



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2026) pp: 4841-4849

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Strategi Pengembangan Kompetensi SDM UMKM Kuliner di Tangerang Selatan untuk Meningkatkan Daya Saing

Kenny Astria, Bambang Purnomo Yanuarso, Sakti Wicaksono

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Universitas Pamulang

dosen01899@unpam.ac.id, dosen02142@unpam.ac.id, dosen03098@unpam.ac.id

Abstrak

Tangerang Selatan sebagai kota satelit yang dinamis dan berbatasan langsung dengan Jakarta mengalami pertumbuhan ekonomi yang pesat. Karakteristik masyarakat yang heterogen, urban, serta memiliki daya beli tinggi menjadikan kota ini sebagai pasar potensial bagi bisnis kuliner. Perkembangan pusat keramaian, kawasan hunian modern, dan keberadaan kampus di wilayah seperti Serpong, Bintaro, dan Ciputat mendorong munculnya ribuan UMKM kuliner setiap tahun. Data Dinas Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa sektor kuliner menjadi sektor unggulan yang mendominasi UMKM di Tangerang Selatan. Namun, besarnya potensi pasar sejalan dengan tingginya tingkat persaingan. Menjelang 2025, daya saing UMKM tidak hanya ditentukan oleh cita rasa, tetapi juga dipengaruhi oleh disrupsi digital, perubahan perilaku konsumen yang menuntut kecepatan dan higienitas, serta persaingan dengan jaringan kuliner franchise besar yang lebih mapan. Oleh karena itu, UMKM kuliner dituntut memiliki keunggulan kompetitif berkelanjutan melalui inovasi produk, peningkatan kualitas layanan, pemanfaatan teknologi, dan efisiensi operasional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan kompetensi SDM UMKM kuliner di Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif, berlokasi di Dinas Koperasi dan UKM serta pelaku UMKM kuliner setempat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan SDM menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan dana, rendahnya kesadaran pelatihan, serta minimnya dukungan dan akses informasi. Meskipun demikian, potensi pengembangan tetap besar. Strategi kolaboratif antara pemerintah, swasta, dan pelaku usaha, didukung pelatihan berkelanjutan, pemanfaatan teknologi, serta kebijakan proaktif, diperlukan untuk meningkatkan daya saing UMKM kuliner.

Kata kunci: Strategi Pengembangan Kompetensi, UMKM, Daya Saing.

1. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar utama perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap hampir 97% tenaga kerja. Di era pasca-pandemi dan menyongsong tahun 2025, stabilitas ekonomi nasional sangat bergantung pada daya tahan dan kristalisasi pertumbuhan sektor UMKM ini. Di antara berbagai sektor, industri kuliner (makanan dan minuman) konsisten menjadi kontributor terbesar di dalam ekosistem ekonomi kreatif dan UMKM, karena sifatnya yang merupakan kebutuhan pokok dan memiliki perputaran uang yang cepat. Tangerang Selatan, sebagai kota satelit yang dinamis dan berbatasan langsung dengan Ibu Kota Jakarta, mengalami pertumbuhan ekonomi yang pesat. Karakteristik masyarakat Tangsel yang heterogen, urban, dan memiliki daya beli yang relatif tinggi menjadikan kota ini sebagai pasar yang sangat potensial bagi bisnis kuliner. Pertumbuhan pusat-pusat keramaian baru, hunian modern, serta kampus-kampus di wilayah seperti Serpong, Bintaro, dan Ciputat mendorong kemunculan ribuan UMKM kuliner baru setiap tahunnya. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Kota Tangerang Selatan, sektor kuliner konsisten menjadi sektor unggulan yang mendominasi jumlah UMKM di Tangsel.

Per akhir 2024, terdapat sekitar 92.783 UMKM tercatat di Tangerang Selatan, dengan sektor kuliner menjadi salah satu sektor unggulan utama. Usaha kuliner mendominasi sektor usaha mikro dan kecil di wilayah tersebut, yang tersebar di 7 kecamatan (Pamulang, Setu, Ciputat, Ciputat Timur, Serpong, Serpong Utara, dan Pondok Aren). Kuliner menjadi sektor menjanjikan yang terus tumbuh di Tangerang Selatan, sering kali menggabungkan cita rasa tradisional dengan tren modern

Tabel 1. Distribusi UMKM Restoran per Kecamatan di Kota Tangerang Selatan (2025)

No.	Kecamatan	Jumlah UMKM	Persentase (%)
1	Pondok Aren	282	24,5
2	Ciputat Timur	210	18,2
3	Pamulang	198	17,2
4	Ciputat	174	15,1
5	Serpong	148	12,8
6	Serpong Utara	92	8,0
7	Setu	48	4,2
Total		1.152	100,0

Sumber: Dinas UMKM Kota Tangerang Selatan

Namun, potensi pasar yang besar ini berbanding lurus dengan tingkat persaingan yang sangat ketat. Menjelang tahun 2025, daya saing UMKM kuliner tidak lagi hanya ditentukan oleh cita rasa semata. Pelaku UMKM dihadapkan pada disrupsi digital yang masif, perubahan perilaku konsumen yang mengutamakan kecepatan dan higienitas, serta gempuran jaringan kuliner franchise besar yang memiliki manajemen yang lebih mapan. Untuk dapat bertahan dan tumbuh, UMKM kuliner lokal di Tangerang Selatan dituntut untuk memiliki keunggulan kompetitif (daya saing) yang berkelanjutan, baik dalam hal inovasi produk, kualitas layanan, pemanfaatan teknologi, maupun efisiensi operasional.

