

## **STRATEGI USAHA OLEH TENAGA KERJA MANDIRI PEMULA DALAM PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KECAMATAN PADAHERANG KABUPATEN PANGANDARAN**

**Diwan Pramulya<sup>1\*</sup>, Cecep Cahya Supena<sup>2</sup>**  
<sup>1,2</sup> Universitas Galuh, Ciamis, Indonesia

\*Korespondensi: [diwan\\_pramulya@unigal.ac.id](mailto:diwan_pramulya@unigal.ac.id)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi usaha oleh tenaga kerja mandiri pemula dalam mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran. Permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha pemula mencakup keterbatasan pengetahuan dalam perencanaan bisnis, pemasaran digital, dan pengelolaan keuangan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melibatkan wawancara mendalam dan observasi partisipatif terhadap pelaku UMKM di Kecamatan Padaherang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Hastrategi usaha oleh tenaga kerja mandiri pemula di Kecamatan Padaherang melibatkan pelatihan keterampilan teknis, pendampingan dalam perencanaan bisnis, dan penerapan pemasaran digital. Namun, tantangan seperti keterbatasan akses modal, rendahnya literasi keuangan, dan kurangnya dukungan kelembagaan masih menjadi hambatan dalam pengembangan usaha mereka. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa meskipun terdapat upaya yang signifikan dalam implementasi strategi usaha, diperlukan peningkatan akses terhadap modal, pelatihan literasi keuangan, dan dukungan kelembagaan untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM yang dikelola oleh tenaga kerja mandiri pemula di Kecamatan Padaherang.

**Kata Kunci :** *Strategi usaha, Tenaga Kerja Mandiri Pemula, UMKM*

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the business strategies of novice self-employed workers in developing Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Padaherang District, Pangandaran Regency. The problems faced by novice entrepreneurs include limited knowledge in business planning, digital marketing, and financial management. The research method used is qualitative with a case study approach, involving in-depth interviews and participatory observation of MSME actors in Padaherang District. The results of the study indicate that the business strategies of novice self-employed workers in Padaherang District involve technical skills training, mentoring in business planning, and implementing digital marketing. However, challenges such as limited access to capital, low financial literacy, and lack of institutional support are still obstacles in developing their businesses. The conclusion of this study is that although there have been significant efforts in implementing business strategies, increased access to capital, financial literacy training, and institutional support are needed to ensure the sustainability and growth of MSMEs managed by novice self-employed workers in Padaherang District.*

**Keywords:** *Business strategy, Novice Self-employed Workers, MSMEs.*

## A. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar dan menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia yang berperan besar dalam menyerap tenaga kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM menyerap lebih dari 97% total tenaga kerja dan berkontribusi lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Namun demikian, daya saing UMKM di Indonesia masih tergolong rendah akibat keterbatasan akses permodalan, lemahnya strategi usaha, dan rendahnya literasi digital.

Dalam konteks lokal, UMKM di Kecamatan Padaherang, Kabupaten Pangandaran, menghadapi tantangan serupa. Mayoritas pelaku UMKM berasal dari latar belakang pendidikan dan keterampilan yang terbatas, serta masih mengandalkan pola usaha konvensional yang kurang adaptif terhadap perkembangan pasar. Untuk menjawab persoalan ini, pemerintah melalui Kementerian Ketenagakerjaan menginisiasi Program Tenaga Kerja Mandiri (TKM) Pemula, yang ditujukan bagi pencari kerja untuk menjadi pelaku usaha melalui pelatihan kewirausahaan, pendampingan, serta bantuan sarana usaha.

Namun, keberhasilan program ini sangat ditentukan oleh kemampuan peserta dalam menerapkan strategi usaha yang tepat. Porter (2015) mengidentifikasi tiga strategi utama untuk meraih keunggulan kompetitif: Strategi Kepemimpinan Biaya (Fokus pada efisiensi biaya untuk menghasilkan produk murah), Strategi Diferensiasi (Menawarkan keunikan dalam

