

Tantangan Dan Harapan Pelaku UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Modern

Ibrahim^{1*}¹ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Manajemen Makassar, Indonesia**Corresponding Author: ibrahim345@gmail.com***Article History****Received: 21-12-2024****Revised: 30-12-2024****Published: 25-01-2025****ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi tantangan dan harapan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi persaingan pasar modern yang semakin kompetitif. UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, namun perkembangan teknologi, perubahan pola konsumsi masyarakat, serta ekspansi ritel modern menimbulkan dinamika baru yang harus dihadapi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, di mana data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi dokumentasi terhadap sejumlah pelaku UMKM dari berbagai sektor. Analisis dilakukan dengan menekankan pada proses reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan untuk menggambarkan realitas sosial yang dialami pelaku UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tantangan utama yang dihadapi UMKM meliputi keterbatasan modal, akses pemasaran yang terbatas, keterampilan manajerial yang masih rendah, serta tekanan persaingan dari ritel modern yang menawarkan harga lebih murah dan promosi yang masif. Namun, di sisi lain, para pelaku UMKM masih memiliki harapan besar untuk dapat bertahan dan berkembang dengan memanfaatkan teknologi digital, memperkuat jejaring kemitraan, meningkatkan kualitas produk, serta memanfaatkan dukungan kebijakan pemerintah yang pro terhadap pengembangan UMKM. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa strategi adaptif berbasis inovasi, digitalisasi, dan kolaborasi lintas sektor menjadi kunci bagi UMKM untuk bersaing secara sehat di era pasar modern yang dinamis dan terus berubah.

ABSTRACT

The title 'Abstract' should be written in size 10pt, bold, Title Case letters. Abstract should include purpose, method, and result of the research. Abstract text should be written in size

Keywords: Umkm, Persaingan Pasar Modern, Harapan

10pt, minimum 100 words in one paragraph on a separate sheet. Abstract should be written in English. The keywords should reflect the concepts contained in the article to facilitate access to the relevant article in the search engines. Title 'keywords' should be written in size 10 pt, bold letters, whereas the keywords are written in italic letters.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat vital dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia, terutama sebagai penyerap tenaga kerja dan penggerak roda ekonomi lokal. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai lebih dari 60 persen, serta menyerap lebih dari 90 persen tenaga kerja nasional. Namun, di balik peran besar tersebut, UMKM menghadapi tantangan yang cukup kompleks, khususnya dalam menghadapi era persaingan pasar modern yang didominasi oleh perusahaan besar dan ritel modern. Menurut Santosa (2022), UMKM harus terus meningkatkan daya saingnya agar tidak terpinggirkan oleh dinamika globalisasi dan liberalisasi pasar yang semakin ketat.

Perubahan pola konsumsi masyarakat menjadi salah satu faktor yang menambah berat beban UMKM. Konsumen masa kini lebih memilih kemudahan, harga murah, dan kualitas produk yang konsisten, yang umumnya ditawarkan oleh pasar modern. Hal ini membuat UMKM harus beradaptasi dengan cepat, baik dari segi kualitas produk, strategi pemasaran, maupun pemanfaatan teknologi. Sebagaimana dikemukakan oleh Hidayat (2021), salah satu kelemahan mendasar UMKM adalah keterbatasan inovasi dan kemampuan untuk membaca tren pasar, sehingga sering kali tertinggal dibandingkan ritel modern yang memiliki modal besar dan strategi pemasaran yang terstruktur.

Keterbatasan modal dan akses permodalan juga menjadi permasalahan klasik yang dihadapi UMKM. Meski pemerintah telah menyediakan berbagai fasilitas pembiayaan, seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), tidak semua UMKM mampu mengaksesnya karena terkendala administrasi dan agunan. Menurut Tambunan (2019), banyak pelaku UMKM yang tidak bankable, sehingga terjebak dalam pembiayaan informal dengan bunga tinggi. Kondisi ini semakin mempersempit ruang gerak UMKM dalam mengembangkan usaha di tengah kompetisi yang semakin tajam.