Faktor kunci yang menjadi determinan utama dari daya saing tersebut adalah Sumber Daya Manusia (SDM). SDM adalah otalitas penggerak seluruh aset usaha; mulai dari koki yang menentukan rasa, pelayan yang menentukan kualitas layanan, hingga pemilik yang menentukan strategi bisnis. Strategi pengembangan kompetensi SDM di UMKM kuliner menjadi sangat mendesak (urgensi) karena sektor ini masih dihadapkan pada permasalahan klasik SDM, antara lain: rendahnya literasi digital, kurangnya pemahaman tentang standar keamanan pangan (HACCP/hygiene), kelemahan dalam manajemen keuangan, serta kreativitas yang terbatas dalam inovasi produk dan branding. Tanpa adanya strategi pengembangan kompetensi SDM yang terstruktur dan terukur, UMKM kuliner di Tangerang Selatan berisiko hanya akan menjadi penonton di tengah pesatnya pertumbuhan ekonomi kota. Kesenjangan (gap) antara tuntutan pasar 2025 yang serba digital dan mapan dengan kapabilitas SDM UMKM saat ini yang masih manual dan tradisional akan semakin melebar. Oleh karena itu, penelitian mengenai bagaimana merumuskan strategi pengembangan kompetensi SDM yang tepat guna, adaptif, dan berkelanjutan sangat krusial untuk dilakukan.

Penelitian ini memfokuskan pada merumuskan strategi pengembangan kompetensi SDM UMKM Kuliner di Tangerang Selatan guna meningkatkan daya saing mereka menghadapi tantangan bisnis pada tahun 2025. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha dan bahan pertimbangan kebijakan bagi Pemerintah Kota Tangerang Selatan

Srategi pengembangan adalah usaha menyeluruh, yang memerlukan dukungan dari pimpinan atas yang dirancang untuk meningkatkan efektifitas dan kesehatan organisasi melalui penggunaan beberapa tehnik intervensi dengan menerapkan pengetahuan yang berasal dari ilmu-ilmu perilaku. (Wijaya, 2021:244) Srategi pengembangan adalah suatu proses yang meningkatkan efektifitas keorganisasian dengan mengintergrasikan keinginan individu akan pertumbuhan dan perkembangan tujuan keorganisasian. Secara khusus proses ini merupakan usaha mengadakan perubahan secara berencana yang meliputi suatu system total sepanjang periode tertentu, dan usaha mengadakan perubahan ini berkaitan dengan misi organisasi

Menurut hasil kajian Perrin yang dikutip oleh Mangkunegara (2021), kompetensi SDM melibatkan sejumlah aspek yang krusial dalam konteks pengelolaan sumber daya manusia. Kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu organisasi maupun usaha, termasuk pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kompetensi SDM dapat diartikan sebagai kemampuan yang dimiliki seseorang dalam melaksanakan pekerjaan berdasarkan pengetahuan, keterampilan, sikap, dan pengalaman yang dimiliki sehingga mampu menghasilkan kinerja yang optimal. Dalam konteks UMKM, kompetensi SDM menjadi aspek yang sangat penting karena kualitas sumber daya manusia akan memengaruhi kemampuan usaha

dalam menghadapi persaingan, menciptakan inovasi, meningkatkan kualitas produk, serta mempertahankan keberlangsungan usaha

Kompetensi SDM tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis dalam menjalankan pekerjaan, tetapi juga mencakup kemampuan berpikir, kemampuan berkomunikasi, kemampuan manajerial, hingga kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Pelaku UMKM yang memiliki kompetensi tinggi cenderung lebih mampu memahami kebutuhan pasar, memanfaatkan teknologi digital, mengelola usaha secara efektif, serta mengambil keputusan bisnis yang tepat. Sebaliknya, rendahnya kompetensi SDM dapat menjadi hambatan dalam pengembangan usaha karena pelaku UMKM akan kesulitan menghadapi perubahan dan persaingan bisnis yang semakin kompleks

Menurut Michael Well sebagaimana dikutip oleh Wibowo (2019), kompetensi seseorang dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berkaitan satu sama lain. Faktor pertama yaitu keyakinan dan nilai-nilai. Keyakinan seseorang terhadap kemampuan yang dimiliki akan memengaruhi cara individu dalam bekerja dan menghadapi tantangan. Seseorang yang memiliki keyakinan positif dan nilai-nilai seperti disiplin, tanggung jawab, kejujuran, dan kerja keras cenderung mampu menunjukkan kompetensi yang lebih baik dalam melaksanakan pekerjaannya. Sebaliknya, individu yang kurang percaya diri akan mengalami kesulitan dalam mengembangkan kemampuan yang dimiliki. Selain itu, keterampilan juga menjadi faktor penting yang memengaruhi kompetensi seseorang. Keterampilan merupakan kemampuan teknis maupun nonteknis yang dimiliki individu dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Semakin tinggi keterampilan yang dimiliki seseorang, maka semakin baik pula tingkat kompetensinya. Dalam konteks UMKM, keterampilan dapat berupa kemampuan produksi, pemasaran digital, komunikasi, hingga pengelolaan keuangan usaha

