

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI DESA PULAU RENGAS

Syakila Putri Fadhillah¹, Ahsan Putra Hafiz²
Universitas Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi^{1,2}
Email: syakillaputrifadhillah@gmail.com¹, ahsanputra22@yahoo.com²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif pada usaha Tahu Zialdi di Desa Pulau Rengas dalam upaya meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang menjadi kendala dalam pengembangannya, khususnya bagi pemilik dan karyawan. Keberadaan UMKM ekonomi kreatif pada usaha Tahu Zialdi dinilai mampu mendorong perbaikan kondisi perekonomian masyarakat melalui pemanfaatan pengalaman dan kreativitas, sekaligus membuka peluang kerja baru. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha Tahu Zialdi dilakukan melalui inovasi produk berbasis ide kreatif, seperti pemanfaatan ampas tahu menjadi kerupuk dan penggunaan kemasan anyaman bambu (besek) yang menambah daya tarik konsumen. Strategi ini berdampak pada peningkatan jumlah produksi dan pesanan, sehingga pendapatan pemilik dan karyawan juga meningkat. Pendapatan karyawan yang sebelumnya sebesar Rp300.000 naik menjadi Rp500.000–Rp600.000 per bulan. Adapun hambatan dalam pengembangan UMKM ini meliputi aspek pemasaran, operasional, keuangan, pengalaman dan kreativitas, keterampilan tenaga kerja, etos kerja, kesempatan kerja, serta keterbatasan modal. Meski demikian, hambatan tersebut dapat diminimalkan melalui penerapan strategi pengembangan usaha yang tepat, terencana, dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan UMKM, Ekonomi Kreatif, Pendapatan Ekonomi masyarakat

Abstract

This study aims to analyze the development strategy of a creative economy-based MSME at Tahu Zialdi in Pulau Rengas Village in an effort to increase community income, as well as to identify the factors that hinder its development, especially for the owner and employees. The existence of this creative economy-based MSME is considered capable of improving the community's economic condition through the use of experience and creativity while also creating new job opportunities. This research employed a qualitative approach with a case study design. Data were collected through observation, interviews, and documentation. The data were analyzed through data reduction, data presentation, and conclusion drawing and verification. The findings show that Tahu Zialdi's business development strategy is carried out through creative product innovation, such as processing tofu waste into crackers and using woven bamboo packaging (besek), which increases the product's attractiveness to consumers. This strategy has contributed to an increase in production and orders, which in turn has raised the income of both the owner and employees. Employees' monthly income increased from Rp300,000 to around Rp500,000–Rp600,000. The obstacles faced in

developing this MSME include marketing, operational, and financial aspects, as well as limited experience and creativity, labor skills, work ethic, job opportunities, and capital. However, these barriers can be minimized through proper, well-planned, and sustainable business development strategies.

Keywords: *MSME Development Strategy, Creative Economy, Community Economic Income.*

A. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran strategis dalam meningkatkan perekonomian masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan. Keberadaan UMKM tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan masyarakat, tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi pengangguran, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.¹ Dalam konteks pembangunan ekonomi desa, UMKM menjadi sektor yang relatif mudah dikembangkan karena memanfaatkan potensi sumber daya lokal, keterampilan masyarakat, serta kebutuhan pasar yang bersifat berkelanjutan.² Salah satu jenis UMKM yang banyak berkembang di pedesaan adalah usaha kuliner yang memiliki tingkat permintaan yang relatif stabil karena berkaitan dengan kebutuhan konsumsi masyarakat sehari-hari.³

Desa Pulau Rengas, Kecamatan Bangko Barat, Kabupaten Merangin merupakan salah satu desa yang memiliki berbagai jenis UMKM, seperti keripik ubi, tahu, keripik peyek, anyaman, dan kue. Di antara berbagai jenis usaha tersebut, usaha tahu memiliki karakteristik yang berbeda karena merupakan usaha produksi harian yang menghasilkan produk pangan siap konsumsi dengan tingkat kebutuhan pasar yang cukup tinggi. Selain menjadi sumber pendapatan bagi pelaku usaha, usaha tahu juga berpotensi memberikan kontribusi terhadap peningkatan perekonomian masyarakat desa. Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya berkembang secara optimal.

Secara ideal, usaha tahu yang memiliki permintaan pasar yang relatif stabil seharusnya mampu berkembang melalui peningkatan kualitas produk, inovasi usaha, serta perluasan jaringan pemasaran.⁴ Akan tetapi, kondisi di lapangan menunjukkan bahwa usaha tahu di Desa Pulau Rengas masih dikelola secara tradisional. Proses produksi masih menggunakan metode sederhana, kemasan produk belum menarik, serta pemasaran masih terbatas pada lingkungan sekitar dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi usaha tahu yang cukup besar dengan pengelolaan usaha yang masih konvensional sehingga berdampak pada rendahnya daya saing produk.⁵

Selain itu, usaha tahu juga menghadapi berbagai kendala, seperti produk yang mudah rusak, keterbatasan inovasi produk, rendahnya pemanfaatan teknologi, serta

¹ Topan, Sissah, dan Martaliah (2024), "Peran Bank Indonesia KPW Jambi dalam Penerapan Keuangan Inklusif pada UMKM Kota Jambi," 188.