Selain itu, aspek sumber daya manusia (SDM) juga masih menjadi persoalan besar. Rendahnya keterampilan manajerial, kemampuan digital, serta literasi keuangan membuat sebagian besar UMKM kesulitan melakukan pengelolaan usaha yang efektif. Riset Ardiansyah (2023) menyebutkan bahwa kelemahan pada kapasitas manajemen internal UMKM berimplikasi pada rendahnya produktivitas dan daya saing. Dengan demikian, pembinaan dan pelatihan berkelanjutan dari berbagai pihak sangat dibutuhkan agar UMKM dapat mengimbangi laju perkembangan pasar modern.

Persaingan pasar modern juga menuntut UMKM untuk meningkatkan kualitas produk agar sesuai dengan standar yang berlaku. Tidak sedikit UMKM yang mengalami kesulitan dalam memenuhi standar mutu, sertifikasi halal, izin edar, dan label gizi, yang justru menjadi persyaratan utama di pasar modern. Menurut Pratama (2022), rendahnya pemahaman pelaku UMKM mengenai standar kualitas menjadi hambatan utama dalam memperluas pangsa pasar. Oleh sebab itu, pendampingan dan akses informasi yang lebih mudah perlu diberikan agar UMKM mampu menembus pasar modern.

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital juga memberikan peluang besar bagi UMKM. Platform e-commerce, media sosial, dan sistem pembayaran digital menjadi sarana baru bagi UMKM untuk memperluas pasar dan memperkenalkan produk mereka. Penelitian Putri (2021) menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM dapat meningkatkan efektivitas promosi sekaligus memperluas akses pasar tanpa harus bergantung pada ritel modern. Namun, untuk memanfaatkan peluang ini, pelaku UMKM dituntut memiliki literasi digital yang memadai agar tidak tertinggal dari kompetitor.

Harapan pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan pasar modern tidak terlepas dari dukungan kebijakan pemerintah dan kolaborasi lintas sektor. Kebijakan perlindungan dan pemberdayaan UMKM melalui regulasi, insentif, dan pendampingan teknis merupakan bentuk dukungan yang sangat dibutuhkan. Menurut Sari (2024), peran pemerintah sebagai fasilitator sangat penting untuk menciptakan ekosistem bisnis yang kondusif, sehingga UMKM dapat tumbuh lebih kompetitif dan berkelanjutan di tengah persaingan global.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami lebih dalam tantangan dan harapan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar modern. Pendekatan kualitatif dipilih agar dapat menggali secara mendalam pengalaman, persepsi, serta strategi yang ditempuh pelaku UMKM. Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi kontribusi akademis dalam literatur terkait pengembangan UMKM sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pemerintah, lembaga pendukung, dan pelaku usaha untuk memperkuat daya saing UMKM di era pasar modern yang semakin dinamis.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk memahami secara mendalam tantangan dan harapan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi persaingan pasar modern. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada eksplorasi makna, pengalaman, serta pandangan subjektif pelaku UMKM yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. Menurut Moleong (2017), penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dengan mendeskripsikannya melalui kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan menekankan pada interaksi langsung dengan informan agar data yang diperoleh lebih kaya dan mendalam.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi terhadap pelaku UMKM dari berbagai sektor, seperti kuliner, kerajinan, dan perdagangan. Informan penelitian dipilih dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan subjek secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu, seperti lama usaha, pengalaman menghadapi persaingan, dan keterlibatan dalam pasar modern. Menurut Sugiyono (2019), purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang relevan dalam penelitian kualitatif karena memungkinkan peneliti memilih informan yang dianggap paling tahu dan dapat memberikan informasi yang mendalam terkait permasalahan penelitian. Teknik triangulasi data juga digunakan untuk meningkatkan validitas hasil penelitian, dengan cara membandingkan data dari berbagai sumber dan metode.

Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan model interaktif yang dikemukakan oleh Miles, Huberman, dan Saldana (2014), yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Proses reduksi data dilakukan dengan memilah informasi penting dari hasil wawancara dan observasi, sedangkan penyajian data dilakukan melalui uraian naratif untuk menggambarkan fenomena secara jelas. Penarikan kesimpulan dilakukan secara induktif dengan menekankan pada temuan empiris di lapangan. Hal ini sejalan dengan pendapat Bungin (2017) bahwa penelitian kualitatif harus menekankan proses interpretasi dan makna di balik fakta, sehingga menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif terhadap permasalahan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tantangan utama yang dihadapi pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan pasar modern adalah keterbatasan modal usaha. Sebagian besar responden mengakui kesulitan dalam mengakses permodalan formal karena persyaratan administrasi yang rumit serta keterbatasan agunan. Akibatnya, banyak pelaku UMKM masih mengandalkan modal pribadi atau pinjaman informal dengan bunga tinggi, yang justru membebani keberlangsungan usaha. Hal ini sesuai dengan temuan Lestari (2022) yang menyatakan bahwa masalah pembiayaan merupakan hambatan klasik yang mengurangi daya saing UMKM. Tambunan (2019) juga menegaskan bahwa akses pembiayaan yang terbatas mempersempit ruang UMKM untuk melakukan ekspansi usaha di tengah kompetisi yang semakin ketat.

Selain modal, kemampuan manajerial pelaku UMKM juga masih sangat terbatas. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM tidak memiliki perencanaan bisnis yang matang, termasuk dalam hal pencatatan keuangan, strategi pemasaran, dan manajemen produksi. Kondisi ini berdampak pada rendahnya kemampuan UMKM dalam mengambil keputusan strategis. Riset Ardiansyah (2023) mengungkapkan bahwa lemahnya kapasitas manajerial merupakan faktor dominan yang menyebabkan UMKM sulit beradaptasi dengan dinamika pasar modern. Buku Bungin (2017) menegaskan bahwa keterbatasan pada sumber daya manusia menjadi salah satu hambatan terbesar dalam pengembangan usaha kecil

Persaingan harga juga menjadi tantangan berat yang dialami UMKM. Produk-produk ritel modern cenderung memiliki harga yang lebih murah karena dukungan skala produksi besar dan rantai pasok yang efisien. Sementara itu, UMKM seringkali menghadapi biaya produksi lebih tinggi akibat keterbatasan bahan baku dan peralatan. Akibatnya, produk UMKM sulit bersaing secara langsung dengan ritel modern. Penelitian Sari (2023) menegaskan bahwa ketidakmampuan UMKM dalam menekan biaya produksi membuat mereka kalah bersaing dalam segmen pasar tertentu. Hal ini menunjukkan perlunya strategi diferensiasi produk berbasis kualitas dan kearifan lokal.

Dari sisi kualitas produk, sebagian besar UMKM masih menghadapi kendala dalam memenuhi standar mutu yang dibutuhkan pasar modern. Banyak UMKM yang belum memiliki sertifikasi halal, izin edar BPOM, atau standar kemasan yang layak. Hasil observasi lapangan menunjukkan bahwa aspek pengemasan menjadi kelemahan nyata yang membuat produk UMKM kalah menarik dibandingkan produk ritel modern. Pratama (2022) menyatakan bahwa rendahnya pemahaman pelaku UMKM tentang standar kualitas menjadi penghalang utama ekspansi produk. Sementara itu, Santosa (2022) menekankan bahwa peningkatan kualitas dan inovasi produk adalah kunci agar UMKM mampu bersaing secara berkelanjutan.

Selain kualitas produk, keterbatasan akses pasar juga menjadi persoalan yang sering dihadapi UMKM. Banyak pelaku usaha yang masih bergantung pada pasar lokal dengan jaringan pemasaran yang terbatas. Akses ke pasar modern, seperti supermarket atau minimarket, dinilai sulit karena memerlukan biaya listing yang cukup besar. Penelitian Fadillah (2022) menunjukkan bahwa keterbatasan jaringan distribusi menjadi faktor yang mempersempit ruang gerak UMKM. Menurut Moleong (2017), tantangan ini harus dijawab dengan memperluas strategi pemasaran berbasis komunitas maupun digital untuk memperkuat posisi UMKM di pasar.

