



Fakultas
Ekonomi
Universitas Gunung
Kidul

<https://ejurnal.fe.ugk.ac.id>

Strategi UMK Dalam Menghadapi Tantangan Globalisasi (Studi Pada Warkop Reborn Di jalan Margorejo Gg. Masjid Kec. Wonocolo Surabaya Jawa Timur)

Amar Ma'ruf¹*, Bahrul Huda²

¹ Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

² Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

* Coresponding Author. E-mail: am8215432@gmail.com

Received (artikel dikirim): 1/12/2024; Revised (artikel revisi): 16/12/2024; Accepted (artikel diterima): 23/12/2024

Abstrak Usaha mikro, kecil dan menengah (UKM) memainkan peran penting dalam meningkatkan perekonomian lokal dan memberikan porsi yang cukup besar terhadap perekonomian suatu negara. Keberadaan usaha kecil dan menengah sangat penting dan bermanfaat bagi pertumbuhan perekonomian suatu negara serta dapat mendistribusikan pendapatan masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi Warkop Reborn sebagai UMK dan strategi yang perlu diterapkan oleh usaha kecil dan menengah lainnya agar dapat bertahan dan berkembang dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat. Penelitian yang mengkaji hubungan, aktivitas, dan kualitas berbagai situasi dan materi. Hal ini karena penelitian kualitatif memungkinkan adanya gambaran rinci tentang aktivitas dan situasi apa yang sedang berlangsung. Studi ini menunjukkan bahwa di era globalisasi, Warkop Reborn menghadapi berbagai tantangan, antara lain persaingan global, perubahan preferensi konsumen, akses terhadap teknologi, regulasi yang rumit, dan keterbatasan sumber daya manusia, termasuk kesulitan dalam menggali modal. Untuk mengatasi tantangan tersebut, Warkop Reborn menerapkan strategi kustomisasi produk, promosi digital, layanan pelanggan kelas dunia, kolaborasi dengan pemasok lokal, pengelolaan keuangan yang efisien, dan inovasi teknologi. Strategi-strategi tersebut dapat menjadi contoh bagi usaha kecil lainnya untuk mengatasi tantangan globalisasi.

Kata Kunci: Strategi UMK, Tantangan Globalisasi

Abstract : Micro, small and medium enterprises (SMEs) play an important role in improving the local economy and provide a large portion of a country's economy. The existence of small and medium businesses is very important and beneficial for the economic growth of a country and can distribute people's income. The aim of this research is to identify the challenges faced by Warkop Reborn as an MSE and the strategies that need to be implemented by other small and medium enterprises in order to survive and develop in the face of very tight competition. Research that examines the relationships, activities and quality of various situations and material. This is because qualitative research allows for a detailed description of what activities and situations are taking place. This study shows that in the era of globalization, Warkop Reborn faces various challenges, including global competition, changes in consumer preferences, access to technology, complex regulations, and limited human resources, including difficulties in raising capital. To overcome these challenges, Warkop Reborn applies a strategy of product customization, digital promotions, world-class customer service, collaboration with local suppliers, efficient financial management and technological innovation. These strategies can be an example for other small businesses to overcome the challenges of globalization.

Keywords: MSE Strategy, Globalization Challenges

LATAR BELAKANG

Saat ini, Indonesia sudah memasuki era globalisasi, yg diartikan menjadi perluasan dunia taraf budaya, politik, dan ekonomi yang didapatkan menurut penghapusan kendala komunikasi & perdagangan dan proses peleburan politik dan budaya. Interkoneksi. Aspek ekonomi, terdapat banyak perubahan, pada antaranya, dan masih banyak lagi yg akan datang. Kemajuan pada aneka macam bidang misalnya ilmu pengetahuan, telekomunikasi, teknologi fakta, jaringan transportasi, dan bidang kehidupan lainnya menciptakan arus fakta antar individu juga gerombolan sebagai lebih gampang dan lancar (Dhiah Fitrayati, 2014) Usaha kecil dan menengah mempunyai ciri-ciri yang membedakannya dengan usaha besar seperti, Kemampuan fleksibel, berinovasi, dan beradaptasi dengan kebutuhan konsumen. Namun, agar usaha kecil dan menengah dapat bertahan di era globalisasi, mereka tidak bisa hanya mengandalkan keunggulan tersebut. Kita juga perlu terus berinovasi, meningkatkan kualitas produk, memanfaatkan teknologi, dan memperluas jaringan pemasaran. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing di pasar domestik dan internasional. Salah satu tantangan terbesar bagi usaha kecil adalah banyaknya produk impor yang memiliki kualitas dan harga unggul. Situasi ini memaksa usaha kecil dan menengah untuk meningkatkan kualitas produknya agar tidak hanya berdaya saing tetapi juga menjadi pilihan utama konsumen.