² Fred R. David, *Strategic Management: Concepts and Cases*, 13th ed. (New Jersey: Prentice Hall, 2011), 18–19.

³ Pemerintah Desa Pulau Rengas, *Profil Desa Pulau Rengas, Kecamatan Jangkat, Kabupaten Merangin, Provinsi Jambi* (Merangin: Pemerintah Desa Pulau Rengas, 2023).

⁴ Martaliah, Rezeki, dan Anita (2022), "Analisis Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan Impor," hal 335.

⁵ Hendra Mubaranto, Ma'mun Sarma, dan Lukman M. Baga, "Strategi Pengembangan Industri Kecil Tahu di Kabupaten Tegal," *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah*, Vol. 8, No. 1 (Juni 2016)

terbatasnya kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Padahal, usaha tahu memiliki peluang untuk dikembangkan melalui diversifikasi produk, pemanfaatan limbah produksi, perbaikan kemasan, dan pemasaran berbasis digital.⁶ Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang tepat agar usaha tahu mampu memberikan nilai tambah ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat.

Penelitian mengenai pengembangan UMKM telah banyak dilakukan, namun sebagian besar masih membahas UMKM secara umum atau dilakukan pada lokasi yang berbeda dengan karakteristik sosial dan ekonomi yang tidak sama.⁷ Penelitian yang secara khusus mengkaji strategi pengembangan usaha tahu sebagai bagian dari UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Pulau Rengas masih relatif terbatas. Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kekosongan kajian sekaligus memberikan gambaran mengenai strategi pengembangan usaha tahu yang sesuai dengan kondisi masyarakat setempat.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha tahu sebagai bagian dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Pulau Rengas, mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam pengembangannya, serta merumuskan solusi yang dapat diterapkan guna meningkatkan nilai tambah dan daya saing produk.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk memahami dan menganalisis strategi pengembangan usaha tahu sebagai bagian dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan perekonomian masyarakat di Desa Pulau Rengas.⁸ Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai kondisi, permasalahan, serta strategi yang diterapkan oleh pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya.⁹ Lokasi penelitian dilakukan pada usaha pembuatan tahu di Desa Pulau Rengas, Kabupaten Merangin, Provinsi Jambi.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan pemilik usaha tahu dan pihak-pihak yang terkait dengan kegiatan usaha. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal ilmiah, dokumen desa, serta berbagai literatur yang relevan dengan penelitian.¹⁰ Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh informasi yang komprehensif mengenai strategi pengembangan usaha tahu dan kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya.¹¹

Analisis data dilakukan secara interaktif dengan mengacu pada model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau

⁶ Haryani, Habrianto, dan Martaliah (2023), "Analisis Strategi Digital Fundraising," 214.

⁷ Nunung Nurhayati, Musa Hubeis, dan Sapta Raharja, "Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Tahu di Kabupaten Kuningan, Jawa Barat," *Manajemen IKM*, Vol. 7, No. 2 (September 2012)c

⁸ F. Nurrisa dan D. Hermina, "Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian: Strategi, Tahapan, dan Analisis Data," *Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran*, Vol. 2, No. 3 (2025), hlm. 796.

⁹ V. W. Sujarweni, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hlm. 74.

¹⁰ Dr. Etta Mamang Sangadji, dkk., *Metodologi Penelitian*, hlm. 185.

¹¹ Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), hlm.

verifikasi.¹² Data yang telah diperoleh selanjutnya diseleksi, dikelompokkan, dan disajikan secara sistematis dalam bentuk narasi deskriptif sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai strategi pengembangan usaha tahu dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Pulau Rengas. Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menerapkan uji kredibilitas melalui triangulasi sumber dan teknik pengumpulan data.¹³

C. Hasil dan Pembahasan

1. Strategi Pengembangan UMKM Tahu Zialdi Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat

UMKM Tahu Zialdi di Desa Pulau Rengas menerapkan berbagai strategi pengembangan usaha berbasis ekonomi kreatif untuk meningkatkan pendapatan usaha sekaligus memberikan dampak ekonomi bagi masyarakat sekitar. Strategi tersebut terlihat dari upaya pemilik usaha dalam melakukan analisis lingkungan usaha, perencanaan pemasaran, pengembangan produk, pengelolaan sumber daya manusia, serta pemanfaatan kreativitas dalam menciptakan nilai tambah produk.

