



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: 5413-5423

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

Strategi Pengembangan Kompetensi SDM UMKM Kota Tangerang Selatan Untuk Meningkatkan Daya Saing

Moch Yusuf Sunaryo, Lismiatun, Henni Marlinah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

dosen01010@unpam.ac.id, dosen01460@unpam.ac.id, dosen02187@unpam.ac.id

Abstrak

Sumber Daya Manusia (SDM) memiliki peran penting dalam menentukan kemampuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk bertahan dan bersaing di tengah perubahan pasar digital. Kota Tangerang Selatan memiliki potensi UMKM yang besar karena didukung oleh pertumbuhan ekonomi daerah, akses pasar yang luas, serta perkembangan infrastruktur digital. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan kesiapan kompetensi pelaku UMKM, terutama dalam aspek manajerial, literasi digital, pemasaran berbasis teknologi, dan pengelolaan keuangan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan kompetensi SDM UMKM di Kota Tangerang Selatan agar mampu meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun nasional. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis SWOT. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur, wawancara mendalam, dan observasi lapangan terhadap 40 pelaku UMKM di wilayah Tangerang Selatan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelemahan utama UMKM terletak pada rendahnya literasi digital, belum optimalnya penggunaan teknologi dalam pencatatan keuangan, serta terbatasnya kemampuan manajerial usaha. Di sisi lain, peluang utama muncul dari dukungan pemerintah daerah, ketersediaan infrastruktur digital, dan meningkatnya program pelatihan kewirausahaan. Berdasarkan hasil analisis, strategi yang direkomendasikan meliputi sinkronisasi pelatihan berbasis triple helix antara pemerintah, akademisi, dan komunitas bisnis, digitalisasi manajemen rantai pasok, serta penyusunan standar kompetensi kerja lokal. Strategi ini diharapkan mampu memperkuat kapasitas SDM UMKM dan mendorong daya saing usaha secara berkelanjutan.

Kata kunci: Pengembangan Kompetensi, SDM, UMKM, Analisis SWOT, Daya Saing.

1. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis sebagai tulang punggung perekonomian nasional di Indonesia. Sektor ini tidak hanya berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), melainkan juga berfungsi sebagai penyerap tenaga kerja terbesar yang menjaga stabilitas ekonomi dari guncangan krisis global. Di tingkat regional, Kota Tangerang Selatan merupakan salah satu wilayah satelit dengan pertumbuhan sektor UMKM yang sangat progresif. Letak geografisnya yang berbatasan langsung dengan DKI Jakarta memberikan keunggulan pasar yang masif sekaligus mendatangkan tantangan kompetisi yang sangat ketat.

Kota Tangerang Selatan (Tangsel) mencatatkan pertumbuhan jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang sangat signifikan. Data menunjukkan lonjakan dari 33.596 pelaku usaha pada tahun 2019 menjadi lebih dari 90.128 unit pada periode berjalan. Pertumbuhan kuantitas ini, jika tidak dibarengi dengan peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM), berisiko menciptakan stagnasi ekonomi di mana UMKM hanya mampu bertahan di level subsisten tanpa adanya skalabilitas usaha. Pemerintah Kota Tangerang Selatan pada April 2026 menekankan bahwa penguatan sektor UMKM merupakan kunci stabilitas ekonomi kerakyatan. Namun, realitas di lapangan menunjukkan adanya tantangan struktural yang persisten. Rendahnya tingkat penguasaan teknologi, keterbatasan pemahaman manajemen keuangan modern, dan kurangnya inovasi produk menjadi penghambat utama. Pengembangan kompetensi SDM bukan lagi sekadar pilihan, melainkan keharusan strategis untuk menghadapi persaingan di kawasan penyangga ibu kota yang sangat dinamis.

Meskipun kuantitas UMKM di Kota Tangerang Selatan terus mengalami peningkatan signifikan dari tahun ke tahun, ekspansi volume usaha ini belum diimbangi secara proporsional oleh penguatan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) di dalamnya. Sebagian besar pelaku UMKM masih mengoperasikan bisnisnya dengan pola

konvensional-tradisional tanpa perencanaan strategis yang matang. Permasalahan mendasar yang kerap ditemui di lapangan meliputi rendahnya kompetensi manajerial, minimnya pemahaman mengenai manajemen keuangan baku (seperti pemisahan kas pribadi dan kas operasional), serta lemahnya adopsi teknologi digital dalam pemasaran dan pengelolaan rantai pasok (supply chain).

Di era ekonomi digital, daya saing suatu entitas bisnis tidak lagi hanya ditentukan oleh besarnya modal fisik atau kepemilikan aset berwujud, melainkan oleh kapabilitas dan adaptabilitas SDM (intangible assets). Ketidakmampuan SDM UMKM dalam mengadopsi e-commerce, melakukan analisis pasar digital, dan menjaga konsistensi mutu produk menyebabkan banyak produk lokal kalah bersaing dengan produk pabrikan maupun produk impor yang membanjiri pasar domestik. Oleh karena itu, diperlukan sebuah kajian ilmiah yang komprehensif mengenai perumusan strategi pengembangan kompetensi SDM yang aplikatif, integratif, dan berbasis pada karakteristik wilayah Kota Tangerang Selatan guna mendorong eskalasi daya saing secara berkelanjutan.

karena manusia memiliki peran sebagai penggerak utama dalam menjalankan seluruh aktivitas organisasi. Menurut Handoko (2020:233), sumber daya manusia adalah individu yang memiliki peran dalam menyumbangkan tenaga, bakat, kreativitas, pengetahuan, keterampilan, serta usahanya untuk kepentingan aktivitas organisasi. Dalam suatu organisasi, sumber daya manusia tidak hanya dipandang sebagai tenaga kerja semata, tetapi juga sebagai aset penting yang menentukan keberhasilan organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Setiap individu memiliki kemampuan dan potensi yang berbeda-beda sehingga apabila dikelola dengan baik dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap perkembangan organisasi maupun usaha.