produk/jasa), dan Strategi Fokus (Menargetkan segmen pasar tertentu secara spesifik). Sementara itu, Zimmerer & Scarborough (2018) menekankan pentingnya kemampuan adaptif dan inovatif dalam menghadapi persaingan di pasar lokal maupun global. Hal ini menjadikan perlunya strategi dalam pengembangan kapasitas. Menurut Eade (1997), pengembangan kapasitas adalah proses yang kompleks dan dinamis yang bertujuan memperkuat kemampuan pelaku atau organisasi untuk melakukan fungsi, menyelesaikan permasalahan, dan mencapai tujuan dalam konteks lokal secara berkelanjutan. Kapasitas di sini mencakup aspek individu (kompetensi), organisasi (struktur dan sistem), serta lingkungan (dukungan eksternal dan regulasi). Dalam konteks UMKM, terutama untuk pelaku pemula, pengembangan kapasitas mencakup: Pelatihan keterampilan teknis untuk meningkatkan kualitas produk, Pendampingan penyusunan rencana bisnis untuk arah usaha yang jelas, Penerapan teknologi (seperti pemasaran digital) untuk meningkatkan daya saing dan akses pasar.

Penelitian ini menjadi penting karena hingga kini belum banyak studi yang mengkaji secara mendalam bagaimana implementasi strategi usaha dilakukan oleh peserta TKM Pemula khususnya di wilayah perdesaan seperti Padaherang. Kajian sebelumnya cenderung fokus pada dampak program TKM terhadap penyerapan tenaga kerja atau tingkat keberhasilan usaha secara umum, tanpa membedah aspek strategi usaha secara spesifik (Hidayat, 2020; Sari & Nugroho, 2022). Dengan demikian, terdapat celah penelitian yang perlu diisi untuk memahami bagaimana strategi usaha

diterapkan secara nyata oleh pelaku usaha pemula hasil program pemerintah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis implementasi strategi usaha oleh peserta Program Tenaga Kerja Mandiri Pemula dalam mengembangkan UMKM di Kecamatan Padaherang. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung maupun menghambat keberhasilan penerapan strategi usaha tersebut, serta mengevaluasi sejauh mana strategi tersebut berdampak terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM peserta.

Dengan memahami secara lebih dalam dalam praktik strategi usaha yang dijalankan oleh tenaga kerja mandiri pemula, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam merumuskan kebijakan pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis kewirausahaan yang lebih tepat sasaran dan kontekstual.

## B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang secara individual atau kelompok dikaitkan dengan suatu masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell & Poth, 2018). Pendapat tentang penelitian kualitatif juga dikemukakan oleh Sugiyono (2019), dimana penelitian kualitatif digunakan untuk memahami fenomena secara holistik dan kontekstual, terutama ketika masalah yang diteliti belum sepenuhnya dipahami. Lokasi penelitian dipilih secara purposive, sampling yaitu pada beberapa desa di Kecamatan Padaherang yang masyarakatnya menjadi penerima manfaat program Tenaga Kerja

Mandiri Pemula tahun 2024.

Pengumpulan data dilakukan melalui teknik seperti wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi. Teknik triangulasi juga sering digunakan dalam penelitian kualitatif untuk meningkatkan validitas dan keandalan data (Moleong, 2021). Analisis data dilakukan secara induktif, biasanya melalui tahapan coding, kategorisasi, dan penyusunan tema-tema kunci (Braun & Clarke, 2019).

Penelitian kualitatif sangat relevan untuk memahami strategi yang diterapkan oleh tenaga kerja mandiri pemula karena pendekatan ini memungkinkan peneliti menangkap realitas sosial dan pengalaman individu secara lebih utuh, termasuk hambatan, peluang, dan nilai-nilai yang mendasari pengambilan keputusan dalam konteks lokal.

## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan kapasitas (*Capacity Building*) adalah proses sistematis untuk meningkatkan kemampuan individu, kelompok, organisasi, atau komunitas dalam mengembangkan keterampilan, pengetahuan, struktur, dan sumber daya yang dibutuhkan untuk menjalankan fungsi secara efektif, efisien, dan berkelanjutan. Penelitian ini menemukan bahwa strategi usaha oleh tenaga kerja mandiri pemula dalam mengembangkan UMKM di Kecamatan Padaherang menggunakan strategi pengembangan kapasitas (*Capacity Building*), dimana melibatkan tiga fokus utama:

### 1. Pelatihan Keterampilan Teknis

Pelaku UMKM pemula mendapatkan pelatihan terkait keterampilan produksi dan manajerial. Pelatihan ini meliputi teknik produksi produk makanan olahan, kerajinan tangan, serta pengelolaan

usaha jasa berbasis potensi lokal. Pelatihan tersebut sebagian besar diselenggarakan dan difasilitasi oleh pendamping dari kementerian dan dinas terkait, meskipun belum terjadwal secara rutin dan menyeluruh.