Berdasarkan hasil penelitian, analisis lingkungan menjadi langkah awal yang dilakukan oleh pemilik usaha sebelum menjalankan dan mengembangkan bisnis tahu. Pemilik usaha mempertimbangkan aspek lokasi, ketersediaan bahan baku, kebutuhan pasar, serta potensi hambatan yang mungkin muncul selama kegiatan usaha berlangsung. Lokasi usaha yang berada di tepi jalan utama Desa Pulau Rengas memberikan keuntungan karena mudah dijangkau konsumen dan mempermudah distribusi produk. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemilihan lokasi usaha merupakan bagian penting dalam strategi pengembangan UMKM karena dapat meningkatkan akses pasar dan memperluas jangkauan konsumen. Amirullah menjelaskan bahwa analisis lingkungan merupakan langkah strategis untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dapat memengaruhi keberlangsungan usaha.¹⁴

Tujuan utama pendirian UMKM Tahu Zialdi tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga berupaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar melalui penyediaan lapangan pekerjaan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar tenaga kerja yang direkrut berasal dari lingkungan sekitar lokasi usaha. Keberadaan UMKM ini secara langsung memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat dan membantu mengurangi tingkat pengangguran di desa. Temuan ini sejalan dengan pendapat Tambunan yang menyatakan bahwa UMKM memiliki peran penting sebagai penyerap tenaga kerja dan penggerak ekonomi masyarakat lokal.¹⁵

Strategi pengembangan usaha yang diterapkan oleh UMKM Tahu Zialdi juga terlihat melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Pemilik usaha memanfaatkan WhatsApp dan Facebook untuk memperkenalkan produk kepada konsumen yang lebih luas. Selain itu, usaha ini tidak hanya menjual produk utama

¹² Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*, terj. Tjetjep Rohendi Rohidi (Jakarta: UI Press, 1992).

¹³ Farida Nugrahani, *Metode Penelitian Kualitatif* (Surakarta: Farida Nugrahani, 2014), hlm. 25.

¹⁴ Amirullah, *Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015).

¹⁵ Tulus T. H. Tambunan, *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017).

berupa tahu, tetapi juga mengembangkan produk turunan seperti kerupuk dari ampas tahu. Inovasi tersebut mencerminkan penerapan konsep ekonomi kreatif yang memanfaatkan ide, kreativitas, dan inovasi untuk menghasilkan nilai tambah ekonomi. Menurut Suryana, ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang bertumpu pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu dalam menciptakan kesejahteraan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi.¹⁶

Penerapan strategi pengembangan produk pada UMKM Tahu Zialdi menunjukkan bahwa kreativitas menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha. Produk yang dihasilkan tidak hanya berfokus pada satu jenis tahu, tetapi memiliki beberapa variasi ukuran dan bentuk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, pemanfaatan limbah produksi menjadi produk bernilai jual menunjukkan adanya upaya efisiensi sekaligus inovasi usaha. Temuan ini mendukung penelitian Rohmah yang menyatakan bahwa ekonomi kreatif mampu meningkatkan pendapatan pelaku usaha melalui inovasi produk dan pengembangan nilai tambah dari sumber daya yang tersedia.¹⁷

Dari sisi implementasi strategi, pemilik usaha melakukan pembagian tugas yang jelas kepada setiap karyawan sesuai dengan tanggung jawab masing-masing. Struktur organisasi yang sederhana memungkinkan koordinasi berjalan lebih efektif sehingga proses produksi dapat berlangsung secara efisien. Pengawasan terhadap kegiatan produksi juga dilakukan secara langsung oleh pemilik dan pengawas produksi untuk menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Menurut Agustina, keberhasilan usaha kecil tidak hanya ditentukan oleh modal, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan pengelolaan sumber daya manusia dan pengorganisasian usaha yang baik.¹⁸

Strategi pengembangan UMKM Tahu Zialdi juga didukung oleh pengalaman dan kreativitas pemilik serta tenaga kerja. Pengalaman dalam menjalankan usaha menjadi sumber munculnya berbagai ide inovatif yang kemudian diterapkan dalam proses produksi maupun pemasaran. Kreativitas tersebut terlihat pada pengembangan produk, teknik pengemasan, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi. Pangestu menegaskan bahwa kreativitas merupakan modal utama dalam pengembangan ekonomi kreatif karena mampu menghasilkan produk yang memiliki keunggulan kompetitif dan nilai ekonomi yang lebih tinggi.¹⁹

Berdasarkan hasil penelitian, strategi pengembangan yang diterapkan UMKM Tahu Zialdi memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan usaha dan masyarakat sekitar. Peningkatan produksi, perluasan pasar, serta bertambahnya kesempatan kerja menunjukkan bahwa penerapan ekonomi kreatif mampu menjadi instrumen penting dalam pengembangan UMKM di tingkat desa. Temuan ini sejalan dengan penelitian Triase dkk. yang menyimpulkan bahwa

¹⁶ Suryana, *Ekonomi Kreatif: Ekonomi Baru, Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang* (Jakarta: Salemba Empat, 2013).

¹⁷ Umi Rohmah, *Analisis Peran Ekonomi Kreatif dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam* (Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2013).

¹⁸ Tri Siwi Agustina, *Kewirausahaan (Teori dan Penerapan pada Wirausaha dan UKM di Indonesia)* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015).

