



Analisis Strategi Mengatasi Tantangan UMKM Sabana Untuk Bertahan Dan Berkembang

Felicia Putri Handayani¹, Oktafia Nuretno²,

Nova Rizky Asshiva³, Al Mukaromah⁴

Universitas Buana Perjuangan Karawang ^{1,2,3,4}

e-mail: mn22.feliciahandayani@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstract

The main challenges include limited access to capital, constrained market access, and difficulty in adapting to technological advancements and changing consumer preferences. These issues hinder MSMEs in Sabana from improving their competitiveness and innovating to meet the dynamic demands of the market. Therefore, this study aims to explore various strategies that MSMEs in Sabana can adopt to survive and grow. The research utilizes a combination of current literature, case studies, and interviews with MSME stakeholders across various sectors. The findings reveal that leveraging digital technologies, improving access to financing, and fostering collaborations with various parties (such as the government, financial institutions, and educational organizations) are key strategies for overcoming these challenges. Additionally, adapting to market changes and enhancing human resource capacity are critical in maintaining competitiveness. This article offers practical recommendations for MSMEs in Sabana to strengthen their business structures and capitalize on available opportunities to grow amidst increasingly complex global challenges.

Keywords: Development Strategies, Business Challenges, Digital Technology, Innovation.

Abstrak

Tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM Sabana mencakup keterbatasan modal, terbatasnya akses ke pasar yang lebih luas, serta kesulitan dalam beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan perubahan preferensi konsumen. Dalam konteks tersebut, banyak UMKM Sabana yang terhambat dalam meningkatkan daya saing dan berinovasi untuk memenuhi kebutuhan pasar yang dinamis. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai strategi yang dapat diterapkan oleh UMKM Sabana agar tetap bertahan dan berkembang. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggabungkan literatur terkini, studi kasus, serta wawancara dengan para pelaku UMKM di berbagai sektor. Temuan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan teknologi digital, peningkatan akses ke pembiayaan, serta kolaborasi dengan berbagai pihak (seperti pemerintah, lembaga keuangan, dan lembaga pendidikan) dapat menjadi kunci utama untuk mengatasi tantangan yang ada. Selain itu, adaptasi terhadap perubahan pasar dan penguatan kapasitas sumber daya manusia juga memainkan peran penting dalam mempertahankan daya saing. Artikel ini memberikan rekomendasi praktis bagi UMKM Sabana untuk memperkuat struktur bisnis mereka dan memanfaatkan peluang yang ada untuk bertumbuh di tengah tantangan global yang semakin kompleks.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Tantangan Bisnis, Teknologi Digital, Inovasi.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memainkan peran yang sangat vital dalam perekonomian negara, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM, lebih dari 99% pelaku usaha di Indonesia tergolong dalam kategori UMKM, yang menyumbang sekitar 60% terhadap PDB nasional dan 97% terhadap penyerapan tenaga kerja (Kementerian Koperasi dan UKM, 2022). Namun, meskipun kontribusinya besar, UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan yang menghambat keberlanjutan dan pertumbuhannya, seperti keterbatasan akses modal, kurangnya keterampilan teknologi, serta kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Tantangan ini semakin relevan mengingat perkembangan ekonomi global yang kian dinamis dan persaingan yang semakin ketat, terutama dalam sektor-sektor yang padat karya dan padat modal.

Sabana, sebagai salah satu UMKM yang bergerak di sektor makanan cepat saji berbasis ayam goreng, merupakan contoh nyata dari UMKM yang mengalami potensi besar untuk berkembang, namun dihadapkan pada tantangan operasional dan pasar yang signifikan. Sabana memiliki produk dengan kualitas yang terjamin dan harga yang terjangkau, yang menjadi daya tarik utama bagi konsumen. Namun, meskipun memiliki keunggulan produk, Sabana masih menghadapi kesulitan dalam memperluas jangkauan pasarnya. Ketergantungan pada pasar lokal yang terbatas, serta kesulitan dalam menerapkan teknologi digital untuk pemasaran dan manajemen, menjadi hambatan utama bagi pertumbuhan usaha ini. Selain itu, masalah pengelolaan keuangan dan keterbatasan akses terhadap sumber pembiayaan yang lebih mudah juga menjadi tantangan yang cukup krusial dalam memperkuat daya saing UMKM ini (Benu et al., 2021).