Dalam konteks organisasi, tenaga kerja digunakan untuk mengelola dan memaksimalkan pemanfaatan sumber daya lainnya seperti modal, teknologi, bahan baku, metode kerja, dan informasi dengan tujuan mencapai target organisasi secara efektif dan efisien. Sumber daya manusia menjadi faktor utama yang menghubungkan seluruh sumber daya tersebut agar dapat digunakan secara optimal. Tanpa adanya sumber daya manusia, sumber daya lainnya tidak akan dapat dimanfaatkan dengan baik karena manusia merupakan pihak yang mengendalikan, mengelola, serta menjalankan seluruh proses organisasi. Oleh sebab itu, Wirawan (2020) menyatakan bahwa tanpa kehadiran tenaga kerja, sumber daya lainnya akan menjadi tidak bermanfaat dan tidak berdaya dalam mencapai tujuan organisasi. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa manusia memiliki posisi yang sangat penting sebagai penggerak utama dalam keberhasilan suatu organisasi maupun usaha.

Sumber daya manusia juga memiliki peranan penting dalam menentukan tingkat produktivitas dan kualitas suatu organisasi. Individu yang memiliki kemampuan, keterampilan, dan motivasi kerja yang baik akan mampu menghasilkan kinerja yang optimal sehingga dapat membantu organisasi mencapai tujuan secara lebih efektif. Selain itu, sumber daya manusia juga menjadi faktor utama dalam menciptakan inovasi dan perubahan dalam organisasi. Di era globalisasi dan perkembangan teknologi yang sangat cepat seperti saat ini, organisasi dituntut untuk mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis, perkembangan teknologi, dan kebutuhan pasar yang terus berkembang. Oleh karena itu, kualitas sumber daya manusia menjadi salah satu aspek yang sangat menentukan kemampuan organisasi dalam menghadapi persaingan dan mempertahankan keberlangsungan usaha.

Menurut Ndraha (2019), sumber daya manusia yang memiliki kualitas unggul tidak hanya mampu menghasilkan nilai yang lebih tinggi dalam perbandingan, tetapi juga mampu menciptakan nilai bersaing yang kreatif dan inovatif. Hal ini dapat dicapai melalui pemanfaatan energi intelektual seperti kecerdasan, kreativitas, kemampuan berpikir, pengetahuan, dan imajinasi, bukan hanya mengandalkan tenaga fisik atau sumber daya alam semata. Pendapat tersebut menunjukkan bahwa manusia memiliki potensi yang sangat besar apabila dikembangkan secara optimal. Dalam dunia usaha modern, keunggulan suatu organisasi tidak lagi hanya ditentukan oleh besarnya modal atau banyaknya sumber daya alam yang dimiliki, tetapi lebih ditentukan oleh kualitas sumber daya manusianya.

Konsep sumber daya manusia sebagai kekuatan organisasi menunjukkan bahwa manusia bukan sekadar alat produksi, melainkan aset strategis yang mampu memberikan nilai tambah bagi organisasi. Sumber daya manusia yang berkualitas akan mampu menciptakan inovasi produk, meningkatkan kualitas pelayanan, memperbaiki sistem kerja, dan menciptakan strategi usaha yang lebih efektif. Dengan adanya kreativitas dan inovasi dari sumber daya manusia, organisasi akan lebih mudah berkembang dan memiliki daya saing yang tinggi di tengah persaingan global yang semakin ketat. Oleh karena itu, organisasi perlu memberikan perhatian yang besar terhadap pengembangan kualitas sumber daya manusia melalui berbagai program pelatihan, pendidikan, dan pengembangan kompetensi agar potensi yang dimiliki setiap individu dapat berkembang secara maksimal.

Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), sumber daya manusia memiliki peranan yang sangat penting dalam mendukung perkembangan usaha. Pelaku UMKM dituntut memiliki kemampuan dalam mengelola usaha, memahami kebutuhan pasar, memanfaatkan teknologi digital, serta menciptakan inovasi produk agar mampu bersaing dengan usaha lainnya. Namun, masih banyak UMKM yang menghadapi kendala dalam pengembangan kualitas sumber daya manusia, seperti rendahnya tingkat pendidikan, keterbatasan keterampilan, dan kurangnya pemahaman teknologi. Kondisi tersebut dapat menghambat perkembangan usaha dan menurunkan daya saing UMKM di pasar. Oleh karena itu, peningkatan kualitas SDM menjadi salah satu faktor utama yang harus diperhatikan agar UMKM dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif.

Peningkatan kualitas dan kompetensi sumber daya manusia dapat dilakukan melalui berbagai cara seperti pendidikan, pelatihan, seminar, workshop, pendampingan usaha, dan berbagai program pengembangan keterampilan lainnya. Melalui pengembangan tersebut, individu akan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya. Selain itu, peningkatan kompetensi juga dapat membantu sumber daya manusia menjadi lebih kreatif, inovatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi serta perubahan lingkungan bisnis. Dalam konteks UMKM, pelatihan mengenai pemasaran digital, pengelolaan keuangan, pelayanan konsumen, dan inovasi produk sangat diperlukan agar pelaku usaha mampu meningkatkan kualitas usahanya dan memperluas jangkauan pasar.

Pengembangan sumber daya manusia juga bertujuan untuk meningkatkan produktivitas kerja dan efektivitas organisasi. Individu yang memiliki kompetensi tinggi akan lebih mampu bekerja secara profesional, menyelesaikan pekerjaan dengan baik, serta memberikan kontribusi positif bagi organisasi. Dalam dunia usaha, sumber daya manusia yang kompeten dapat membantu meningkatkan kualitas produk, pelayanan, dan kepuasan konsumen sehingga usaha yang dijalankan menjadi lebih berkembang dan memiliki daya saing yang tinggi. Selain itu, pengembangan SDM juga dapat membantu organisasi menciptakan lingkungan kerja yang lebih produktif, inovatif, dan mampu menghadapi perubahan pasar secara lebih cepat dan tepat.