¹⁹ Mari Elka Pangestu, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025* (Jakarta: Departemen Perdagangan RI, 2008).

strategi pengembangan UMKM berbasis inovasi produk, pemasaran, dan pemberdayaan sumber daya manusia dapat meningkatkan perekonomian masyarakat secara berkelanjutan.²⁰ Dengan demikian, keberhasilan UMKM Tahu Zialdi menunjukkan bahwa pengembangan usaha berbasis ekonomi kreatif dapat menjadi alternatif strategi yang efektif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi desa.

2. Faktor Penghambat Pengembangan UMKM Tahu Zialdi dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat

Dalam proses pengembangan usaha, setiap UMKM menghadapi berbagai kendala yang dapat memengaruhi pertumbuhan usaha maupun peningkatan pendapatan masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa faktor yang menjadi penghambat pengembangan UMKM Tahu Zialdi di Desa Pulau Rengas, yaitu aspek pemasaran, operasional produksi, pengelolaan keuangan, kualitas sumber daya manusia, dan keterbatasan modal usaha.

Faktor pertama adalah pemasaran. Meskipun UMKM Tahu Zialdi telah memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook sebagai sarana promosi, jangkauan pemasaran masih tergolong terbatas. Selain itu, usaha ini juga menghadapi tantangan berupa munculnya isu negatif mengenai penggunaan bahan tambahan yang tidak aman dalam produk tahu. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Padahal, kepercayaan konsumen merupakan salah satu faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Menurut Wibowo, Arifin, dan Sunarti, strategi pemasaran yang efektif menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing UMKM karena mampu memperluas pangsa pasar sekaligus membangun loyalitas pelanggan.²¹ Oleh karena itu, keterbatasan pemasaran dan kurang optimalnya pengelolaan citra produk menjadi salah satu hambatan bagi pengembangan usaha.

Faktor kedua adalah aspek operasional produksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar proses produksi Tahu Zialdi masih dilakukan secara manual dengan mengandalkan tenaga kerja manusia. Penggunaan teknologi modern dalam proses produksi masih sangat terbatas sehingga kapasitas produksi belum dapat ditingkatkan secara maksimal. Meskipun metode produksi manual dianggap mampu menjaga cita rasa dan kualitas produk, kondisi ini menyebabkan produktivitas usaha menjadi relatif rendah ketika permintaan pasar meningkat. Temuan ini sejalan dengan pendapat Suparyanto yang menyatakan bahwa salah satu kelemahan umum UMKM adalah penggunaan teknologi yang masih sederhana sehingga berdampak pada keterbatasan kapasitas produksi dan efisiensi usaha.²²

Selain operasional produksi, pengelolaan keuangan juga menjadi faktor penghambat yang cukup signifikan. Berdasarkan hasil wawancara, diketahui

²⁰ Yuliana Triase dkk., "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Tanah Rendah Kabupaten Batu Bara," *Community Development Journal* 5, no. 5 (2024): 8776–8780.

²¹ D. H. Wibowo, Z. Arifin, dan Sunarti, *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diujung Solo)* (Malang: Universitas Brawijaya, 2015).

²² Suparyanto, *Kewirausahaan: Konsep dan Realita pada Usaha Kecil* (Bandung: Alfabeta, 2016).

bahwa pemilik usaha belum memisahkan keuangan pribadi dengan keuangan usaha. Kondisi ini menyebabkan pengelolaan arus kas menjadi kurang terstruktur dan berpotensi menimbulkan kesulitan dalam mengukur tingkat keuntungan maupun kerugian usaha secara akurat. Pencatatan keuangan yang sederhana bahkan terkadang tidak dilakukan secara rutin. Padahal, pencatatan keuangan merupakan instrumen penting dalam proses pengambilan keputusan bisnis. Menurut Soemitra, pengelolaan keuangan yang baik akan membantu pelaku usaha dalam merencanakan penggunaan modal, mengendalikan biaya operasional, serta mengevaluasi perkembangan usaha secara berkelanjutan.²³ Dengan demikian, lemahnya administrasi keuangan menjadi salah satu hambatan yang perlu mendapatkan perhatian dalam pengembangan UMKM.

Faktor berikutnya berkaitan dengan kualitas sumber daya manusia, khususnya keterampilan dan kreativitas tenaga kerja. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar karyawan memperoleh keterampilan melalui pengalaman kerja secara langsung tanpa mengikuti pelatihan khusus. Kondisi tersebut memang memungkinkan proses produksi tetap berjalan, namun dapat membatasi kemampuan tenaga kerja dalam menghasilkan inovasi baru maupun meningkatkan efisiensi kerja. Dalam ekonomi kreatif, kreativitas dan inovasi merupakan unsur utama yang menentukan keberhasilan usaha. Suryana menjelaskan bahwa kreativitas merupakan kemampuan untuk menghasilkan gagasan baru yang bernilai ekonomi sehingga dapat meningkatkan daya saing usaha.²⁴ Oleh karena itu, minimnya pelatihan dan pengembangan kompetensi tenaga kerja menjadi salah satu faktor yang menghambat pengembangan UMKM secara berkelanjutan.