Di tingkat global, transformasi digital telah menjadi kunci utama dalam mempercepat perkembangan bisnis, namun tidak semua UMKM di Indonesia, termasuk Sabana, dapat memanfaatkan kemajuan teknologi ini secara optimal. Proses digitalisasi yang lambat dan terbatasnya pengetahuan tentang e-commerce, pemasaran digital, serta penggunaan aplikasi keuangan menjadi faktor penghambat dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing mereka. Sementara itu, di sisi lain, munculnya tren konsumen yang semakin berorientasi pada keberlanjutan, kualitas produk, serta kemudahan dalam bertransaksi melalui platform digital semakin mempertegas pentingnya adaptasi teknologi bagi kelangsungan usaha UMKM. Sebagai contoh, Sabana yang berfokus pada produk makanan cepat saji berbasis ayam goreng, harus mampu bersaing dengan banyaknya pemain besar di pasar yang lebih modern dan berbasis teknologi (Supriyanto, 2022).

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh UMKM Sabana dan mengembangkan strategi-strategi yang dapat diterapkan untuk mengatasinya. Dengan menganalisis permasalahan-permasalahan utama seperti keterbatasan modal, kurangnya akses pasar, serta adaptasi terhadap teknologi dan perubahan preferensi konsumen, penelitian ini berusaha memberikan gambaran komprehensif mengenai upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM Sabana. Salah satu solusi yang diajukan adalah pemanfaatan teknologi digital untuk pemasaran dan pengelolaan bisnis yang lebih efisien. Selain itu, peran kolaborasi dengan lembaga keuangan dan dukungan dari pemerintah juga dipandang penting dalam membuka akses kepada pembiayaan yang lebih fleksibel dan terjangkau bagi UMKM (Fagustina & Supriyanto, 2024); (Supriyanto, et al., 2024). Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan bagi pengembangan UMKM Sabana dan sebagai referensi bagi UMKM lainnya dalam menghadapi tantangan serupa.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam tantangan yang dihadapi oleh UMKM Sabana dalam mengelola dan mengembangkan bisnis mereka, serta strategi yang diterapkan untuk mengatasi tantangan tersebut. Pendekatan ini dipilih karena memberikan gambaran yang lebih holistik mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan UMKM dan memungkinkan penggalian wawasan dari perspektif pelaku usaha, konsumen, serta ahli bisnis. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan menginterpretasikan fenomena yang terjadi pada UMKM Sabana, terutama terkait tantangan dan strategi yang diterapkan dalam bisnis makanan cepat saji berbasis ayam goreng.

Penelitian ini dilakukan di Cikampek, Karawang, Jawa Barat, pada 14 Desember 2024, dengan sasaran utama pelaku usaha UMKM Sabana, yang melibatkan pemilik usaha dan karyawan yang terlibat langsung dalam operasional sehari-hari, serta konsumen yang berperan memberikan perspektif tentang preferensi pasar. Prosedur penelitian dimulai dengan studi literatur terkait tantangan dan strategi pengembangan UMKM, kemudian dilanjutkan dengan pengumpulan data primer melalui wawancara semi-terstruktur dengan pelaku usaha, konsumen, dan pakar bisnis. Selain itu, dilakukan analisis kinerja UMKM Sabana selama lima tahun terakhir melalui studi kasus, serta observasi langsung terhadap operasional usaha. Instrumen utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan observasi, dengan teknik analisis data berbasis analisis tematik untuk mengidentifikasi pola, tema, dan kategori utama yang muncul dari data yang terkumpul. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM

Sabana, serta strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya saing dan kinerja usaha.

PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, dasar pengembangan teori berfokus pada teori pengambilan keputusan, yang sangat penting untuk memahami bagaimana pelaku UMKM Sabana mengatasi berbagai tantangan yang mereka hadapi. Pengambilan keputusan merupakan proses memilih salah satu alternatif tindakan yang ada, dengan mempertimbangkan tujuan yang ingin dicapai serta dampak yang mungkin ditimbulkan dari setiap alternatif tersebut. Pada konteks UMKM Sabana, pengambilan keputusan mencakup berbagai aspek operasional, seperti pemasaran, pengelolaan modal, pengelolaan tenaga kerja, dan inovasi produk. Gaya pengambilan keputusan dalam UMKM sering kali bersifat intuitif atau cepat, di mana keputusan dibuat berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki oleh pemilik usaha. Meskipun pendekatan ini dapat berisiko, bagi UMKM yang memiliki sumber daya terbatas, keputusan yang cepat dan fleksibel sangat diperlukan untuk merespons perubahan pasar yang dinamis (Supriyanto, et al., 2023).