Faktor berikutnya adalah pengalaman. Pengalaman kerja atau pengalaman usaha dapat membantu seseorang memahami pekerjaan secara lebih mendalam serta meningkatkan kemampuan dalam menghadapi berbagai situasi dan permasalahan. Seseorang yang memiliki pengalaman lebih banyak biasanya lebih terampil dalam mengambil keputusan dan menyelesaikan masalah. Selain pengalaman, karakteristik kepribadian juga memengaruhi kompetensi seseorang. Karakteristik seperti disiplin, kreatif, inovatif, tanggung jawab, percaya diri, dan kemampuan bekerja sama dapat mendukung peningkatan kompetensi individu dalam bekerja. Dalam dunia usaha, khususnya UMKM, karakteristik kepribadian yang positif sangat diperlukan agar pelaku usaha mampu menghadapi persaingan dan mengembangkan bisnisnya secara berkelanjutan.

Motivasi juga menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kompetensi seseorang. Individu yang memiliki motivasi tinggi cenderung lebih semangat dalam belajar, meningkatkan kemampuan, dan mencapai prestasi kerja yang lebih baik. Motivasi dapat berasal dari dalam diri sendiri maupun dari lingkungan sekitar, seperti dukungan keluarga, penghargaan, atau peluang pengembangan usaha. Selain motivasi, isu emosional juga memengaruhi kompetensi individu. Kondisi emosional yang stabil akan membantu seseorang bekerja secara lebih produktif dan mampu menjalin hubungan yang baik dengan orang lain. Sebaliknya, stres, kecemasan, atau tekanan emosional dapat menghambat kemampuan seseorang dalam bekerja dan mengembangkan kompetensinya

Kemampuan intelektual juga menjadi faktor penting dalam membentuk kompetensi SDM. Kemampuan intelektual berkaitan dengan kemampuan berpikir, memahami informasi, menganalisis masalah, dan mengambil keputusan secara tepat. Individu yang memiliki kemampuan intelektual yang baik cenderung lebih mudah memahami pengetahuan baru dan menemukan solusi terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi. Selain itu, budaya organisasi juga memengaruhi kompetensi seseorang. Budaya organisasi merupakan nilai, norma, dan kebiasaan yang berkembang dalam lingkungan kerja. Budaya organisasi yang positif dapat menciptakan lingkungan kerja yang mendukung pengembangan diri, kerja sama, inovasi, dan peningkatan kualitas SDM. Dengan demikian, faktor-faktor yang dikemukakan oleh Michael Well menunjukkan bahwa kompetensi seseorang dipengaruhi oleh berbagai aspek baik dari dalam diri individu maupun lingkungan sekitarnya, sehingga pengembangan kompetensi SDM perlu dilakukan secara menyeluruh dan berkelanjutan

Menurut Tambunan (2019:16), usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dijalankan oleh perorangan maupun badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha menengah maupun usaha besar. Usaha kecil juga tidak dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dari usaha yang lebih besar. Dengan kata lain, usaha kecil memiliki kemandirian dalam pengelolaan usaha, pengambilan keputusan, serta pengembangan kegiatan usahanya. Selain itu, usaha kecil harus memenuhi kriteria tertentu sebagaimana yang telah ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan terkait usaha kecil

Usaha kecil memiliki peranan yang sangat penting dalam perekonomian, terutama dalam menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Keberadaan usaha kecil mampu membantu mengurangi tingkat pengangguran karena usaha ini banyak menyerap tenaga kerja dari masyarakat sekitar. Selain itu, usaha kecil juga menjadi salah satu sumber penghasilan bagi masyarakat yang memiliki keterbatasan modal namun ingin menjalankan kegiatan usaha secara mandiri

Dalam praktiknya, usaha kecil biasanya memiliki karakteristik seperti jumlah tenaga kerja yang relatif sedikit, modal usaha yang terbatas, penggunaan teknologi yang masih sederhana, serta cakupan pemasaran yang belum terlalu luas. Meskipun demikian, usaha kecil memiliki fleksibilitas yang tinggi dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen. Hal tersebut membuat usaha kecil mampu bertahan dalam berbagai kondisi ekonomi, termasuk ketika terjadi krisis ekonomi

Pada sektor UMKM, usaha kecil juga memiliki kontribusi besar terhadap pengembangan ekonomi daerah. Banyak usaha kecil bergerak di bidang kuliner, kerajinan, perdagangan, jasa, dan industri rumah tangga yang mampu memanfaatkan potensi lokal sebagai sumber kegiatan ekonomi. Dengan adanya usaha kecil, potensi daerah dapat dikembangkan menjadi produk yang memiliki nilai jual sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar

Namun demikian, usaha kecil juga menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usahanya, seperti keterbatasan modal, rendahnya kualitas SDM, kurangnya pemanfaatan teknologi, serta terbatasnya akses pemasaran dan jaringan usaha. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari pemerintah, lembaga keuangan, koperasi, dan berbagai pihak lainnya dalam bentuk pelatihan, pendampingan, bantuan modal, serta pengembangan kompetensi SDM agar usaha kecil dapat berkembang dan memiliki daya saing yang lebih baik