Kontribusi UMKM terhadap PDB nasional mencapai sekitar 60,5% (Asep Risman & Mustaffa, 2023, p. 21) pada tahun 2019 - 2020, menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, menunjukkan bahwa UMKM memainkan

peran penting dalam ekonomi Indonesia. Namun, di balik angka yang menjanjikan tersebut, banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) menghadapi tantangan yang signifikan saat menghadapi era globalisasi. Mereka menghadapi kendala utama dalam bersaing di pasar global karena mereka tidak memiliki akses ke pasar dan teknologi global. Fakta ini juga terlihat di Surabaya, yang merupakan salah satu kota besar dengan ekosistem UMKM yang berkembang pesat. Statistik Surabaya menunjukkan bahwa sekitar 70% (Anugerah Christian Putra, 2022, p. 138) UMKM di Surabaya masih berorientasi lokal dan berfokus pada komunitas lokal atau pasar tradisional. Sebagian kecil dari mereka telah beralih ke ekonomi digital, sebuah kemajuan yang dianggap penting untuk meningkatkan daya saing di pasar global. Minimnya integrasi ini menunjukkan bahwa perlunya upaya strategis untuk mendorong UMKM agar lebih responsif terhadap perubahan teknologi dan dinamika pasar global.

Sebagai sektor penting dalam perekonomian Indonesia, UMK memberikan kontribusi besar terhadap distribusi pendapatan masyarakat. Umumnya, kehadiran UMK sangat berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menekan tingkat pengangguran, dan mempercepat pemulihan ekonomi setelah krisis. Namun, di tengah era globalisasi ekonomi, UMK juga menghadapi beragam tantangan serius, termasuk keterbatasan akses pada teknologi, dana, dan pemahaman mengenai pasar global. Kondisi ini membuat banyak pelaku UMK, terutama yang berskala mikro dan kecil, kesulitan untuk tumbuh dan bersaing di pasar internasional. Padahal, di tengah persaingan global, daya

saing adalah faktor utama yang memengaruhi kesuksesan suatu usaha. Daya saing tidak hanya sebatas harga, tetapi juga mencakup kualitas, inovasi, dan efisiensi operasional. Oleh karena itu, sangat krusial bagi UMK buat terus berbenah diri dan menerapkan taktik yg sinkron menggunakan perkembangan pasar global.

Usaha Mikro, Kecil (UMK) berperan krusial pada menaikkan perekonomian masyarakat dan merupakan bagian yg relatif besar menurut perekonomian pada negara. Kehadiran UMK sangat krusial & berguna bagi pertumbuhan perekonomian negara dan bisa mendistribusikan pendapatan warga. Usaha mikro, kecil (UMK) sudah usang sebagai tulang punggung perekonomian pada banyak negara, termasuk Indonesia. UMK berperan krusial pada membentuk lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan menaikkan kesejahteraan warga.(Vinatra, 2023)

Dalam konteks ini, peningkatan sektor usaha kecil dan menengah mempunyai potensi besar untuk memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat lokal. Pada dasarnya, UKM adalah usaha kecil yang dimiliki dan dioperasikan oleh perorangan atau kelompok kecil. Kami beroperasi secara lokal, memproduksi produk dan layanan mulai dari manufaktur tradisional hingga teknologi terkini. Keunikan UKM terletak pada fleksibilitas, kreativitas dan kemampuan beradaptasi untuk memenuhi permintaan pasar. Usaha kecil dan menengah juga dapat disebut sebagai industri yang tangguh dalam arti mempunyai kekuatan dalam mengatasi berbagai kendala.

