Rendang Sector," *Agric. Resour. Econ. Int. Sci. E-Journal*, vol. 11, no. 3, pp. 224–252, 2025, doi: <https://doi.org/10.51599/are.2025.11.03.08>.
 - [15] V. A. Srimulyani, Y. B. Hermanto, S. Rustiyaningsih, and L. A. Setiyo Waloyo, "Internal factors of entrepreneurial and business performance of small and medium enterprises (SMEs) in East Java, Indonesia," *Heliyon*, vol. 9, no. 11, p. e21637, 2023, doi: 10.1016/j.heliyon.2023.e21637.
 - [16] S. Riyoko, "Peran Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Pembelajaran Dalam Meningkatkan Kinerja Bisnis Ukm Jawa Tengah," *Ajie*, vol. 06, no. May, pp. 60–64, 2022, doi: 10.20885/ajie.vol6.iss2.art2.
 - [17] X. Islami and E. Mulolli, "Do training and development, internal communication and information sharing, and job design boost the innovation of SMEs?," *Cogent Bus. Manag.*, vol. 11, no. 1, p., 2024, doi: 10.1080/23311975.2024.2413912.
 - [18] S. H. Bhatti, A. Ahmed, A. Ferraris, W. M. Hirwani Wan Hussain, and S. F. Wamba, "Big data analytics capabilities and MSME innovation and performance: A double mediation model of digital platform and network capabilities," *Ann. Oper. Res.*, vol. 350, no. 2, pp. 729–752, 2025, doi: 10.1007/s10479-022-05002-w.
 - [19] I. J. Ismail, "Entrepreneurs' competencies and sustainability of small and medium enterprises in Tanzania. A mediating effect of entrepreneurial innovations," *Cogent Bus. Manag.*, vol. 9, no. 1, 2022, doi: 10.1080/23311975.2022.2111036.
 - [20] T. T. Ngo and T. H. Vu, "The impacts of psychological capital, risk-taking propensity, and entrepreneurial competence on the sustainability performance of SMEs," *Cogent Bus. Manag.*, vol. 12, no. 1, p., 2025, doi: 10.1080/23311975.2025.2466810.
-