Faktor penghambat lainnya adalah keterbatasan modal usaha. Berdasarkan hasil penelitian, seluruh kegiatan usaha Tahu Zialdi masih bergantung pada modal pribadi pemilik. Keterbatasan modal menyebabkan kemampuan usaha dalam meningkatkan kapasitas produksi, memperluas pemasaran, maupun melakukan investasi teknologi menjadi terbatas. Ketika permintaan pasar meningkat, kebutuhan bahan baku dan biaya operasional juga meningkat sehingga memerlukan dukungan modal yang lebih besar. Kondisi ini sesuai dengan pendapat Tambunan yang menyatakan bahwa permodalan merupakan salah satu permasalahan utama yang sering dihadapi oleh UMKM di Indonesia karena keterbatasan akses terhadap sumber pembiayaan formal.²⁵

Selain itu, kesempatan kerja yang tersedia juga masih dipengaruhi oleh skala usaha yang relatif kecil. Meskipun UMKM Tahu Zialdi telah mampu menyerap tenaga kerja dari masyarakat sekitar, jumlah pekerja yang direkrut masih disesuaikan dengan kapasitas produksi yang dimiliki. Akibatnya, kontribusi usaha dalam menciptakan lapangan pekerjaan masih belum optimal. Namun demikian, keberadaan UMKM ini tetap memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan masyarakat karena mampu menyediakan sumber penghasilan tambahan bagi keluarga yang bekerja di dalamnya.

²³ Andri Soemitra, Zulkifli M. Nawawi, dan Syahbudi, *Pembiayaan Syariah untuk Usaha Mikro di Indonesia* (Merdeka Kreasi Group, 2022).

²⁴ Suryana, *Ekonomi Kreatif: Ekonomi Baru, Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang* (Jakarta: Salemba Empat, 2013).

²⁵ Tulus T. H. Tambunan, *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017).

Berdasarkan temuan penelitian, faktor penghambat pengembangan UMKM Tahu Zialdi tidak hanya berasal dari faktor internal, seperti manajemen keuangan, keterampilan tenaga kerja, dan keterbatasan modal, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal berupa persaingan pasar dan perubahan perilaku konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan UMKM memerlukan dukungan yang terintegrasi, baik dari pelaku usaha, masyarakat, maupun pemerintah daerah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lubis dan Salsabila yang menyatakan bahwa keberhasilan UMKM dalam meningkatkan pembangunan ekonomi sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam mengatasi kendala permodalan, pemasaran, teknologi, dan kualitas sumber daya manusia.²⁶ Oleh karena itu, penyelesaian berbagai hambatan tersebut menjadi langkah penting untuk meningkatkan daya saing UMKM sekaligus memperkuat kontribusinya terhadap peningkatan pendapatan masyarakat di Desa Pulau Rengas.

3. Solusi Pengembangan UMKM Tahu Zialdi dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat

Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan UMKM Tahu Zialdi tidak hanya memerlukan identifikasi terhadap faktor penghambat, tetapi juga membutuhkan solusi yang dapat diterapkan secara berkelanjutan. Solusi tersebut diarahkan untuk meningkatkan kapasitas usaha, memperluas pasar, memperkuat permodalan, serta meningkatkan kemampuan sumber daya manusia sehingga mampu mendorong peningkatan pendapatan masyarakat yang terlibat dalam usaha tersebut.

a. Penguatan Akses Permodalan

Salah satu solusi yang dapat dilakukan adalah memperkuat akses permodalan usaha. Keterbatasan modal menjadi kendala yang umum dihadapi UMKM karena berpengaruh terhadap kemampuan meningkatkan kapasitas produksi, pembelian peralatan, dan pengembangan usaha. Oleh karena itu, UMKM Tahu Zialdi perlu memanfaatkan berbagai sumber pembiayaan, baik melalui lembaga keuangan formal, program bantuan pemerintah, maupun lembaga keuangan mikro yang memiliki persyaratan lebih mudah dijangkau oleh pelaku usaha kecil.

Menurut Soemitra, pembiayaan bagi usaha mikro merupakan instrumen penting dalam mendukung keberlangsungan dan pengembangan usaha sehingga pelaku UMKM mampu meningkatkan produktivitas dan daya saing usaha.²⁷ Sejalan dengan itu, penelitian Topan, Sissah, dan Martaliah menjelaskan bahwa akses keuangan inklusif memiliki peran penting dalam memperluas kesempatan UMKM memperoleh modal usaha yang dapat digunakan untuk meningkatkan skala bisnis.²⁸

²⁶ P. S. I. Lubis dan R. Salsabila, "Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi di Indonesia," *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis* 2, no. 2 (2024): 91–110.

²⁷ Andri Soemitra, Zainul M. Nawawi, dan Syahbudi, *Pembiayaan Syariah untuk Usaha Mikro di Indonesia* (Merdeka Kreasi Group, 2022), hlm. 45.

²⁸ Topan, Sissah, dan Nurfitri Martaliah, "Peran Bank Indonesia Kantor Perwakilan Wilayah (KPW) Jambi Dalam Penerapan Keuangan Inklusif Pada UMKM Kota Jambi," *Jurnal Nuansa* 2, no. 1 (2024): 188–201.