Dengan demikian, usaha kecil tidak hanya berperan sebagai kegiatan ekonomi produktif yang dijalankan secara mandiri, tetapi juga menjadi salah satu penggerak utama perekonomian masyarakat. Keberadaan usaha kecil sangat penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan mendukung pembangunan ekonomi lokal secara berkelanjutan

Daya saing berkaitan dengan kemampuan suatu Usaha Mikro dan Kecil (UMK) dalam menghasilkan produk barang maupun jasa yang mampu memenuhi standar pasar, baik di tingkat nasional maupun internasional. Daya saing menunjukkan kemampuan suatu perusahaan atau pelaku usaha dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Dalam hal ini, perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan nilai lebih dibandingkan dengan pesaingnya, baik melalui kualitas produk, harga, pelayanan, inovasi, maupun strategi pemasaran yang digunakan. Semakin tinggi kemampuan suatu usaha dalam menciptakan keunggulan tersebut, maka semakin tinggi pula daya saing yang dimilikinya

Daya saing menjadi faktor yang sangat penting bagi keberlangsungan usaha karena persaingan bisnis saat ini berkembang sangat cepat seiring dengan kemajuan teknologi, globalisasi, dan perubahan kebutuhan konsumen. Pelaku UMK tidak hanya bersaing dengan usaha lokal, tetapi juga harus mampu menghadapi persaingan dengan produk dari perusahaan besar maupun produk luar negeri. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu meningkatkan kualitas produk dan layanan agar mampu menarik minat konsumen serta mempertahankan loyalitas pelanggan

Dalam konteks UMK, daya saing dapat dilihat dari kemampuan usaha dalam menghasilkan produk yang berkualitas, memiliki ciri khas, harga yang kompetitif, serta mampu mengikuti perkembangan pasar. Selain itu, daya saing juga berkaitan dengan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital, melakukan inovasi produk, meningkatkan kualitas SDM, serta membangun strategi pemasaran yang efektif. UMK yang memiliki daya saing tinggi biasanya lebih mudah berkembang karena mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis

Peningkatan daya saing UMK juga dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia yang dimiliki. SDM yang kompeten akan membantu usaha dalam menciptakan inovasi, meningkatkan produktivitas, serta memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan. Selain itu, penggunaan teknologi digital seperti media sosial, marketplace, dan sistem pembayaran digital juga dapat membantu meningkatkan daya saing usaha karena memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi usaha

Selain faktor internal, daya saing UMK juga dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti dukungan pemerintah, akses permodalan, kondisi pasar, dan perkembangan teknologi. Pemerintah memiliki peran penting dalam membantu meningkatkan daya saing UMK melalui program pelatihan, pendampingan usaha, bantuan modal, serta fasilitasi promosi produk lokal. Dengan adanya dukungan tersebut, pelaku usaha dapat meningkatkan kualitas produk dan kemampuan usaha sehingga lebih siap menghadapi persaingan pasar

Dengan demikian, daya saing merupakan kemampuan suatu UMK dalam menciptakan keunggulan dan nilai tambah dibandingkan pesaingnya melalui produk, layanan, inovasi, dan strategi usaha yang dimiliki. Daya saing yang tinggi akan membantu UMK bertahan, berkembang, dan mampu bersaing di pasar lokal maupun internasional sehingga dapat memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat

2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam mengenai strategi pengembangan kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) pada UMKM kuliner di Tangerang Selatan dalam upaya meningkatkan daya saing usaha. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang lebih rinci mengenai kondisi nyata di lapangan, pengalaman para pelaku UMKM, serta berbagai faktor yang memengaruhi pengembangan kompetensi SDM dalam menjalankan usaha kuliner. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti dapat menggambarkan fenomena yang terjadi secara sistematis, faktual, dan mendalam sesuai dengan kondisi sebenarnya

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan, menggambarkan, dan menjelaskan suatu fenomena atau keadaan yang terjadi di lapangan secara objektif. Penelitian deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran secara jelas mengenai strategi pengembangan kompetensi SDM yang diterapkan oleh pelaku UMKM kuliner di Tangerang Selatan, termasuk berbagai bentuk pelatihan, pendampingan, inovasi usaha, pemanfaatan teknologi digital, hingga strategi kolaborasi dan kemitraan yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing usaha mereka. Dengan penelitian deskriptif, peneliti dapat menjelaskan kondisi aktual terkait kemampuan SDM pelaku UMKM serta berbagai tantangan yang mereka hadapi dalam mengembangkan usaha di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

Lokasi penelitian ini dilakukan di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Tangerang Selatan serta beberapa industri UMKM kuliner yang berada di wilayah Tangerang Selatan. Pemilihan lokasi penelitian tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa Tangerang Selatan merupakan salah satu daerah yang memiliki perkembangan UMKM kuliner yang cukup pesat. Selain itu, pemerintah daerah melalui Dinas Koperasi dan UMKM juga aktif dalam melaksanakan berbagai program pengembangan usaha dan peningkatan kualitas SDM bagi pelaku UMKM. Oleh karena itu, lokasi penelitian dianggap relevan untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan strategi pengembangan kompetensi SDM UMKM kuliner dalam meningkatkan daya saing usaha.