Proses pengambilan keputusan itu sendiri terdiri dari beberapa tahap, mulai dari identifikasi masalah, pengumpulan informasi, evaluasi alternatif, pengambilan keputusan, implementasi, hingga evaluasi hasil keputusan. Proses ini sering kali bersifat non-formal dan bergantung pada intuisi dan pengalaman pemilik usaha, namun seiring meningkatnya kompleksitas tantangan yang dihadapi, penting untuk melibatkan data dan analisis dalam pengambilan keputusan, khususnya yang berhubungan dengan inovasi produk, digitalisasi pemasaran, dan pembiayaan. Kualitas keputusan diukur dari kemampuannya untuk menyelesaikan masalah dan dampaknya terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis, di mana keputusan yang baik harus dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas akses pasar, dan memperkuat posisi kompetitif UMKM dalam jangka panjang.

Penelitian ini menemukan beberapa kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM Sabana dalam pengambilan keputusan, yang berkaitan dengan pengelolaan tenaga kerja, modal, bahan baku, dan pemasaran. Hasil temuan penelitian disajikan sebagai berikut:

1. **Pengelolaan Tenaga Kerja** Pengelolaan tenaga kerja di UMKM Sabana menghadapi masalah pada perekrutan dan pelatihan karyawan. Keterbatasan sumber daya manusia yang terlatih dalam hal teknologi dan pemasaran digital menjadi salah satu hambatan utama. Pemilik UMKM sering kali kesulitan untuk memberikan pelatihan yang sesuai, sehingga karyawan tidak sepenuhnya mampu mendukung inovasi dan efisiensi operasional yang diinginkan.

2. **Pengelolaan Modal** Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM Sabana adalah keterbatasan modal untuk ekspansi dan peningkatan fasilitas produksi. Banyak pelaku usaha mengandalkan modal dari tabungan pribadi atau utang jangka pendek, yang memberikan beban finansial tinggi. Dalam beberapa kasus, Sabana mencoba untuk mendapatkan pembiayaan melalui kemitraan atau crowdfunding, tetapi proses ini tidak selalu berjalan lancar karena kurangnya pemahaman tentang sumber-sumber pembiayaan alternatif.
3. **Pengelolaan Bahan Baku** Masalah pengelolaan bahan baku terkait dengan ketergantungan pada pemasok lokal yang tidak selalu dapat memberikan kualitas dan jumlah bahan baku yang konsisten. Hal ini menyebabkan gangguan dalam produksi dan meningkatkan biaya operasional. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku juga menjadi tantangan, karena dapat mempengaruhi margin keuntungan secara signifikan.
4. **Pemasaran Sabana** menghadapi kesulitan dalam menjangkau pasar yang lebih luas. Meskipun memiliki produk berkualitas, pemasaran yang terbatas pada media tradisional seperti selebaran dan iklan lokal membuat Sabana kesulitan untuk bersaing dengan pemain besar di industri makanan cepat saji. Penerapan pemasaran digital dan kolaborasi dengan platform e-commerce adalah langkah yang telah dicoba, namun pengelolaan digital yang kurang optimal mengurangi potensi hasil dari strategi tersebut.