Selain kompetensi, sikap dan karakter sumber daya manusia juga menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan organisasi. Sikap disiplin, tanggung jawab, jujur, kreatif, inovatif, dan mampu bekerja sama akan membantu menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan kondusif. Oleh karena itu, pengembangan sumber daya manusia tidak hanya berfokus pada peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga pada pembentukan karakter dan sikap kerja yang baik. Karakter yang positif akan membantu individu bekerja lebih profesional dan mampu membangun hubungan kerja yang harmonis dengan rekan kerja maupun konsumen.

menghasilkan produk barang dan jasa yang mampu memenuhi tuntutan dan standar persaingan pasar, baik di tingkat nasional maupun internasional, dengan tetap mempertahankan tingkat pendapatan dan pertumbuhan usaha yang tinggi secara berkelanjutan. Daya saing menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu usaha dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat di era globalisasi dan perkembangan teknologi saat ini. Perusahaan atau pelaku usaha yang memiliki daya saing tinggi akan lebih mampu bertahan, berkembang, dan memenangkan persaingan pasar dibandingkan dengan usaha yang memiliki daya saing rendah.

Daya saing tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga mencakup kemampuan dalam menciptakan nilai tambah melalui inovasi, efisiensi, pelayanan, strategi pemasaran, pemanfaatan teknologi, serta kemampuan memahami kebutuhan konsumen. Suatu usaha dapat dikatakan memiliki daya saing apabila mampu menawarkan produk atau jasa yang memiliki kualitas baik, harga yang kompetitif, pelayanan yang memuaskan, serta mampu mengikuti perkembangan pasar dan perubahan kebutuhan pelanggan. Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), daya saing menjadi aspek yang sangat penting karena pelaku usaha tidak hanya bersaing dengan usaha lokal, tetapi juga harus menghadapi persaingan dengan perusahaan besar maupun produk dari luar negeri.

Berdasarkan teori Resource-Based View (RBV), daya saing berkelanjutan dapat dicapai apabila perusahaan memiliki sumber daya internal yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif. Teori RBV menjelaskan bahwa keberhasilan suatu organisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam memanfaatkan sumber daya internal yang dimiliki secara optimal. Sumber daya tersebut dapat berupa sumber daya fisik, teknologi, keuangan, maupun sumber daya manusia. Dalam teori RBV, suatu perusahaan akan memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan apabila sumber daya yang dimiliki memenuhi empat karakteristik utama, yaitu valuable (bernilai), rare (langka), inimitable (sulit ditiru), dan organized (terorganisasi dengan baik).

Karakteristik *valuable* menunjukkan bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan harus mampu memberikan manfaat dan mendukung organisasi dalam mencapai tujuan serta meningkatkan efektivitas usaha. Dalam hal ini, sumber daya manusia yang kompeten mampu membantu perusahaan meningkatkan produktivitas, menciptakan inovasi, meningkatkan kualitas pelayanan, dan memperkuat strategi bisnis sehingga mampu menciptakan nilai tambah bagi organisasi. Sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan, keterampilan, kreativitas, dan kemampuan yang baik akan menjadi faktor penting dalam mendukung perkembangan usaha.

Karakteristik *rare* berarti sumber daya yang dimiliki perusahaan bersifat langka atau tidak dimiliki oleh banyak pesaing. Dalam konteks sumber daya manusia, kompetensi, kreativitas, pengalaman, dan kemampuan tertentu yang dimiliki individu dapat menjadi keunggulan tersendiri bagi organisasi. SDM yang berkualitas tinggi dan memiliki kemampuan khusus akan sulit ditemukan pada perusahaan lain sehingga menjadi faktor pembeda yang memberikan keunggulan kompetitif bagi organisasi.

Karakteristik *inimitable* menunjukkan bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan sulit ditiru oleh kompetitor. Dalam hal ini, kompetensi sumber daya manusia menjadi salah satu faktor yang paling sulit untuk ditiru karena berkaitan dengan pengalaman, budaya kerja, kreativitas, kemampuan berpikir, serta pengetahuan yang dimiliki individu. Kompetensi SDM terbentuk melalui proses pembelajaran, pengalaman kerja, pelatihan, serta budaya organisasi yang berlangsung dalam jangka panjang sehingga tidak mudah disalin oleh perusahaan lain. Oleh karena itu, sumber daya manusia dianggap sebagai aset strategis yang sangat penting dalam menciptakan daya saing berkelanjutan.

Selain itu, karakteristik *organized* berarti perusahaan mampu mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien. Organisasi harus memiliki sistem, struktur, strategi, dan budaya kerja yang mendukung pemanfaatan sumber daya manusia secara optimal. SDM yang kompeten akan memberikan hasil yang maksimal apabila didukung oleh manajemen organisasi yang baik, lingkungan kerja yang kondusif, serta adanya kesempatan untuk mengembangkan kemampuan dan kreativitas.

Dalam konteks UMKM, sumber daya manusia yang kompeten merupakan *core capability* atau kemampuan inti yang sangat penting dalam menciptakan daya saing usaha. Kompetensi SDM menjadi faktor utama yang membantu pelaku usaha menciptakan inovasi produk, meningkatkan kualitas layanan, memanfaatkan teknologi digital, serta membangun strategi pemasaran yang efektif. Pelaku UMKM yang memiliki kemampuan dalam mengelola usaha secara profesional dan adaptif terhadap perkembangan pasar akan lebih mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif.

Selain itu, perkembangan teknologi digital juga menuntut pelaku usaha untuk terus meningkatkan kompetensi sumber daya manusia agar mampu mengikuti perubahan lingkungan bisnis. Pemanfaatan media sosial, marketplace, sistem pembayaran digital, dan teknologi pemasaran online menjadi salah satu bentuk strategi yang dapat meningkatkan daya saing usaha. Oleh karena itu, pengembangan kualitas SDM melalui pendidikan, pelatihan, seminar, workshop, dan pendampingan usaha menjadi langkah penting yang harus dilakukan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam menghadapi persaingan global.

Daya saing (*competitiveness*) merupakan kemampuan suatu perusahaan, organisasi, maupun daerah dalam menghasilkan produk barang dan jasa yang mampu memenuhi tuntutan dan standar persaingan pasar, baik di tingkat nasional maupun internasional, dengan tetap mempertahankan tingkat pendapatan dan pertumbuhan usaha yang tinggi secara berkelanjutan. Daya saing menjadi salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan suatu usaha dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat di era globalisasi dan perkembangan teknologi saat ini. Perusahaan atau pelaku usaha yang memiliki daya saing tinggi akan lebih mampu bertahan, berkembang, dan memenangkan persaingan pasar dibandingkan dengan usaha yang memiliki daya saing rendah.