Subjek dalam penelitian ini terdiri dari pihak-pihak yang dianggap memiliki informasi dan pemahaman terkait strategi pengembangan kompetensi SDM pada UMKM kuliner di Tangerang Selatan. Informan penelitian meliputi pegawai atau pihak dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang Selatan, serta pemilik atau pelaku usaha UMKM kuliner yang menjalankan usaha di wilayah Tangerang Selatan. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling, yaitu teknik penentuan informan berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian. Informan dipilih karena dianggap mengetahui, memahami, dan terlibat langsung dalam kegiatan pengembangan SDM serta pengelolaan usaha UMKM kuliner.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas UMKM kuliner, proses pengelolaan usaha, penerapan strategi pengembangan SDM, serta kondisi usaha yang berkaitan dengan peningkatan daya saing. Melalui observasi, peneliti dapat memperoleh gambaran nyata mengenai bagaimana pelaku UMKM menjalankan usahanya, memanfaatkan teknologi digital, melakukan pemasaran produk, hingga mengelola sumber daya manusia yang dimiliki.

Teknik wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih rinci dan mendalam dari para informan penelitian. Wawancara dilakukan secara langsung dengan pihak Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang Selatan serta pemilik UMKM kuliner. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui berbagai strategi yang

dilakukan dalam pengembangan kompetensi SDM, kendala yang dihadapi pelaku usaha, bentuk dukungan pemerintah, serta upaya yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing UMKM kuliner. Dengan wawancara mendalam, peneliti dapat menggali pengalaman, pandangan, serta pendapat informan terkait kondisi UMKM dan pengembangan SDM secara lebih komprehensif.

Selain observasi dan wawancara, penelitian ini juga menggunakan teknik dokumentasi sebagai pelengkap data penelitian. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan penelitian, seperti data UMKM dari Dinas Koperasi dan UMKM, foto kegiatan pelatihan dan pendampingan, arsip program pengembangan usaha, catatan kegiatan UMKM, serta dokumen lain yang mendukung penelitian. Teknik dokumentasi bertujuan untuk memperkuat data hasil observasi dan wawancara sehingga informasi yang diperoleh menjadi lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara bertahap melalui proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih, menyederhanakan, dan memfokuskan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Setelah itu, data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif agar lebih mudah dipahami dan dianalisis. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh di lapangan. Analisis data dilakukan secara terus-menerus sejak proses pengumpulan data hingga penelitian selesai sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi sebenarnya mengenai strategi pengembangan kompetensi SDM UMKM kuliner di Tangerang Selatan dalam meningkatkan daya saing usaha

3. Hasil dan Diskusi

Strategi Pengembangan Kompetensi SDM UMKM Kuliner

Implementasi strategi pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) telah menghasilkan perubahan yang substansial dalam sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Tujuan utama dari strategi ini adalah untuk meningkatkan ekonomi lokal. Sentra Wisata Kuliner (SWK) dibuat dengan tujuan menjadi wadah dari pemerintah Tangerang Selatan dalam melakukan pemberdayaan terhadap UMKM dalam meningkatkan ekonomi lokal. Dalam implementasinya, masih terdapat beberapa hambatan yang terjadi seperti sepi pengunjung. Adanya strategi pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) diperlukan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Beberapa penerapan langkah-langkah yang terbukti membawa dampak yang positif bagi peningkatan pendapatan ekonomi lokal pada sektor UMKM, antara lain:

1. Sosialisasi dan Pelatihan

Sosialisasi dan pelatihan adalah satu diantara beberapa strategi pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) hingga dapat memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan ekonomi lokal, terutama dalam konteks pengembangan UMKM. Sosialisasi mengacu pada proses penyebaran informasi dan pengetahuan kepada individu atau kelompok terkait tentang banyaknya faktor memiliki relevansi terhadap kegiatan perekonomian, sementara pelatihan melibatkan pemberian keterampilan, pengetahuan, dan pemahaman praktis yang diperlukan untuk mengelola bisnis dengan lebih efektif.

Penelitian ini menyoroti bahwa sosialisasi melalui penyebaran pengetahuan tentang kewirausahaan dalam usaha meningkatkan sektor UMKM di Tangerang Selatan, memberikan dampak signifikan terhadap ekonomi lokal. Sosialisasi dan pelatihan ini berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal, terutama Ketika peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) semakin baik. Pelatihan ini membantu peserta dalam menanamkan dan membangun jiwa wirausaha, memahami studi kelayakan usaha, serta memulai dan mengembangkan usaha mereka. Selain itu, peserta juga diperkenalkan dengan perkembangan teknologi media sosial yang semakin canggih, yang dapat digunakan untuk pengembangan dan pemasaran produk atau jasa (Sulaeman, 2020). Sosialisasi dan pelatihan mengenai pengembangan UMKM di Tangerang Selatan telah memberikan dampak positif pada ekonomi lokal, khususnya dalam sektor kuliner. Peserta UMKM, terutama di bidang kuliner, mendapatkan manfaat besar dari sosialisasi pemasaran online. Mereka telah menggunakan platform seperti Instagram untuk mempromosikan produk-produk mereka, menunjukkan pemahaman yang baik akan pentingnya media sosial dalam memperluas pasar. Ini berpotensi meningkatkan ekonomi lokal dengan memperluas jangkauan pasar UMKM.