Di era persaingan yang ketat akibat globalisasi saat ini, usaha kecil dan

menengah dituntut untuk mampu mengatasi tantangan global. Usaha kecil dan menengah harus terus melakukan inovasi dengan mengembangkan produk, meningkatkan sumber daya manusia dan teknologi, serta memperluas pemasaran. Hal ini diperlukan guna meminimalkan bahkan menghilangkan penyebab menurunnya daya saing usaha kecil dan menengah.(Faizah & Suib, 2019) Meningkatkan penjualan usaha kecil dan menengah agar mampu bersaing dengan produk luar negeri yang saat ini membanjiri pasar domestik dan internasional. Ukuran keberhasilan perdagangan internasional kini dapat dilihat dari daya saingnya. Daya saing inilah yang menjadi kunci keberhasilan para pelaku ekonomi dan negara dalam perdagangan dalam tren globalisasi saat ini.

Globalisasi telah membawa perubahan besar dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk perekonomian. Usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia menghadapi tantangan besar dalam bertahan dan berkembang di dunia yang semakin kompetitif. Salah satu UMK yang menarik adalah Warkop Reborn di Margorejo, Wonokoro, Surabaya. Sebagai pelaku ekonomi kuliner, Warkop Reborn harus mampu beradaptasi dengan perubahan yang dibawa globalisasi. Perubahan selera konsumen, persaingan dengan produk luar negeri, dan perkembangan teknologi.

Seringkali, bisnis UMKM seperti Warkop Reborn unik karena produk dan layanan unik mereka. Misalnya, Warkop Reborn menyajikan makanan lokal asli seperti kopi tubruk, gorengan, dan mi instan dengan cara tradisional. Harga yang terjangkau juga menjadi daya tarik karena sesuai dengan kemampuan finansial konsumen lokal. Selain itu, tempat ini

berbeda dari kedai kopi modern yang lebih global dengan suasananya yang mencerminkan budaya lokal. Bisnis mendapat manfaat dari menjalin hubungan yang dekat dengan pelanggan mereka, di mana mereka membangun loyalitas pelanggan melalui hal-hal seperti sapaan akrab dan pelayanan yang ramah.

Pelaku UMKM menggunakan strategi promosi sederhana di media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk memperkenalkan produk mereka. Mereka juga menggunakan aplikasi pesan instan seperti WhatsApp untuk menerima pesanan secara langsung. Untuk menarik pelanggan tetap, mereka sering menawarkan diskon atau paket hemat. Selain itu, Warkop Reborn berusaha meningkatkan layanan dengan menjaga lingkungan tetap bersih, menyediakan jaringan Wi-Fi gratis, dan memastikan bahwa bahan baku yang digunakan selalu berkualitas tinggi.

Menciptakan menu baru yang menggabungkan bahan lokal dengan rasa yang berbeda, seperti kopi rempah, adalah contoh inovasi yang menjadi bagian dari rencana mereka. Untuk operasional, usaha kecil dan menengah (UMKM) biasanya mengelola keuangan dengan pencatatan manual atau aplikasi sederhana, dan bekerja sama dengan pemasok lokal untuk mengurangi harga bahan baku. Untuk membuat usaha mereka lebih dikenal, mereka bekerja sama dengan komunitas lokal dengan berpartisipasi dalam bazar atau acara komunitas. Strategi-strategi ini membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) seperti Warkop Reborn tetap relevan dan bersaing di dunia global.

Beralih ke persaingan di era globalisasi saat ini, pertanyaan dalam penelitian ini adalah tantangan yang dihadapi Warkop Reborn saat ini sebagai UMK dan strategi yang digunakan UMK

untuk bertahan di era saat ini diglobalisasi ekonomi

Berdasarkan tantangan-tantangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan-tantangan yang dihadapi Warkop Reborn sebagai UMK dan strategi-strategi yang perlu diterapkan oleh UMK lainnya agar dapat bertahan dalam persaingan yang sangat ketat didalamnya. Di tengah globalisasi ekonomi ini.