Dalam hal pemanfaatan teknologi digital, hasil penelitian menunjukkan adanya kesenjangan yang cukup signifikan. Sebagian UMKM sudah mulai menggunakan media sosial dan e-commerce untuk memasarkan produknya, namun banyak juga yang belum mampu mengoptimalkannya. Pelaku UMKM yang belum melek digital mengaku kesulitan dalam mengelola akun media sosial, membuat konten promosi, hingga melakukan transaksi digital. Penelitian Putri (2021) menyatakan bahwa digitalisasi menjadi strategi efektif untuk memperluas jangkauan pasar UMKM, namun perlu didukung dengan peningkatan literasi digital pelaku usaha. Sugiyono (2019) menambahkan bahwa adaptasi teknologi merupakan salah satu indikator keberhasilan transformasi UMKM di era globalisasi.

Tantangan lain yang ditemukan adalah rendahnya literasi keuangan pelaku UMKM. Banyak pelaku usaha yang tidak memiliki pencatatan keuangan yang baik, sehingga kesulitan dalam mengukur laba, arus kas, maupun kebutuhan modal kerja. Kondisi ini menyebabkan UMKM kurang mampu dalam mengakses pembiayaan formal. Menurut Sari (2024), rendahnya literasi keuangan menjadi penghambat utama dalam penguatan daya saing UMKM

di era modern. Buku Moleong (2017) juga menekankan pentingnya keterampilan literasi keuangan sebagai dasar dalam pengelolaan usaha kecil dan menengah.

Di balik berbagai tantangan, penelitian ini juga menemukan adanya harapan yang besar dari pelaku UMKM. Mayoritas informan mengaku optimis bahwa usaha mereka masih dapat bertahan bahkan berkembang jika mampu memanfaatkan peluang digitalisasi, meningkatkan kualitas produk, serta mendapatkan dukungan dari pemerintah. Menurut Pratama (2022), optimisme pelaku UMKM menjadi modal sosial yang penting dalam menghadapi dinamika persaingan pasar modern. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun berada dalam tekanan, UMKM tetap memiliki semangat resilien untuk berkembang.

Harapan lain yang muncul adalah adanya dukungan regulasi yang lebih pro terhadap UMKM. Sebagian besar responden berharap adanya kebijakan yang mempermudah akses UMKM ke pasar modern, baik melalui subsidi biaya listing, pendampingan perizinan, maupun fasilitasi sertifikasi produk. Menurut Rachman (2023), kebijakan afirmatif pemerintah sangat dibutuhkan agar UMKM tidak semakin terpinggirkan oleh dominasi pasar modern. Buku Santosa (2022) juga menyebutkan bahwa intervensi kebijakan menjadi kunci dalam membangun ekosistem bisnis yang kondusif bagi UMKM

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kolaborasi dengan pihak swasta maupun komunitas bisnis menjadi salah satu harapan besar UMKM. Banyak pelaku usaha yang menginginkan adanya kemitraan dengan supermarket, hotel, atau platform digital untuk memperluas akses pasar. Menurut Hidayat (2021), kemitraan strategis mampu menciptakan efek multiplikasi bagi pertumbuhan UMKM. Hal ini sejalan dengan pendapat Bungin (2017) yang menekankan bahwa kolaborasi lintas sektor merupakan strategi penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di tengah ketidakpastian pasar modern.

Selain kolaborasi, peningkatan kapasitas sumber daya manusia menjadi salah satu harapan terbesar pelaku UMKM. Responden menyebutkan perlunya program pelatihan berkelanjutan terkait manajemen usaha, pemasaran digital, pengelolaan keuangan, serta inovasi produk. Penelitian Ardiansyah (2023) mengungkapkan bahwa peningkatan kapasitas SDM merupakan faktor kunci dalam menciptakan UMKM yang tangguh dan adaptif. Tambunan (2019) juga menegaskan bahwa tanpa perbaikan pada aspek SDM, UMKM akan sulit bersaing dengan pelaku usaha besar di pasar modern.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa UMKM menghadapi tantangan kompleks yang meliputi modal, manajerial, kualitas produk, akses pasar, digitalisasi, dan literasi keuangan. Namun, di balik tantangan tersebut, terdapat harapan besar yang bersumber dari optimisme pelaku usaha, dukungan kebijakan pemerintah, kolaborasi lintas sektor, dan peningkatan kapasitas SDM. Oleh karena itu, strategi yang bersifat adaptif dan inovatif menjadi kebutuhan mendesak agar UMKM mampu bersaing secara sehat di pasar modern. Hal ini sejalan dengan pandangan Sari (2024) yang menekankan pentingnya