Sosialisasi dan pelatihan memberikan pengaruh yang berarti dalam meningkatkan ekonomi lokal pada sektor UMKM. Sosialisasi dan pelatihan berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi lokal, apabila meningkatnya kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal di sektor UMKM. Melalui sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan telah mencapai keberhasilan dalam kontribusi terhadap keterampilan dan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) dimana pelaku UMKM memperoleh pengetahuan terkait aplikasi Buku Warung setelah melalui tahap sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan yang dilakukan. Adanya pemahaman dan keterampilan baru, pelaku UMKM dan diharapkan dapat mengoptimalkan potensi usaha mereka dan bersama-sama menciptakan dampak positif pada ekonomi lokal.

Pentingnya peran sosialisasi dan pelatihan untuk pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) berkontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi lokal di sektor UMKM. Sosialisasi dan pelatihan dapat memberikan pengetahuan praktis dan keterampilan yang diperlukan bagi pelaku UMKM. Misalnya, mereka dapat dilatih dalam hal manajemen usaha, teknik memasak dan penyajian makanan yang menarik, manajemen keuangan, dan pemasaran produk secara efektif. Dengan meningkatkan kualitas SDM mereka melalui pelatihan yang tepat, pengusaha UMKM dapat memaksimalkan potensi usaha mereka serta memberikan pengalaman kuliner yang lebih memuaskan bagi pengunjung.

Dengan demikian, pengembangan Sumber Daya manusia (SDM) melalui strategi sosialisasi dan pelatihan dapat dianggap menjadi salah satu strategi yang efektif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal pada sektor UMKM. Langkah-langkah ini tidak hanya membantu UMKM agar bisa lebih kompetitif di pasar yang semakin kompleks, tetapi juga berpotensi untuk menciptakan dampak positif yang lebih luas bagi masyarakat setempat, termasuk peningkatan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan kesejahteraan secara keseluruhan

2. Pemasaran dan Promosi Digital

Di zaman revolusi industri 4.0 seperti saat ini, diperlukan digitalisasi di segala sektor meliputi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pemasaran dan promosi melalui media digital dapat meningkatkan jangkauan pasar yang lebih luas. Selain itu, strategi pemasaran dan promosi digital memberikan dampak positif dalam meningkatkan ekonomi lokal pada sektor UMKM. Penerapan strategi melalui pemasaran dan promosi digital membuktikan dirinya sebagai salah satu faktor pendorong utama dalam meningkatkan ekonomi lokal. Upaya digitalisasi usaha UMKM melalui inovasi website ayamsuperjovan.odoo.com terbukti mampu dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas dikarenakan proses transaksi penjualan yang sangat cepat dan mudah. Sehingga, dapat dikatakan pemasaran dan promosi digital memberikan dampak dalam meningkatkan ekonomi lokal pada sektor UMKM.

Adanya digitalisasi menciptakan awareness produk dengan menerapkan Google Business, produk UMKM akan lebih mudah ditemukan dan diakses melalui mesin pencarian Google. Selain itu, penggunaan QRIS yang memudahkan pembayaran digital diharapkan dapat meningkatkan transaksi keuangan. Strategi pemasaran dan promosi digital memberikan dampak positif dalam meningkatkan ekonomi lokal. Pemasaran dan promosi digital terbukti mampu meningkatkan ekonomi lokal pada sektor UMKM. Dengan adanya strategi tersebut, dapat memperluas jangkauan pasar mereka secara signifikan. Adopsi teknologi seperti Google Business dan QRIS dapat memberikan peluang baru bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan dan memudahkan proses pembelian bagi pelanggan. Selain itu, digitalisasi usaha UMKM seperti penggunaan website dan platform e-commerce, telah membawa dampak positif dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses transaksi penjualan.

Dengan demikian, strategi pemasaran dan promosi digital telah membuktikan diri sebagai salah satu faktor pendorong utama dalam meningkatkan ekonomi lokal. Melalui pemanfaatan teknologi digital dapat meningkatkan daya saing, menjangkau lebih banyak pelanggan, dan menciptakan pengalaman kuliner yang lebih baik bagi pengunjung

3. Kolaborasi dan Kemitraan

Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) adalah salah satu faktor utama dalam meningkatkan pendapatan ekonomi lokal pada bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pada konteks strategi kolaborasi dan kemitraan mampu menjadi strategi yang efektif untuk memperkuat upaya pengembangan SDM di kalangan

pelaku UMKM. Strategi kolaborasi dan kemitraan strategis dalam sektor UMKM berdampak positif dan signifikan terhadap peningkatan ekonomi lokal. Setiap pelaku usaha khususnya pengusaha UMKM perlu bersedia untuk berkolaborasi dan bermitra dengan bisnis lain guna memperkuat posisi mereka, mempertahankan, bahkan meningkatkan kinerja mereka agar dapat tetap relevan dan bertahan dalam persaingan.