Daya saing tidak hanya berkaitan dengan kemampuan menghasilkan produk yang berkualitas, tetapi juga mencakup kemampuan dalam menciptakan nilai tambah melalui inovasi, efisiensi, pelayanan, strategi pemasaran, pemanfaatan teknologi, serta kemampuan memahami kebutuhan konsumen. Suatu usaha dapat dikatakan memiliki daya saing apabila mampu menawarkan produk atau jasa yang memiliki kualitas baik, harga yang kompetitif, pelayanan yang memuaskan, serta mampu mengikuti perkembangan pasar dan perubahan kebutuhan pelanggan. Dalam konteks Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), daya saing menjadi aspek yang sangat penting karena pelaku usaha tidak hanya bersaing dengan usaha lokal, tetapi juga harus menghadapi persaingan dengan perusahaan besar maupun produk dari luar negeri.

Berdasarkan teori Resource-Based View (RBV), daya saing berkelanjutan dapat dicapai apabila perusahaan memiliki sumber daya internal yang mampu menciptakan keunggulan kompetitif. Teori RBV menjelaskan bahwa keberhasilan suatu organisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam memanfaatkan sumber daya internal yang dimiliki secara optimal. Sumber daya tersebut dapat berupa sumber daya fisik, teknologi, keuangan, maupun sumber daya manusia. Dalam teori RBV, suatu perusahaan akan memiliki keunggulan bersaing yang berkelanjutan apabila sumber daya yang dimiliki memenuhi empat karakteristik utama, yaitu valuable (bernilai), rare (langka), inimitable (sulit ditiru), dan organized (terorganisasi dengan baik).

Karakteristik valuable menunjukkan bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan harus mampu memberikan manfaat dan mendukung organisasi dalam mencapai tujuan serta meningkatkan efektivitas usaha. Dalam hal ini, sumber daya manusia yang kompeten mampu membantu perusahaan meningkatkan produktivitas, menciptakan inovasi, meningkatkan kualitas pelayanan, dan memperkuat strategi bisnis sehingga mampu menciptakan nilai tambah bagi organisasi. Sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan, keterampilan, kreativitas, dan kemampuan yang baik akan menjadi faktor penting dalam mendukung perkembangan usaha.

Karakteristik rare berarti sumber daya yang dimiliki perusahaan bersifat langka atau tidak dimiliki oleh banyak pesaing. Dalam konteks sumber daya manusia, kompetensi, kreativitas, pengalaman, dan kemampuan tertentu yang dimiliki individu dapat menjadi keunggulan tersendiri bagi organisasi. SDM yang berkualitas tinggi dan memiliki kemampuan khusus akan sulit ditemukan pada perusahaan lain sehingga menjadi faktor pembeda yang memberikan keunggulan kompetitif bagi organisasi.

Karakteristik inimitable menunjukkan bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan sulit ditiru oleh kompetitor. Dalam hal ini, kompetensi sumber daya manusia menjadi salah satu faktor yang paling sulit untuk ditiru karena berkaitan dengan pengalaman, budaya kerja, kreativitas, kemampuan berpikir, serta pengetahuan yang dimiliki individu. Kompetensi SDM terbentuk melalui proses pembelajaran, pengalaman kerja, pelatihan, serta budaya organisasi yang berlangsung dalam jangka panjang sehingga tidak mudah disalin oleh perusahaan lain. Oleh karena itu, sumber daya manusia dianggap sebagai aset strategis yang sangat penting dalam menciptakan daya saing berkelanjutan.

Selain itu, karakteristik organized berarti perusahaan mampu mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien. Organisasi harus memiliki sistem, struktur, strategi, dan budaya kerja yang mendukung pemanfaatan sumber daya manusia secara optimal. SDM yang kompeten akan memberikan hasil yang maksimal apabila didukung oleh manajemen organisasi yang baik, lingkungan kerja yang kondusif, serta adanya kesempatan untuk mengembangkan kemampuan dan kreativitas.

Dalam konteks UMKM, sumber daya manusia yang kompeten merupakan core capability atau kemampuan inti yang sangat penting dalam menciptakan daya saing usaha. Kompetensi SDM menjadi faktor utama yang membantu pelaku usaha menciptakan inovasi produk, meningkatkan kualitas layanan, memanfaatkan teknologi digital, serta membangun strategi pemasaran yang efektif. Pelaku UMKM yang memiliki kemampuan dalam mengelola usaha secara profesional dan adaptif terhadap perkembangan pasar akan lebih mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan usaha yang semakin kompetitif.

Selain itu, perkembangan teknologi digital juga menuntut pelaku usaha untuk terus meningkatkan kompetensi sumber daya manusia agar mampu mengikuti perubahan lingkungan bisnis. Pemanfaatan media sosial, marketplace, sistem pembayaran digital, dan teknologi pemasaran online menjadi salah satu bentuk strategi yang dapat meningkatkan daya saing usaha. Oleh karena itu, pengembangan kualitas SDM melalui pendidikan, pelatihan, seminar, workshop, dan pendampingan usaha menjadi langkah penting yang harus dilakukan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam menghadapi persaingan global.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang berfokus pada analisis strategi operasional yang diterapkan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan daya saing usaha. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam kondisi nyata yang terjadi di lapangan, khususnya terkait pengembangan kompetensi sumber daya manusia, pengelolaan usaha, pemanfaatan teknologi digital, serta strategi yang diterapkan oleh pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan usaha.

Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih rinci mengenai berbagai faktor yang memengaruhi perkembangan UMKM dan daya saing usaha di Kota Tangerang Selatan.

Lokasi penelitian dibatasi pada wilayah Kota Tangerang Selatan yang mencakup tujuh kecamatan potensial sebagai pusat perkembangan UMKM, khususnya di sektor kuliner dan usaha produktif lainnya. Pemilihan wilayah tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa Kota Tangerang Selatan merupakan salah satu daerah dengan pertumbuhan UMKM yang cukup pesat serta memiliki potensi ekonomi yang besar. Selain itu, keberadaan berbagai program pengembangan UMKM yang dilakukan oleh pemerintah daerah juga menjadi alasan penting dalam menentukan lokasi penelitian. Dengan memilih beberapa kecamatan potensial, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih luas mengenai kondisi dan strategi pengembangan UMKM di Kota Tangerang Selatan.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik triangulasi data, yaitu penggunaan beberapa metode pengumpulan data untuk memperoleh informasi yang lebih valid, objektif, dan mendalam. Teknik triangulasi digunakan agar data yang diperoleh tidak hanya berasal dari satu sumber, tetapi dapat saling melengkapi dan memperkuat hasil penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kuesioner terstruktur, wawancara mendalam (in-depth interview), dan observasi lapangan.