2. Pendampingan dalam Perencanaan Bisnis

Sebagian pelaku usaha memperoleh pendampingan dalam menyusun rencana bisnis sederhana. Materi pendampingan mencakup analisis pasar, strategi operasional, manajemen keuangan dasar, serta pengembangan produk. Namun, efektivitas

pendampingan ini bervariasi, tergantung pada intensitas interaksi dengan pendamping dan latar belakang pendidikan pelaku usaha.

3. Penerapan Pemasaran Digital

Implementasi pemasaran digital dilakukan melalui pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Akan tetapi, penggunaan media digital ini masih bersifat promosi sederhana dan belum menyentuh aspek strategis seperti pengelolaan konten digital, pemasaran melalui marketplace, atau penggunaan iklan berbayar.

No	Strategi yang Diterapkan	Penjelasan Singkat
1	Pelatihan Keterampilan Teknis	Fokus pada pengolahan produk, teknik produksi, dan pengemasan sederhana berbasis potensi lokal.
2	Pendampingan Perencanaan Bisnis	Penyusunan rencana usaha sederhana, analisis pasar, dan penentuan strategi pemasaran.
3	Penerapan Pemasaran Digital	Pemanfaatan media sosial (WhatsApp, Instagram, Facebook) untuk promosi produk secara daring.

Selain upaya tersebut, penelitian ini juga menemukan beberapa hambatan utama seperti diantaranya :

1. Keterbatasan Akses Modal: Mayoritas pelaku usaha mengandalkan modal sendiri dengan nominal kecil. Proses pengajuan kredit ke lembaga keuangan menghadapi hambatan administratif, terutama terkait dengan kurangnya dokumen legalitas usaha.
2. Rendahnya Literasi Keuangan: Sebagian besar pelaku UMKM belum menerapkan pencatatan keuangan sederhana, yang menyebabkan sulitnya evaluasi kinerja usaha dan perencanaan keuangan yang berkelanjutan.
3. Kurangnya Dukungan Kelembagaan: Interaksi antara pelaku UMKM dengan

lembaga pemerintah, asosiasi UMKM, dan lembaga keuangan masih rendah, mengakibatkan lemahnya jejaring usaha dan dukungan berkelanjutan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan temuan Supriyanto (2019) yang menunjukkan bahwa pelatihan keterampilan teknis adalah langkah awal dominan yang dilakukan dalam pengembangan UMKM berbasis masyarakat. Sama seperti dalam penelitian ini, Supriyanto menekankan pentingnya pelatihan berbasis potensi lokal sebagai modal dasar keberlanjutan usaha.

Namun, berbeda dengan hasil penelitian Wulandari dan Nugroho (2021) yang menemukan bahwa adopsi pemasaran digital telah meluas di kalangan UMKM

pasca-pandemi COVID-19, dalam konteks Kecamatan Padaherang, penerapan pemasaran digital masih terbatas pada promosi dasar melalui media sosial tanpa strategi konten atau optimalisasi marketplace. Perbedaan ini dapat dijelaskan oleh rendahnya literasi digital dan keterbatasan infrastruktur internet yang belum merata di wilayah penelitian.

Temuan hambatan pada aspek akses modal dan literasi keuangan juga sejalan dengan penelitian Firmansyah (2020) yang menemukan bahwa di banyak daerah rural di Indonesia, hambatan utama pertumbuhan UMKM adalah kurangnya dukungan pembiayaan mikro dan rendahnya kapasitas manajerial pengusaha kecil.

Penelitian ini menemukan bahwa keberhasilan awal tenaga kerja mandiri pemula dalam mengembangkan UMKM sangat bergantung pada keberadaan program pelatihan keterampilan teknis yang aplikatif dan pendampingan bisnis berkelanjutan.

Strategi usaha oleh tenaga kerja mandiri pemula di Kecamatan Padaherang telah menunjukkan hasil yang positif, namun masih menghadapi tantangan serius dalam hal pemasaran digital yang lebih efektif, literasi keuangan, serta dukungan modal dan kelembagaan.