Inovasi kolaborasi menjadi kunci Untuk memperbaiki performa UMKM di Surabaya pada zaman revolusi industri 4.0. Strategi kolaborasi dan kemitraan memungkinkan UMKM untuk memperkuat posisi mereka di pasar dan mengubah persepsi negatif terhadap produk UMKM. Skomill, sebagai koperasi tidak hanya memberikan pendanaan kepada anggotanya, tetapi juga memberikan panduan bisnis terkait berbagai aspek, seperti laporan keuangan, kemasan, merek, pemasaran, dan penjualan. Hal ini membantu mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi UMKM dan memungkinkan mereka untuk bersaing secara global di masa depan. Sinergi antara pemerintah, koperasi, dan UMKM menjadi kunci dalam mencapai tujuan ini.

Pentingnya strategi kolaborasi dan kemitraan di sektor UMKM, Kolaborasi antara para pemangku kepentingan dan skema bisnis UMKM ekspor memiliki peran krusial dalam tahap penerimaan atau manajemen UMKM. Dengan proses onboarding yang efektif, pelaku UMKM dapat mengakses potensi pasar internasional untuk melakukan ekspor. Penerapan teknologi digital menjadi faktor kunci dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi UMKM setelah pandemi, memungkinkan mereka untuk tetap eksis, pulih, dan bersaing di pasar global. Untuk mewujudkannya, sinergi yang baik antara para pemangku kepentingan sangatlah penting agar proses transformasi berjalan lancar.

Strategi kolaborasi dan kemitraan merupakan salah satu metode efektif dalam meningkatkan ekonomi lokal. Melalui kerjasama yang kuat antara pelaku UMKM, pemerintah daerah, organisasi non-pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya, memiliki potensi untuk menjadi destinasi kuliner yang lebih menarik dan berdaya saing tinggi. Dengan demikian, untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan penting bagi pelaku UMKM untuk terus mendorong kolaborasi dan kemitraan yang berkelanjutan. Langkah-langkah tersebut bukan saja akan memberi keuntungan kepada para UMKM secara individu, namun juga akan memperkuat fondasi ekonomi lokal secara keseluruhan, membuat peluang pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan komunitas lokal

4. Rewarding atau Penghargaan

Strategi rewarding atau penghargaan telah menjadi sorotan utama dalam Upaya meningkatkan perekonomian lokal, berfokus di bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pengakuan atas kontribusi dan prestasi pelaku UMKM bukan hanya sekadar bentuk apresiasi, tetapi juga merupakan motor penggerak untuk pertumbuhan ekonomi lokal yang berkelanjutan. Di hadapan tantangan dan kompetisi yang semakin sengit, pemberian reward tidak hanya menjadi insentif, tetapi juga menjadi strategi yang efektif untuk memotivasi, memperkuat loyalitas, dan meningkatkan kinerja. Ini memperlihatkan pentingnya pengakuan dan apresiasi terhadap kontribusi yang diberikan oleh anggota UMKM, serta peran strategis reward dalam memotivasi mereka untuk mencapai kinerja yang lebih baik. Dengan adanya sistem reward yang efektif, diharapkan dapat terus mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di sektor hidroponik dan kebun organik, serta berkontribusi positif terhadap ekonomi lokal.

Reward memiliki dampak signifikan terhadap pengembangan SDM. Selain kedisiplinan, pemberian reward dapat meningkatkan kinerja mereka. Organisasi dapat membantu pengrajin mencapai kinerja yang efektif dengan memperhatikan aspek reward atau penghargaan. Pemberian reward kepada pengrajin sebagai bentuk apresiasi terhadap kontribusi mereka menjadi penting untuk memenuhi kebutuhan dan memotivasi mereka.

Melalui strategi rewarding atau penghargaan, terbukti mampu meningkatkan ekonomi lokal pada sektor UMKM. Dengan memberikan pengakuan dan insentif kepada para pelaku UMKM di Tangerang Selatan, seperti pujian atas prestasi mereka atau penghargaan dalam bentuk bantuan modal usaha atau pelatihan keterampilan, telah meningkatkan motivasi dan kinerja mereka. Dampak positif dari strategi rewarding atau penghargaan ini dapat terlihat dari peningkatan jumlah pengunjung, pendapatan penjualan, dan reputasi Tangerang Selatan sebagai destinasi kuliner yang menarik

Hambatan yang Dihadapi

Hambatan utama dalam pengembangan kompetensi SDM UMKM kuliner meliputi keterbatasan modal dan waktu untuk pelatihan, rendahnya literasi digital/finansial, serta kurangnya motivasi karyawan. Faktor internal seperti tingkat pendidikan/umur dan minimnya komitmen manajemen juga menghambat implementasi program peningkatan keterampilan secara efektif. Hambatan Utama Pengembangan SDM UMKM Kuliner:

1. Keterbatasan Sumber Daya (Modal & Waktu): Pelaku UMKM seringkali tidak memiliki anggaran khusus untuk pelatihan, dan operasional harian yang padat menyebabkan kurangnya waktu untuk pelatihan.
2. Kesenjangan Keterampilan & Pendidikan: Kualitas SDM yang rendah, terutama dalam hal kemampuan teknis kuliner, manajerial, dan literasi finansial/digital.
3. Kurangnya Motivasi dan Komitmen: Tingginya resistensi karyawan terhadap perubahan dan kurangnya dukungan atau komitmen dari pemilik/manajemen dalam mengembangkan staf.
4. Akses Pelatihan yang Terbatas: Kurangnya program pelatihan yang sesuai, terjangkau, dan mudah diakses oleh pelaku UMKM kuliner.
5. Manajemen Operasional yang Tradisional: Sulitnya beralih dari cara tradisional ke metode yang lebih modern dan efisien