Teknik pertama yaitu kuesioner terstruktur yang disebarakan kepada 40 pemilik atau manajer UMKM yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu pelaku usaha yang telah menjalankan usaha minimal selama dua tahun dan memiliki minimal dua orang karyawan. Pemilihan kriteria tersebut bertujuan agar responden yang dipilih benar-benar memiliki pengalaman dalam mengelola usaha serta memahami berbagai tantangan dan strategi yang diterapkan dalam pengembangan usaha. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data mengenai kondisi usaha, kompetensi sumber daya manusia, strategi pemasaran, penggunaan teknologi digital, serta berbagai faktor yang memengaruhi daya saing UMKM.

Teknik kedua adalah wawancara mendalam (in-depth interview) yang dilakukan kepada beberapa informan penting, seperti perwakilan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang Selatan, pendamping UMKM, serta akademisi setempat yang memiliki pengetahuan dan pengalaman terkait pengembangan UMKM. Wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih rinci mengenai kebijakan pemerintah, strategi pengembangan UMKM, kendala yang dihadapi pelaku usaha, serta upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kompetensi sumber daya manusia dan daya saing usaha. Melalui wawancara ini, peneliti dapat menggali pandangan, pengalaman, serta pendapat informan secara lebih komprehensif sehingga hasil penelitian menjadi lebih mendalam dan akurat.

Selain kuesioner dan wawancara, penelitian ini juga menggunakan teknik observasi lapangan. Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM. Observasi bertujuan untuk melihat kondisi nyata di lapangan, seperti proses produksi, pengelolaan administrasi usaha, sistem pelayanan, serta pemanfaatan perangkat digital dalam kegiatan usaha. Melalui observasi, peneliti dapat mengetahui secara langsung bagaimana pelaku usaha menjalankan operasional bisnisnya serta sejauh mana penerapan strategi pengembangan usaha dilakukan dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif gabungan dengan matriks SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis SWOT digunakan untuk memetakan kondisi strategis UMKM berdasarkan faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perkembangan usaha. Faktor internal terdiri dari kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses), sedangkan faktor eksternal terdiri dari peluang (opportunities) dan ancaman (threats). Melalui analisis SWOT, peneliti dapat mengidentifikasi posisi strategis UMKM saat ini serta mengetahui berbagai potensi dan kendala yang dihadapi dalam meningkatkan daya saing usaha.

Analisis strengths digunakan untuk mengidentifikasi keunggulan atau kekuatan yang dimiliki UMKM, seperti kualitas produk, keterampilan sumber daya manusia, kreativitas usaha, dan kemampuan memanfaatkan teknologi digital. Analisis weaknesses digunakan untuk mengetahui kelemahan yang masih dihadapi UMKM, seperti keterbatasan modal, rendahnya kompetensi SDM, keterbatasan pemasaran, dan kurangnya inovasi usaha. Sementara itu, analisis opportunities digunakan untuk melihat peluang yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM, seperti perkembangan teknologi digital, dukungan pemerintah, dan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk lokal. Adapun analisis threats digunakan untuk mengidentifikasi ancaman yang dihadapi UMKM, seperti persaingan pasar yang semakin ketat, perubahan perilaku konsumen, dan perkembangan produk pesaing.

Melalui hasil analisis SWOT tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan alternatif strategi dan kebijakan pengembangan UMKM yang berbasis data empiris. Strategi yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi solusi dalam meningkatkan kompetensi sumber daya manusia, memperkuat daya saing usaha, serta membantu pelaku UMKM menghadapi tantangan bisnis di era digital dan globalisasi. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan UMKM di Kota Tangerang Selatan serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah, pelaku usaha, dan pihak terkait lainnya dalam menyusun kebijakan dan program pengembangan UMKM secara berkelanjutan

3. Hasil dan Diskusi

Table 1.1: Karakteristik dan Profil Kompetensi SDM UMKM Sampel di Kota Tangerang Selatan

NO	ASPEK KOMPETENSI YANG DINILAI	KONDISI RIIL / PERSENTASE CAPAIAN	KATEGORI KUALITATIF
1	Penyusunan Laporan Keuangan Baku	22,5%	Sangat Rendah
2	Pemanfaatan Marketplace & Social Media Commerce	65,0%	Sedang
3	Penerapan Digital Digital Marketing Ads (FB/IG Ads)	15,0%	Sangat Rendah
4	Standardisasi Mutu & Sertifikasi Halal/PIRT	42,5%	Rendah
5	Kemampuan Manajemen Rantai Pasok & Inventaris	30,0%	Rendah

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang berfokus pada analisis strategi operasional yang diterapkan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan daya saing usaha. Pendekatan deskriptif kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam kondisi nyata yang terjadi di lapangan, khususnya terkait pengembangan kompetensi sumber daya manusia, pengelolaan usaha, pemanfaatan teknologi digital, serta strategi yang diterapkan oleh pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan usaha. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh gambaran yang lebih rinci mengenai berbagai faktor yang memengaruhi perkembangan UMKM dan daya saing usaha di Kota Tangerang Selatan.