Tabel 1

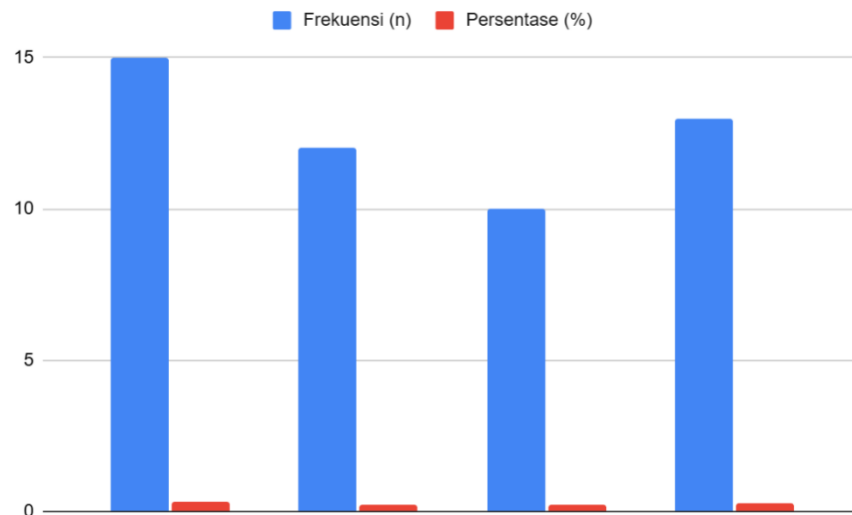
No.	Aspek Pengelolaan	Kendala Utama
1	Tenaga Kerja	Keterbatasan pelatihan dan kurangnya tenaga kerja terampil dalam teknologi dan pemasaran digital.
2	Modal	Keterbatasan modal untuk ekspansi dan peningkatan fasilitas produksi.
3	Bahan Baku	Ketergantungan pada pemasok lokal yang tidak konsisten dalam kualitas dan jumlah bahan baku.
4	Pemasaran	Pemasaran yang terbatas pada media tradisional dan kurangnya pemanfaatan pemasaran digital.

Tabel 2

No.	Aspek Pengelolaan	Kendala Utama	Frekuensi (n)	Persentase (%)
1	Pengelolaan Tenaga Kerja	Keterbatasan pelatihan dan kekurangan tenaga terampil dalam teknologi dan pemasaran digital	15	30%
2	Pengelolaan Modal	Keterbatasan modal untuk ekspansi dan peningkatan fasilitas produksi	12	24%

3	Pengelolaan Bahan Baku	Ketergantungan pada pemasok lokal yang tidak konsisten dalam kualitas dan jumlah bahan baku	10	20%
4	Pemasaran	Pemasaran terbatas pada media tradisional dan kurangnya pemanfaatan pemasaran digital	13	26%

Gambar 1



Pengelolaan Tenaga Kerja

Pengelolaan tenaga kerja di UMKM Sabana menunjukkan adanya kekurangan dalam pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia, terutama terkait dengan penerapan teknologi digital. Hal ini berpengaruh pada efisiensi operasional dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar yang semakin cepat. Sabana perlu mengimplementasikan program pelatihan yang terstruktur agar karyawan memiliki keterampilan yang relevan dengan kebutuhan pasar digital.

Pengelolaan Modal

Keterbatasan modal menjadi salah satu hambatan utama dalam pengambilan keputusan UMKM Sabana, terutama untuk memperluas usaha dan meningkatkan fasilitas produksi. Meskipun Sabana telah mencoba beberapa opsi pembiayaan seperti crowdfunding, namun kurangnya pemahaman tentang pengelolaan pembiayaan alternatif membuat implementasi strategi tersebut tidak optimal. Dalam hal ini, pelaku UMKM perlu lebih memahami akses ke berbagai sumber pembiayaan yang tersedia, termasuk program pemerintah dan kemitraan dengan lembaga keuangan (Supriyanto *et al.*, 2023).

Pengelolaan Bahan Baku

Ketergantungan pada pemasok lokal yang tidak konsisten dalam kualitas dan jumlah bahan baku menjadi masalah yang signifikan bagi kelancaran produksi. Hal ini berdampak langsung pada biaya operasional dan kualitas produk. Sabana perlu memperkuat hubungan dengan pemasok yang lebih stabil atau bahkan mempertimbangkan untuk memiliki jalur pasokan bahan baku yang lebih beragam guna mengurangi ketergantungan pada satu sumber.

Pemasaran

Pemasaran yang terbatas pada media tradisional sangat membatasi jangkauan pasar Sabana. Digitalisasi pemasaran dan kolaborasi dengan platform e-commerce bisa menjadi solusi untuk memperluas pasar. Namun, ketidakmampuan Sabana dalam mengoptimalkan pemasaran digital memperlambat pencapaian hasil yang diinginkan. Oleh karena itu, investasi dalam pelatihan pemasaran digital dan penggunaan platform digital harus menjadi prioritas (Supriyanto *et al.*, 2020).