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut: Pengembangan sumber daya manusia (SDM) di UMKM kuliner Tangerang Selatan menghadapi tantangan yang kompleks, termasuk keterbatasan dana, rendahnya kesadaran pentingnya pelatihan, dan minimnya dukungan pemerintah serta akses informasi. Namun, hasil penelitian ini menegaskan bahwa potensi pengembangan SDM di sektor ini sangat besar, mengingat tingginya permintaan terhadap produk kuliner lokal akibat sektor pariwisata yang berkembang pesat. Strategi kolaboratif yang melibatkan pemerintah, sektor swasta, dan pelaku usaha dapat menjadi solusi utama untuk meningkatkan kualitas SDM. Dukungan berupa pelatihan berkelanjutan, pemanfaatan teknologi, dan kebijakan yang proaktif sangat diperlukan untuk mengatasi kendala yang ada. Selain itu, investasi pada infrastruktur pelatihan dan penyediaan akses informasi yang lebih baik dapat memperkuat daya saing UMKM kuliner di Tangerang Selatan. Kesimpulan ini diharapkan menjadi dasar bagi langkah-langkah strategis yang dapat diimplementasikan untuk mendukung pertumbuhan UMKM sebagai pilar ekonomi lokal

Referensi

1. Ade Raselawati, (2019), Pengaruh Perkembangan Usaha Kecil Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Pada Sektor UKM Indonesia, *Skripsi*: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
2. Badan Pusat Statistik (BPS), (2025), *Data Statistik Usaha Kecil dan Menengah (UKM)*, Jakarta, Badan Pusat Statistik
3. Diah Tuhfat Yoshida, (2020), *Arsitektur Strategik: Sebuah Solusi Meraih Kemenangan dalam Dunia yang Senantiasa Berubah*, Jakarta: PT Elex Komputindo Kelompok Gramedia
4. Eko Sugiarto, (2019), *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*, Yogyakarta: Suaka Media
5. Emron Edison, dkk. (2019), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Bandung: Alfabeta
6. Hardani, dkk. (2020), *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Yogyakarta: CV Pustaka Ilmu Group Yogyakarta
7. Husein Umar. (2020), *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
8. Hutapea, Parulian dan Nurianna Thoha, (2021), *Kompetensi Plus: Teori, Desain, Kasus dan Penerapan untuk HR dan Organisasi yang Dinamis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
9. Indra Wijaya, (2021), *Perilaku Organisasi*, Bandung: Sinar Baru
10. Iskandar Wiryokusumo dan J. Mandilika, (2019), *Kumpulan-Kumpulan Pemikiran dalam Pendidikan*, Jakarta: CV. Rajawali
11. James L. Gibson, (2020: 658) *Organisasi Dan Manajemen, Perilaku Struktur Dan Proses*, Terj. Djoerban Wahid, Jakarta: Erlangga
12. John M Bryson, (2019), *Perencanaan Strategis*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar
13. Malayu S. P Hasibuan, (2021), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara
14. Nimran, Umar, (2019). *Perilaku Organisasi*. Surabaya: Citra Media.
15. Pandji Anoraga, (2019), *Ekonomi Islam Kajian Makro dan Mikro*, Yogyakarta: PT. Dwi Chandra Wacana
16. Prihadi, Syaiful F, (2019), *Assesment Centre: Identifikasi, Pengukuran dan Pengembangan Kompetensi*, Jakarta: Gramedia Pustaka
17. Rachman Hermawan dan Zulfikar Zen, (2020), *Etika Kepustakawanan*, Jakarta: CV.
18. Rachmat, (2019), *Manajemen Strategik*, Bandung: CV Pustaka Setia
19. Ricky W. Griffin, (2019), *Manajemen Jilid I*, alih bahasa Gina Gania, Ed. Wisnu Chandra Kristiaji, Jakarta: Erlangga
20. Sandu Siyoto dan M. Alik Sodik, (2020), *Dasar Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Literasi Media Publishing
21. Sugiyono, (2020), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta CV
22. Tulus T.H. Tambunan, (2019), *UMKM di Indonesia*, Bogor: Ghalia Indonesia
23. Umar Nimran, (2019), *Perilaku Organisasi*, Surabaya: Citra Media
24. Undang-Undang Nomor tahun 2008 tentang UMKM, Bab IV pasal 6
25. Veithzal dkk. (2019). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk. Perusahaan (Dari Teori ke Praktik)*. Edisi Ketiga. PT. Raja Grafindo Persada
26. Wibowo. (2019). *Perilaku Dalam Organisasi*. Edisi 3, Cetakan 6. Depok: Rajawali. Pers.
27. Yunarsih, Tjutju dan Suwatno, (2019) *Manajemen Sumber Daya Manusia, Teori, Aplikasi dan Isu Penelitian, Cetakan Kesatu*, Bandung: Alfabeta