Lokasi penelitian dibatasi pada wilayah Kota Tangerang Selatan yang mencakup tujuh kecamatan potensial sebagai pusat perkembangan UMKM, khususnya di sektor kuliner dan usaha produktif lainnya. Pemilihan wilayah tersebut didasarkan pada pertimbangan bahwa Kota Tangerang Selatan merupakan salah satu daerah dengan pertumbuhan UMKM yang cukup pesat serta memiliki potensi ekonomi yang besar. Selain itu, keberadaan berbagai program pengembangan UMKM yang dilakukan oleh pemerintah daerah juga menjadi alasan penting dalam menentukan lokasi penelitian. Dengan memilih beberapa kecamatan potensial, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih luas mengenai kondisi dan strategi pengembangan UMKM di Kota Tangerang Selatan.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui teknik triangulasi data, yaitu penggunaan beberapa metode pengumpulan data untuk memperoleh informasi yang lebih valid, objektif, dan mendalam. Teknik triangulasi digunakan agar data yang diperoleh tidak hanya berasal dari satu sumber, tetapi dapat saling melengkapi dan memperkuat hasil penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kuesioner terstruktur, wawancara mendalam (in-depth interview), dan observasi lapangan. Penggunaan beberapa teknik pengumpulan data tersebut bertujuan untuk meningkatkan validitas penelitian sehingga hasil yang diperoleh lebih akurat dan sesuai dengan kondisi nyata di lapangan.

Teknik pertama yaitu kuesioner terstruktur yang disebarakan kepada 40 pemilik atau manajer UMKM yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian. Kriteria responden dalam penelitian ini yaitu pelaku

usaha yang telah menjalankan usaha minimal selama dua tahun dan memiliki minimal dua orang karyawan. Pemilihan kriteria tersebut bertujuan agar responden yang dipilih benar-benar memiliki pengalaman dalam mengelola usaha serta memahami berbagai tantangan dan strategi yang diterapkan dalam pengembangan usaha. Kuesioner digunakan untuk memperoleh data mengenai kondisi usaha, kompetensi sumber daya manusia, strategi pemasaran, penggunaan teknologi digital, serta berbagai faktor yang memengaruhi daya saing UMKM. Selain itu, penggunaan kuesioner membantu peneliti memperoleh data secara sistematis dan terstruktur sehingga memudahkan proses analisis data penelitian.

Teknik kedua adalah wawancara mendalam (in-depth interview) yang dilakukan kepada beberapa informan penting, seperti perwakilan Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang Selatan, pendamping UMKM, serta akademisi setempat yang memiliki pengetahuan dan pengalaman terkait pengembangan UMKM. Wawancara mendalam dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih rinci mengenai kebijakan pemerintah, strategi pengembangan UMKM, kendala yang dihadapi pelaku usaha, serta upaya yang dilakukan dalam meningkatkan kompetensi sumber daya manusia dan daya saing usaha. Melalui wawancara ini, peneliti dapat menggali pandangan, pengalaman, serta pendapat informan secara lebih komprehensif sehingga hasil penelitian menjadi lebih mendalam dan akurat. Teknik wawancara juga memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memperoleh informasi tambahan yang tidak ditemukan dalam kuesioner sehingga dapat memperkaya hasil penelitian.

Selain kuesioner dan wawancara, penelitian ini juga menggunakan teknik observasi lapangan. Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas usaha yang dijalankan oleh pelaku UMKM. Observasi bertujuan untuk melihat kondisi nyata di lapangan, seperti proses produksi, pengelolaan administrasi usaha, sistem pelayanan, serta pemanfaatan perangkat digital dalam kegiatan usaha. Melalui observasi, peneliti dapat mengetahui secara langsung bagaimana pelaku usaha menjalankan operasional bisnisnya serta sejauh mana penerapan strategi pengembangan usaha dilakukan dalam meningkatkan daya saing UMKM. Observasi lapangan juga membantu peneliti memahami kondisi dan situasi usaha secara lebih objektif sehingga data yang diperoleh tidak hanya berdasarkan pendapat responden, tetapi juga berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan.

Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif gabungan dengan matriks SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Analisis SWOT digunakan untuk memetakan kondisi strategis UMKM berdasarkan faktor internal dan eksternal yang memengaruhi perkembangan usaha. Faktor internal terdiri dari kekuatan (strengths) dan kelemahan (weaknesses), sedangkan faktor eksternal terdiri dari peluang (opportunities) dan ancaman (threats). Melalui analisis SWOT, peneliti dapat mengidentifikasi posisi strategis UMKM saat ini serta mengetahui berbagai potensi dan kendala yang dihadapi dalam meningkatkan daya saing usaha.

Analisis strengths digunakan untuk mengidentifikasi keunggulan atau kekuatan yang dimiliki UMKM, seperti kualitas produk, keterampilan sumber daya manusia, kreativitas usaha, dan kemampuan memanfaatkan teknologi digital. Analisis weaknesses digunakan untuk mengetahui kelemahan yang masih dihadapi UMKM, seperti keterbatasan modal, rendahnya kompetensi SDM, keterbatasan pemasaran, dan kurangnya inovasi usaha. Sementara itu, analisis opportunities digunakan untuk melihat peluang yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM, seperti perkembangan teknologi digital, dukungan pemerintah, dan meningkatnya minat masyarakat terhadap produk lokal. Adapun analisis threats digunakan untuk mengidentifikasi ancaman yang dihadapi UMKM, seperti persaingan pasar yang semakin ketat, perubahan perilaku konsumen, dan perkembangan produk pesaing.

Melalui hasil analisis SWOT tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan alternatif strategi dan kebijakan pengembangan UMKM yang berbasis data empiris. Strategi yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi solusi dalam meningkatkan kompetensi sumber daya manusia, memperkuat daya saing usaha, serta membantu pelaku UMKM menghadapi tantangan bisnis di era digital dan globalisasi. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan rekomendasi yang bermanfaat bagi pemerintah daerah, pelaku usaha, dan pihak terkait lainnya dalam menyusun program pengembangan UMKM yang lebih efektif dan berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan UMKM di Kota Tangerang Selatan serta mendukung peningkatan pertumbuhan ekonomi daerah dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

1. Analisis Lingkungan Internal (IFAS) dan Eksternal (EFAS)

Melalui serangkaian Focus Group Discussion (FGD) dan wawancara mendalam yang dilakukan kepada pelaku