Dengan adanya dukungan modal yang memadai, UMKM Tahu Zialdi dapat meningkatkan kapasitas produksi sehingga mampu memenuhi permintaan pasar yang lebih luas dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan usaha serta kesejahteraan masyarakat sekitar.

b. Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia

Solusi berikutnya adalah meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui program pelatihan dan pendampingan usaha. Pelaku UMKM perlu memiliki kemampuan dalam mengelola keuangan, melakukan pencatatan usaha, mengembangkan produk, serta memanfaatkan teknologi dalam kegiatan bisnis.

Pelatihan menjadi sarana yang efektif untuk meningkatkan kompetensi pelaku usaha agar mampu beradaptasi dengan perkembangan lingkungan bisnis. Kusnadi menjelaskan bahwa pelatihan berbasis kompetensi dapat meningkatkan kemampuan individu dalam melaksanakan tugas secara efektif dan produktif.²⁹ Selain itu, Rosyidah dan Arida menyatakan bahwa pendampingan ekonomi kreatif dapat menumbuhkan jiwa kewirausahaan sekaligus meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan produk yang memiliki nilai tambah.³⁰

Melalui peningkatan kualitas sumber daya manusia, UMKM Tahu Zialdi dapat menghasilkan produk yang lebih inovatif, meningkatkan efisiensi usaha, serta menciptakan peluang kerja yang lebih besar bagi masyarakat.

c. Pengembangan Inovasi Produk

Penerapan ekonomi kreatif menuntut pelaku usaha untuk terus melakukan inovasi. Oleh karena itu, UMKM Tahu Zialdi perlu mengembangkan variasi produk olahan berbahan dasar tahu agar memiliki nilai tambah dan mampu menarik minat konsumen yang lebih luas.

Suryana menjelaskan bahwa ekonomi kreatif berorientasi pada pemanfaatan ide, kreativitas, dan inovasi sebagai sumber utama penciptaan nilai ekonomi.³¹ Pengembangan produk dapat dilakukan melalui diversifikasi olahan tahu, perbaikan kualitas produk, pengemasan yang lebih menarik, serta penciptaan identitas produk yang membedakannya dari pesaing.

Penelitian Farman dkk. menunjukkan bahwa peningkatan kualitas dan kemasan produk mampu meningkatkan daya tarik konsumen sekaligus memperkuat posisi usaha rumah tangga di pasar.³² Dengan adanya inovasi produk, UMKM Tahu Zialdi berpeluang meningkatkan nilai jual sehingga memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pendapatan masyarakat.

²⁹ I. H. Kusnadi, "Efektifitas Program Pelatihan Berbasis Kompetensi pada Unit Pelaksana Teknis Daerah Balai Latihan Kerja di Kabupaten Subang," *The World of Public Administration Journal* (2019): 103–124.

³⁰ Rosyidah dan V. Arida, "Pendampingan Ekonomi Kreatif PKK Dusun Karangpoh Guna Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Melalui Pengembangan Kuliner," *Jurnal Community Online* 5, no. 2 (2024): 97–116.

³¹ Suryana, *Ekonomi Kreatif: Ekonomi Baru, Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 35.

³² Farman dkk., "Pemberdayaan Industri Rumah Tangga Melalui Peningkatan Kualitas dan Kemasan Produk Olahan Lokal," *SOCIRCLE: Journal of Social Community Services* 4, no. 2 (2025): 1–13.

d. Pemanfaatan Teknologi Digital dan Pemasaran Online

Perkembangan teknologi informasi memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar. Oleh karena itu, pemanfaatan media digital menjadi solusi yang relevan bagi pengembangan UMKM Tahu Zialdi.

Pemasaran digital dapat dilakukan melalui media sosial, marketplace, dan platform komunikasi digital lainnya. Menurut Susanti dan Lubis, strategi pemasaran berbasis digital mampu meningkatkan jangkauan pasar serta memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan konsumen.³³ Sementara itu, Ramadhoni dan Hafiz menjelaskan bahwa digitalisasi layanan mampu meningkatkan efektivitas kegiatan usaha melalui kemudahan akses informasi dan komunikasi.³⁴

Melalui pemasaran digital, produk Tahu Zialdi tidak hanya dikenal oleh masyarakat sekitar Desa Pulau Rengas, tetapi juga berpotensi menjangkau konsumen di wilayah yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan volume penjualan dan pendapatan usaha.

e. Penguatan Kerja Sama dan Kemitraan Usaha

Pengembangan UMKM juga memerlukan dukungan berbagai pihak melalui pola kemitraan. Kerja sama dapat dilakukan dengan pemerintah daerah, lembaga keuangan, perguruan tinggi, pelaku usaha lain, maupun lembaga pendamping UMKM.