#### **D. KESIMPULAN**

Penelitian ini mengungkap bahwa strategi usaha oleh tenaga kerja mandiri pemula di Kecamatan Padaherang menunjukkan adanya pola baru dalam pengembangan UMKM, yakni melalui kombinasi pelatihan keterampilan teknis, pendampingan dalam perencanaan bisnis, serta adaptasi pemasaran digital. Temuan ini menegaskan keorisinilan pendekatan yang dilakukan, yaitu dengan

mengintegrasikan keterampilan konvensional dan teknologi sederhana untuk memperluas jangkauan pasar UMKM lokal.

Sebagai bentuk kepioneran, tenaga kerja mandiri pemula di Padaherang tidak hanya menjalankan usaha berdasarkan tradisi, melainkan berupaya mengembangkan pola bisnis yang lebih adaptif terhadap perubahan teknologi dan kebutuhan pasar. Meskipun masih dihadapkan pada kendala akses permodalan, rendahnya literasi keuangan, dan minimnya dukungan kelembagaan, strategi implementatif yang mereka kembangkan menunjukkan potensi untuk direplikasi di daerah lain dengan karakteristik sosial-ekonomi serupa, menandakan sifat keuniversalan dari hasil penelitian ini.

Kontribusi ilmiah dari penelitian ini memperkaya pemahaman tentang pentingnya penguatan kapasitas individu dalam menjalankan UMKM, serta menyoroti bahwa keberlanjutan usaha tidak hanya bergantung pada inovasi produk, melainkan juga pada penguasaan strategi bisnis dan adaptasi teknologi.

Implikasi dari hasil penelitian ini berdampak luas. Secara sosial dan ekonomi, penguatan UMKM berbasis tenaga kerja mandiri dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga dan menciptakan lapangan kerja baru di daerah pedesaan. Secara budaya, pelestarian produk lokal melalui inovasi usaha memperkuat identitas daerah. Dalam aspek lingkungan, usaha berbasis potensi lokal mendorong praktik ekonomi yang lebih ramah lingkungan. Sementara itu, dari sisi politik dan hukum, hasil penelitian ini mendorong pentingnya kebijakan afirmatif dalam penyediaan akses permodalan mikro, penguatan pelatihan literasi keuangan, dan

pembentukan lembaga pendukung bagi pengusaha pemula.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran nyata mengenai implementasi strategi usaha di tingkat akar rumput, tetapi juga menawarkan fondasi bagi pengembangan kebijakan dan program berbasis bukti untuk mempercepat pertumbuhan UMKM di Indonesia.

## E. DAFTAR PUSTAKA

### Buku :

- Badan Pusat Statistik. (2023). *Profil Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia*. Jakarta: BPS.
- Braun, V., & Clarke, V. (2019). Reflecting on reflexive thematic analysis. *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health*, 11(4), 589–597.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Direktorat Jenderal Pembinaan Pelatihan dan Produktivitas Kementerian Ketenagakerjaan. (2022). *Pedoman Program Tenaga Kerja Mandiri*. Jakarta: Kemnaker RI.
- Eade, D. (1997). *Capacity-Building: An Approach to People-Centred Development*. Oxford: Oxfam GB.
- Firmansyah, A. (2020). *Penguatan Daya Saing UMKM Melalui Inovasi dan Digitalisasi*. Jakarta: Kencana.
- Hidayat, R. (2020). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro di Era Digital*. Jakarta: Rajawali Pers
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2017). *Strategic Management: Competitiveness and Globalization* (12th ed.). Cengage Learning.
- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Laporan Tahunan Perkembangan UMKM di Indonesia Tahun 2023*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & Piercy, N. (2021). *Principles of Marketing* (8th European ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kuncoro, M. (2019). *Strategi Bagaimana Meraih Sukses di Era Ekonomi Digital*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sari, D. P., & Nugroho, A. (2022). *Inovasi dan Pemasaran Digital bagi UMKM di Indonesia*. Bandung: Alfabeta.
- Porter, M. E. (2015). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press (Reprint).
- Supriyanto, E. (2019). *Pengembangan UMKM di Era Digital: Strategi dan Tantangan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. (2019). *Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- UNDP (2009). *Capacity Development: A UNDP Primer*. New York: United Nations Development Programme

- Wulandari, F., & Nugroho, Y. (2021).  
Strategi Inovasi Usaha Mikro, Kecil,  
dan Menengah dalam Era Digital.  
Jakarta: Rajawali Pers.
- Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M.  
(2018). Essentials of  
Entrepreneurship and Small Business  
Management (9th ed.). Pearson.