UMKM, pendamping usaha, serta pihak Dinas Koperasi dan UMKM Kota Tangerang Selatan, diperoleh hasil analisis matriks SWOT yang menggambarkan kondisi internal dan eksternal UMKM dalam menghadapi persaingan usaha. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor yang memengaruhi perkembangan dan daya saing UMKM, baik dari sisi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses), peluang (opportunities), maupun ancaman (threats). Hasil analisis ini menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengembangan usaha yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Pada aspek kekuatan (strengths), hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM memiliki produk yang unik dan memiliki ciri khas lokal dengan tingkat kreativitas yang cukup tinggi. Keunikan produk menjadi salah satu faktor utama yang mampu meningkatkan daya saing usaha karena produk lokal memiliki identitas dan nilai budaya yang tidak dimiliki oleh produk lain. Kreativitas pelaku usaha dalam menciptakan inovasi produk, variasi menu, desain kemasan, serta strategi pemasaran menjadi kekuatan penting dalam menarik minat konsumen. Selain itu, komitmen pemilik usaha untuk terus berkembang dan mempertahankan usahanya juga menjadi kekuatan utama bagi UMKM. Pelaku usaha menunjukkan semangat dan motivasi yang tinggi untuk meningkatkan kualitas produk, memperluas pasar, serta mengikuti perkembangan teknologi dan kebutuhan konsumen. Kekuatan lainnya yaitu biaya operasional yang relatif fleksibel. UMKM umumnya memiliki struktur usaha yang lebih sederhana sehingga lebih mudah menyesuaikan pengeluaran operasional sesuai dengan kondisi pasar dan kemampuan usaha. Fleksibilitas tersebut membantu UMKM bertahan dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil serta mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis secara lebih cepat.

Namun demikian, penelitian juga menemukan beberapa kelemahan (weaknesses) yang masih dihadapi oleh UMKM. Salah satu kelemahan utama yaitu keterbatasan anggaran dalam pengadaan pelatihan mandiri bagi sumber daya manusia. Banyak pelaku UMKM belum memiliki kemampuan finansial yang cukup untuk memberikan pelatihan secara rutin kepada karyawan maupun meningkatkan kompetensi diri secara berkelanjutan. Kondisi ini menyebabkan pengembangan kualitas SDM berjalan kurang optimal. Selain itu, tingginya tingkat perputaran karyawan (turnover) juga menjadi permasalahan yang cukup sering dihadapi oleh UMKM. Tingginya turnover menyebabkan usaha harus terus melakukan penyesuaian dan pelatihan ulang terhadap tenaga kerja baru sehingga dapat menghambat stabilitas dan produktivitas usaha. Kelemahan lainnya yaitu kurangnya dokumentasi prosedur kerja atau Standard Operating Procedure (SOP). Sebagian besar UMKM masih menjalankan usaha secara sederhana dan belum memiliki sistem administrasi serta prosedur kerja yang terdokumentasi dengan baik. Akibatnya, proses operasional usaha menjadi kurang terstruktur dan berpotensi menimbulkan ketidakefisienan dalam kegiatan usaha.

Pada aspek peluang (opportunities), penelitian menunjukkan bahwa UMKM memiliki peluang yang cukup besar untuk berkembang. Salah satu peluang utama yaitu adanya program pendampingan intensif dari Pemerintah Kota Tangerang Selatan melalui Dinas Koperasi dan UMKM. Program tersebut mencakup pelatihan kewirausahaan, pendampingan usaha, bantuan promosi, serta pengembangan kompetensi sumber daya manusia. Dukungan pemerintah tersebut menjadi peluang yang sangat penting bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas usaha dan daya saing produk. Selain itu, perkembangan infrastruktur jaringan internet 5G yang semakin merata juga memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan usaha. Dengan adanya akses internet yang lebih cepat dan stabil, pelaku usaha dapat memanfaatkan media sosial, marketplace, serta platform digital lainnya untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan penjualan produk. Peluang lainnya yaitu tingginya daya beli masyarakat urban di wilayah Tangerang Selatan. Sebagai salah satu kota berkembang dengan tingkat konsumsi masyarakat yang cukup tinggi, Tangerang Selatan memiliki pasar yang potensial bagi perkembangan UMKM, khususnya di sektor kuliner dan produk kreatif.

Di sisi lain, terdapat beberapa ancaman (threats) yang dapat memengaruhi keberlangsungan usaha UMKM. Salah satu ancaman terbesar yaitu masuknya produk impor murah yang dipasarkan melalui platform e-commerce. Produk impor dengan harga yang lebih rendah sering kali menjadi pesaing bagi produk lokal sehingga dapat menurunkan daya saing UMKM apabila pelaku usaha tidak mampu meningkatkan kualitas dan inovasi produk mereka. Selain itu, fluktuasi harga bahan baku juga menjadi ancaman yang cukup signifikan karena dapat memengaruhi biaya produksi dan harga jual produk. Ketidakstabilan harga bahan baku menyebabkan pelaku UMKM kesulitan dalam menentukan strategi harga dan menjaga keuntungan usaha. Ancaman lainnya yaitu regulasi izin edar yang dinilai masih cukup birokratis oleh pelaku usaha mikro. Proses perizinan yang panjang dan rumit sering kali menjadi hambatan bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha dan memperluas pemasaran produk mereka.

Berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut, dapat disimpulkan bahwa UMKM di Kota Tangerang Selatan memiliki potensi yang cukup besar untuk berkembang dan meningkatkan daya saing usaha, terutama melalui pemanfaatan kreativitas produk dan dukungan perkembangan teknologi digital. Namun demikian, pelaku usaha juga perlu mengatasi berbagai kelemahan internal dan menghadapi ancaman eksternal melalui strategi pengembangan sumber daya manusia, peningkatan kualitas produk, penguatan sistem manajemen usaha, serta pemanfaatan peluang yang tersedia secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan kerja sama antara pemerintah, pelaku usaha, lembaga pendamping, dan masyarakat agar UMKM dapat berkembang secara berkelanjutan dan memiliki daya saing yang lebih kuat di pasar lokal maupun nasional

2. Pembahasan Strategi Integratif

Guna mengakselerasi peningkatan daya saing, rumusan strategi pengembangan kompetensi SDM wajib difokuskan pada tiga pilar utama dengan memanfaatkan kerangka integrasi Triple Helix:

Strategi SO (Strengths - Opportunities): Pelatihan Berbasis Klaster Komunitas. Memanfaatkan tingginya komitmen pemilik usaha untuk diintegrasikan dengan program inkubasi bisnis dari pemerintah setempat. Pelatihan harus dilakukan secara sektoral (misalnya klaster kuliner, fashion, dan kriya) agar kurikulum pelatihan yang diajarkan tepat sasaran dan langsung berdampak pada produk penjualan