Menurut Mustafa, keterlibatan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM sangat penting untuk meningkatkan kapasitas usaha melalui berbagai program pembinaan dan fasilitasi.³⁵ Selain itu, Komalasari, Puspaningtyas, dan Widodo menegaskan bahwa dukungan pihak eksternal dapat membantu UMKM mengoptimalkan potensi ekonomi lokal dan memperluas jaringan pemasaran.³⁶

Kemitraan yang baik akan memberikan akses terhadap informasi, pelatihan, teknologi, dan pasar yang lebih luas sehingga mampu mempercepat pertumbuhan UMKM Tahu Zialdi serta meningkatkan kontribusinya terhadap pendapatan masyarakat.

f. Penguatan Branding dan Promosi Produk

Branding menjadi salah satu aspek penting dalam pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif. Produk yang memiliki identitas dan citra yang kuat akan lebih mudah dikenali oleh konsumen dibandingkan produk yang belum memiliki merek yang jelas.

Menurut Wibowo, Arifin, dan Sunarti, strategi pemasaran yang efektif dapat meningkatkan daya saing UMKM melalui penciptaan citra produk yang kuat di mata konsumen.³⁷ Selain itu, Nurlela dan Anggraini menjelaskan bahwa

³³ Dwi Susanti dan H. Lubis, "Strategi Pemasaran Bank Syariah dalam Meningkatkan Minat Generasi Milenial di Era Digital," *Islamic Business and Finance* 2, no. 2 (2021): 124–137.

³⁴ M. R. Ramadhoni dan A. Hafiz, "Efektivitas Digitalisasi Pelayanan pada Himpunan Penyelenggara Umrah dan Haji dalam Meningkatkan Layanan Haji," *Jurnal Manajemen Dakwah* 10, no. 2 (2022): 222–252.

³⁵ B. Mustafa, *Analisis Peran Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Sidrap* (Disertasi, Universitas Hasanuddin, 2021), hlm. 87.

³⁶ Nur Dilla Komalasari, Anggraeny Puspaningtyas, dan Joko Widodo, "Pengembangan UMKM Sentra Kuliner Desa Pekarungan Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Ekonomi Lokal," *Jurnal Mediasosian* 6, no. 1 (2022): 35.

³⁷ D. H. Wibowo, Zainul Arifin, dan Sunarti, *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diujung Solo)* (Malang: Universitas Brawijaya, 2015), hlm. 12.

komunikasi pemasaran yang baik mampu memperluas jangkauan promosi sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM.³⁸

Oleh karena itu, UMKM Tahu Zialdi perlu memperkuat merek usaha, memperbaiki desain kemasan, membuat katalog produk, serta memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Upaya tersebut dapat meningkatkan nilai produk di pasar dan berdampak pada peningkatan pendapatan usaha.

Secara keseluruhan, solusi pengembangan UMKM Tahu Zialdi dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dapat dilakukan melalui penguatan akses modal, peningkatan kualitas sumber daya manusia, pengembangan inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, penguatan kemitraan, serta peningkatan branding dan promosi produk. Implementasi solusi tersebut sejalan dengan konsep ekonomi kreatif yang menekankan kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan sumber daya lokal sebagai faktor utama dalam menciptakan nilai tambah ekonomi. Dengan demikian, UMKM Tahu Zialdi berpotensi menjadi penggerak ekonomi masyarakat Desa Pulau Rengas secara lebih optimal dan berkelanjutan.

D. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pengembangan UMKM Tahu Zialdi berbasis ekonomi kreatif telah memberikan kontribusi dalam meningkatkan pendapatan masyarakat Desa Pulau Rengas. Strategi yang diterapkan dilakukan melalui pemanfaatan potensi lokal, pengelolaan usaha tahu secara berkelanjutan, serta pemberdayaan tenaga kerja masyarakat sekitar. Keberadaan UMKM Tahu Zialdi tidak hanya berperan sebagai unit usaha produksi, tetapi juga menjadi sumber mata pencaharian yang mampu mendukung perekonomian keluarga dan masyarakat.

Namun, dalam proses pengembangannya masih terdapat beberapa hambatan, seperti keterbatasan modal usaha, kurangnya inovasi produk, terbatasnya pemasaran, serta persaingan dengan produk sejenis. Oleh karena itu, diperlukan berbagai upaya pengembangan yang meliputi peningkatan akses permodalan, penguatan kapasitas sumber daya manusia, inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, serta dukungan dari pemerintah dan pihak terkait. Melalui penerapan strategi dan solusi tersebut, UMKM Tahu Zialdi diharapkan mampu berkembang secara berkelanjutan, meningkatkan daya saing usaha, serta memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat Desa Pulau Rengas.