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM Sabana menghadapi sejumlah tantangan yang signifikan dalam mempertahankan dan mengembangkan bisnis mereka. Keterbatasan modal, akses pasar yang terbatas, kesulitan dalam mengadopsi teknologi digital, persaingan yang semakin ketat, serta perubahan preferensi konsumen menjadi hambatan utama yang mempengaruhi kinerja dan keberlanjutan usaha. Namun, meskipun menghadapi berbagai kendala, Sabana memiliki potensi besar untuk bertahan dan berkembang apabila dapat menerapkan strategi yang tepat. Pendanaan kreatif melalui crowdfunding dan kemitraan strategis dapat membantu mengatasi keterbatasan modal, sementara digitalisasi pemasaran dan pengembangan produk yang sesuai dengan tren konsumen dapat memperluas jangkauan pasar. Selain itu, penguatan brand lokal dan inovasi produk menjadi langkah penting dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri makanan cepat saji.

Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya penerapan teknologi dalam operasional dan pemasaran, serta perlunya inovasi dalam produk untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berkembang. UMKM seperti Sabana perlu memanfaatkan berbagai sumber pendanaan alternatif, memperluas akses ke pasar digital, dan mengedepankan keberlanjutan dalam produk mereka agar tetap relevan di pasar yang kompetitif. Selain itu, pemerintah dan lembaga keuangan harus memberikan dukungan yang lebih besar bagi UMKM melalui program-program yang memfasilitasi akses modal dan pelatihan digital. Dengan langkah-langkah tersebut, UMKM tidak hanya dapat mengatasi tantangan yang

ada, tetapi juga memiliki kesempatan untuk tumbuh dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Benu, Y.S.I.P. et al. (2021) *Human Resource Management (HRM) In Industry 5.0*. Zahir Publishing.
- Fagustina, A. and Supriyanto, A. (2024) 'Analisis Strategi Pemasaran pada Kluster UMKM Batik Ecoprint di Kota Solo', *IJM: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 2(2).
- Fahrial, Tasman, A., Widyaningtyas, D. P., Sudarmaji, E., Sulistiarini, E. B., Yuliani, N. F., Tumiwa, R. A. F., Anita, T. L. A., Abi Anwar, U. A., Dartis, V., Adoe, V. S., & Warcito. (2023). *Manajemen Bisnis di Era Digital*.
- Fajria, R. N., Widowati, M., Sam'ani, S., Sartono, S., & Windawati, A. (2022). Pengembangan UMKM Kopi pada Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis (MPIG-KAJSS) Kopi Arabika Java Sindoro-Sumbing Kabupaten Temanggung. *Jurnal Hilirisasi Technology Kepada Masyarakat (SITECHMAS)*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.32497/sitechmas.v3i1.3176>
- Marlinah, L. (2020). Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 118-124.
- Maulida, S., & Yunani, A. (2017). Peluang dan Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 181-196. <https://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/155/864>.
- Supriyanto, A. (2022) 'Peran Nilai-Nilai Islami Dalam Kewirausahaan Untuk Menunjang Sebuah Kinerja Bisnis', *El-Hekam*, 7(1), pp. 69-82.
- Supriyanto, A. et al. (2024) 'Pendampingan Pembuatan Konten Digital Marketing Melalui Media Sosial pada CV Seleksi Alam Muria', *At Ta'dzim: Journal of Community Development*, 1(1), pp. 29-42.
- Supriyanto, A., Permatasari, R.D., et al. (2023) 'Kesuksesan Muslimah Pelaku UMKM: Peran Dimensi Entrepreneurial Orientation', *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 10(2), pp. 267-286.
- Supriyanto, A. et al. (2020) 'Digitalisasi dan Implementasi 5S (Seiri, Seiso, Seiton, Seiketsu, Shitsuke) pada UMKM Jenang Aliya Kudus', *Transformatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), pp. 1-11.
- Supriyanto, A. et al. (2023) 'Penjualan Melalui Tiktok Shop dan Shopee: Menguntungkan yang Mana?', *BUSINESS: Scientific Journal of Business and Entrepreneurship*, 1(1), pp. 1-16.
- Zaelani, I. R. (2019). Peningkatan Daya Saing Umkm Indonesia: Tantangan Dan Peluang Pengembangan Iptek. *Jurnal Transborders*, 3(1), 15. <https://doi.org/10.23969/transborders.v3i1.1746>
- Zaematun, N., & Rizqi, S. (2024). Penerapan Variasi Gaya Mengajar Guru Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Kelas Iv Mi Ma ' Arif Jomblang. 1(1), 88-98.