Strategi WO (Weaknesses - Opportunities): Digitalisasi Laporan Keuangan Lewat Aplikasi Terbuka. Mengatasi kelemahan laporan keuangan dengan memanfaatkan momentum meratanya jaringan digital. Kerja sama dengan akademisi perguruan tinggi lokal (seperti Universitas Pamulang atau UIN Jakarta yang berbasis di wilayah sekitar) dapat diwujudkan dalam bentuk program pengabdian masyarakat untuk melatih karyawan UMKM mengoperasikan aplikasi akuntansi digital gratis berbasis gawai pintar

Strategi ST (Strengths - Threats): Membangun Nilai Keunikan Produk Melalui Sertifikasi. Menghadapi ancaman produk luar negeri dengan cara memperkuat identitas keunikan lokal serta legalitas formal produk. Kompetensi SDM ditingkatkan dalam hal pemahaman standardisasi mutu produk, pengemasan higienis, serta pengurusan sertifikasi Halal dan PIRT secara kolektif yang difasilitasi oleh kedinasan terkait

4. Kesimpulan

Pengembangan kompetensi SDM merupakan determinan utama bagi peningkatan daya saing UMKM di Kota Tangerang Selatan. Saat ini, kondisi riil menunjukkan adanya ketimpangan kompetensi, di mana literasi pemasaran digital dasar cukup baik namun kompetensi manajerial akuntansi dan efisiensi rantai pasok masih tergolong sangat rendah. Strategi optimal yang dirumuskan melalui penelitian hukum ekonomi dan manajemen ini adalah dengan menerapkan model kerja sama integratif berbasis Triple Helix. Pemerintah daerah, akademisi, dan pelaku bisnis harus berkolaborasi aktif menyelenggarakan program pendampingan langsung (on-site mentoring), digitalisasi tata kelola laporan keuangan, serta percepatan sertifikasi izin edar untuk melindungi sekaligus menaikkan kelas komoditas produk lokal di kancah pasar yang lebih luas

Referensi

1. Adnyani, N.K.S., & Agustini, D.A.E. (2020). Digitalisasi Sebagai Pemulihan Perekonomian Di Sektor Kerajinan Dalam Mendukung Kebangkitan Umkm Di Provinsi Bali. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Media Ganesha FHIS*, 1(2), 87-96.
2. Emir, D. (2022). Pengembangan Objek Pariwisata Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Ekonomi Lokal Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Objek Wisata Pantai Karang Bolong Kecamatan Limau Kabupaten Tanggamus) (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
3. Ginanjar, D. (2022) Sentra Wisata Kuliner Surabaya Ramai Bukan Sekadar Faktor Lokasi, Sentra Wisata Kuliner Surabaya Ramai Bukan Sekadar Faktor Lokasi . Diambil dari: <https://www.jawapos.com/surabaya-raya/01404609/sentra-wisata-kuliner-surabayaramai-bukan-sekadar-faktor-lokasi>
4. GuruPrajab, (2023), Teori Ekonomi Lokal di tahun 2023: Mengetahui Dan Menerapkan Konsep-Konsepnya, GuruPrajab. Diambil dari: <https://www.guruprabab.com/2023/08/teoriekonomi-lokal-di-tahun-2023.html>
5. Jimmi, J. (2021). Efektivitas Reward terhadap Peningkatan Motivasi Kerja Mahasiswa Unit Kegiatan Mahasiswa Kebun Organik dan Hidroponik. *Management and Sustainable Development Journal*, 3(2), 58-69
6. Kementerian Keuangan (2023) Kontribusi UMKM Dalam perekonomian Indonesia, KEMENTERIAN KEUANGAN RI. Diambil dari: <https://djp.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikaping/id/data-publikasi/artikel/3134kontribusi-umkm-dalam-perekonomian-indonesia.html>
7. Laili, R. F., & Wijanarko, A. (2023). Pengaruh Biaya Produksi, Pelatihan, Teknologi Informasi Dan Pengalaman Kerja Terhadap Pendapatan Wirausaha Kampung Kue Rungkut Surabaya. *Buletin Ekonomika Pembangunan*, 4(1).
8. Marjukah, A., Prasetyo, J., & Setyabudi, A. (2021, November). Peran Kolaborasi Bisnis Dan Digital Marketing Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Masa Pandemic Covid-19. In *Prosiding Widyagama National Conference on economics and Business (Vol. 2, No. 1)*.

9. Safrizal, H. B. A. (2023). Monograf Disiplin Kerja, Reward dan Kinerja Karyawan UMKM.
10. Sarie, F., Sutaguna, I. N. T., Par, S. S., Par, M., Suiraoka, I. P., ST, S., ... & Massenga, I. T. W. (2023). Metodologi penelitian. Cendikia Mulia Mandiri.
11. Sienatra, K. B., Henryanto, A. G., Oktavio, A., Wijayadne, D. R., Sudyasjayanti, C., & Santoso, W. (2023). Akselerasi Digitalisasi Sentra Wisata Kuliner Wiyung Kota Surabaya Dalam Rangka Meraih Keunggulan Kompetitif Pasca COVID-19. *Madaniya*, 4(2)
12. Silalahi, M., & Saragih, S. P. (2022, January). Digitalisasi UMKM Ternak Ayam di Masa Pandemi Covid-19 Dengan Penjualan dan Marketing Berbasis Web. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Sosial dan Teknologi (SNISTEK)* (Vol. 4, pp. 513-518).
13. Subardjo, A., & Rahmawati, M. I. (2022). Inovasi Model Bisnis Inkubasi dan Kolaborasi dalam Meningkatkan Kinerja UMKM Surabaya di Era 4.0. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 2(1), 1724.
14. Sulaeman. (2020). Sosialisasi Kewirausahaan dalam Upaya Peningkatan UMKM Desa Palangan Kecamatan Karangbinangun Kabupaten Lamongan. *Jurnal Abdimas Berdaya: Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan dan Pengabdian Masyarakat*, 2(01), 16-22.
15. Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university-industry-government relations. *Research Policy*, 29(2), 109–123.