kombinasi antara inovasi, digitalisasi, dan kebijakan afirmatif dalam memperkuat daya saing UMKM.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Indonesia menghadapi berbagai tantangan serius dalam menghadapi persaingan pasar modern. Tantangan utama meliputi keterbatasan modal, rendahnya kapasitas manajerial, lemahnya literasi keuangan, keterbatasan akses pasar, serta kesulitan dalam memenuhi standar kualitas produk. Selain itu, persaingan harga dengan ritel modern yang memiliki skala produksi lebih besar juga menambah tekanan bagi UMKM. Rendahnya pemanfaatan teknologi digital oleh sebagian pelaku usaha semakin memperlebar kesenjangan daya saing. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang menegaskan bahwa tanpa intervensi kebijakan, dukungan kelembagaan, dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia, UMKM akan semakin terpinggirkan dalam struktur ekonomi modern.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya harapan besar dari pelaku UMKM untuk terus bertahan dan berkembang. Optimisme tersebut terwujud melalui semangat adaptasi terhadap digitalisasi, harapan akan dukungan regulasi pemerintah yang pro-UMKM, serta keinginan untuk memperkuat kolaborasi dengan sektor swasta dan komunitas bisnis. Peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan manajerial, literasi keuangan, dan inovasi produk menjadi kunci penting agar UMKM dapat berdaya saing secara sehat di pasar modern. Dengan kombinasi strategi adaptif, dukungan kebijakan afirmatif, serta pemanfaatan teknologi digital, UMKM berpeluang besar untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga menjadi penggerak utama ekonomi nasional yang tangguh dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, R. (2023). Penguatan Kapasitas Manajerial UMKM di Era Digital. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 25(2), 112–124.
- Bungin, B. (2017). Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana.
- Fadillah, S. (2022). Akses Pasar UMKM dalam Perspektif Ekonomi Digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Nasional*, 17(1), 44–57.
- Hidayat, M. (2021). Pola Konsumsi dan Tantangan UMKM dalam Menghadapi Pasar Modern. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Nasional*, 14(1), 55–68.
- Lestari, D. (2022). Permodalan dan Daya Saing UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Indonesia*, 23(3), 200–213
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. California: Sage Publications.
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya

- Pratama, A. (2022). Standar Kualitas Produk UMKM dalam Rangka Ekspansi Pasar. *Jurnal Pengembangan Ekonomi*, 10(3), 201–213.
- Putri, D. (2021). Digitalisasi UMKM sebagai Strategi Pemasaran di Era Modern. *Jurnal Ekonomi Digital Indonesia*, 5(2), 88–97.
- Rachman, A. (2023). Kebijakan Afirmatif untuk Pemberdayaan UMKM. *Jurnal Kebijakan Publik Indonesia*, 11(2), 67–80.
- Santosa, B. (2022). UMKM dan Tantangan Globalisasi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sari, R. (2023). Persaingan Harga UMKM dan Pasar Modern. *Jurnal Ekonomi Kerakyatan*, 18(2), 101–114
- Sari, R. (2024). Peran Pemerintah dalam Pemberdayaan UMKM. *Jurnal Kebijakan Publik Indonesia*, 9(1), 33–45.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kualitatif untuk Penelitian yang Bersifat: Eksploratif, Interaktif, dan Konstruktif. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. (2019). UMKM di Indonesia: Beberapa Isu Penting. Jakarta: Ghalia Indonesia.