³⁸ 12 Nurlela dan I. Anggraini, "Peran Komunikasi Pemasaran dalam UMKM: Pembelajaran untuk Pemberdayaan UMKM Kelompok Wanita Tani di Pedesaan," *Menara Riau* 16, no. 2 (2022): 79–88.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Tri Siwi. *Kewirausahaan (Teori dan Penerapan pada Wirausaha dan UKM di Indonesia)*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.
- Amirullah. *Manajemen Strategi Teori Konsep Kinerja*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.
- Farman, F., Adinegara, A. A., Nusuki, I., Krisdina, T. F., dan Nurochman, M. "Pemberdayaan Industri Rumah Tangga Melalui Peningkatan Kualitas dan Kemasan Produk Olahan Lokal." *SOCIRCLE: Journal of Social Community Services* 4, no. 2 (2025): 1–13.
- Haryani, S., Habrianto, H., dan Martaliah, N. "Analisis Strategi Digital Fundraising Dalam Meningkatkan Jumlah Muzakki (Studi Pada Laz Opsezi Kota Jambi)." *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen dan Inovasi Riset* 1, no. 6 (2023): 214–237.
- Komalasari, Nur Dilla, Anggraeny Puspaningtyas, dan Joko Widodo. "Pengembangan UMKM Sentra Kuliner Desa Pekarungan Melalui Fasilitasi Pihak Eksternal dan Potensi Ekonomi Lokal." *Jurnal Mediasosian* 6, no. 1 (2022): 35–44.
- Kusnadi, I. H. "Efektifitas Program Pelatihan Berbasis Kompetensi pada Unit Pelaksana Teknis Daerah Balai Latihan Kerja di Kabupaten Subang." *The World of Public Administration Journal* (2019): 103–124.
- Lubis, P. S. I., dan R. Salsabila. "Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam Meningkatkan Pembangunan Ekonomi di Indonesia." *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis* 2, no. 2 (2024): 91–110.
- Martaliah, Nurfitri, Siska Rezeki, dan Eliza Anita. "Analisis Keputusan Pembelian Produk Makanan Ringan Impor (Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi)." *Nusantara Hasana Journal* 2, no. 3 (2022): 331–341.
- Miles, Matthew B., dan A. Michael Huberman. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-Metode Baru*. Diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: UI Press, 1992.
- Mustafa, B. *Analisis Peran Pemerintah Daerah dalam Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Sidrap*. Disertasi. Makassar: Universitas Hasanuddin, 2021.
- Mubaranto, Hendra, Ma'mun Sarma, dan Lukman M. Baga. "Strategi Pengembangan Industri Kecil Tahu di Kabupaten Tegal." *Jurnal Manajemen Pembangunan Daerah* 8, no. 1 (2016).
- Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Farida Nugrahani, 2014.
- Nurhayati, Nunung, Musa Hubeis, dan Sapta Raharja. "Kelayakan dan Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Tahu di Kabupaten Kuningan, Jawa Barat." *Manajemen IKM* 7, no. 2 (2012): 111–121.
- Nurlela, dan I. Anggraini. "Peran Komunikasi Pemasaran dalam UMKM: Pembelajaran untuk Pemberdayaan UMKM Kelompok Wanita Tani di Pedesaan." *Menara Riau: Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Pengembangan Masyarakat Islam* 16, no. 2 (2022): 79–88.
- Nurrisa, F., dan D. Hermina. "Pendekatan Kualitatif dalam Penelitian: Strategi, Tahapan, dan Analisis Data." *Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran* 2, no. 3 (2025): 793–800.
- Pangestu, Mari Elka. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta: Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008.
- Pemerintah Desa Pulau Rengas. *Profil Desa Pulau Rengas, Kecamatan Jangkat, Kabupaten*

- Merangin, Provinsi Jambi*. Merangin: Pemerintah Desa Pulau Rengas, 2023.
- Purhantara, Wahyu. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Ramadhoni, M. R., dan A. Hafiz. “Efektivitas Digitalisasi Pelayanan pada Himpunan Penyelenggara Umrah dan Haji dalam Meningkatkan Layanan Haji.” *Jurnal Manajemen Dakwah* 10, no. 2 (2022): 222–252.
- Rosyidah, A., dan V. Arida. “Pendampingan Ekonomi Kreatif PKK Dusun Karangpoh Guna Menumbuhkan Jiwa Kewirausahaan Melalui Pengembangan Kuliner.” *Jurnal Kommunity Online* 5, no. 2 (2024): 97–116.
- Rohmah, Umi. *Analisis Peran Ekonomi Kreatif dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam*. Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2013.
- Sangadji, Etta Mamang, dkk. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi, 2010.
- Soemitra, Andri, Zulkifli M. Nawawi, dan Syahbudi. *Pembiayaan Syariah untuk Usaha Mikro di Indonesia*. Jakarta: Merdeka Kreasi Group, 2022.
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014.
- Suparyanto. *Kewirausahaan: Konsep dan Realita pada Usaha Kecil*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suryana. *Ekonomi Kreatif: Ekonomi Baru, Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Tambunan, Tulus T. H. *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.
- Topan, Sissah, dan Nurfitri Martaliah. “Peran Bank Indonesia Kantor Perwakilan Wilayah (KPW) Jambi Dalam Penerapan Keuangan Inklusif Pada UMKM Kota Jambi.” *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah* 2, no. 1 (2024): 188–201.
- Triase, Yuliana, T., Iqbal, M., Putri, L. A., Hazwani, N., dan Zulkifli. “Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Tanah Rendah Kabupaten Batu Bara.” *Community Development Journal* 5, no. 5 (2024): 8776–8780.
- Wibowo, D. H., Zainul Arifin, dan Sunarti. *Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Di Jeng Solo)*. Malang: Universitas Brawijaya, 2015.