METODE

Metode penelitian ini adalah seperangkat metode atau kegiatan melakukan penelitian berdasarkan asumsi dasar, pandangan filosofis, pandangan ideologi, pertanyaan dan permasalahan. Metode deskriptif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena-fenomena yang terjadi pada masa kini atau masa lampau. (Rudini, 2020, p. 125) Penelitian kualitatif adalah penelitian yang mengkaji kualitas berbagai hubungan, aktivitas, situasi, atau materi. Hal ini karena penelitian kualitatif memungkinkan adanya deskripsi rinci tentang aktivitas dan situasi yang sedang berlangsung, dibandingkan membandingkan efektivitas tertentu atau mendeskripsikan sikap dan perilaku masyarakat. (Fadli, 2021) Teknik pengumpulan data adalah langkah terpenting pada penelitian lantaran tujuan penelitian merupakan memperoleh data.

Empat pekerja bisnis yang langsung terlibat dalam operasi Warkop Reborn digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini. Keempat orang ini dipilih untuk berbicara tentang strategi Warkop Reborn untuk menghadapi tantangan globalisasi.

Pemilihan sampel ini mencakup posisi yang berbeda di perusahaan tersebut, seperti pemilik bisnis, karyawan yang

menangani operasi harian, dan orang yang menangani pemasaran atau hubungan pelanggan. Dengan mewawancarai orang-orang ini, data dapat dikumpulkan dari berbagai perspektif tentang strategi bisnis, inovasi produk, dan hubungan pelanggan.

Studi dapat mempelajari lebih lanjut tentang keistimewaan dan kesulitan Warkop Reborn dan strategi yang mereka gunakan untuk mempertahankan daya saing lokal dan efek globalisasi di tengah persaingan dengan metode ini.

Menurut Sugiyono, metode pengumpulan data dapat berupa observasi, wawancara angket, dan dokumentasi. Namun penelitian ini memerlukan tiga metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti yaitu observasi wawancara, dan dokumentasi. (Rudini, 2020, p. 126)

Observasi tidak dilakukan secara partisipatif untuk memahami situasi di lapangan secara objektif. Wawancara yang dilakukan terdiri dari panduan pertanyaan yang telah disiapkan dan penggunaan alat bantu seperti alat perekam dan kamera.

Dokumen seperti catatan tertulis dan gambar digunakan untuk menyempurnakan data dari observasi dan wawancara. Proses penelitian meliputi tiga tahap: pelaksanaan (penentuan fokus dan evaluasi awal), pengumpulan data lapangan, dan analisis data. Analisis yang digunakan adalah deskriptif dan kualitatif yang meliputi langkah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diperiksa dengan menggunakan teknik triangulasi. Berbagai sumber informasi dibandingkan untuk memastikan bahwa hasil penelitian dapat diandalkan. (Rudini, 2020, p. 127).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengeksplorasi tantangan yang dihadapi oleh Warkop

Reborn sebagai UMK yang berbasis di Malgorejo Wonokoro, Surabaya, Jawa Timur dan tantangan yang perlu dilakukan oleh pelaku UMK lainnya untuk melawan globalisasi ekonomi agar dapat bertahan dan bersaing.

Tantangan Yang Dihadapi

1. Persaingan Global

Dalam persaingan global, UMK juga diharapkan menunjukkan daya saingnya dengan menghasilkan produk yang terbaik, berdaya saing, dan berkualitas tinggi. Tantangan yang dihadapi industri UMK memerlukan partisipasi seluruh hak Pemerintah sebagai badan pengatur dan pengawas bersama otoritas terkait diharapkan menjadi otoritas tertinggi untuk menjamin dan senantiasa memantau terwujudnya dan pengembangan industri UMK. Senantiasa melakukan penelitian, para akademisi memberikan informasi produk mulai dari proses hingga pasar dan keberlanjutannya dalam persaingan global. Pengusaha UMK sendiri perlu melakukan upaya serius untuk menghasilkan produk yang terbaik dan bersaing di segala hal perekonomian (Pujiono et al., 2018). Warkop Reborn harus bersaing dengan produk luar negeri yang lebih bersaing dalam kualitas dan harga. Agar tetap menarik bagi pelanggan lokal, kami harus terus meningkatkan kualitas produk dan layanan kami.

2. Perubahan Selera Konsumen

Perubahan selera konsumen akibat globalisasi, perubahan preferensi pelanggan, penemuan pilihan menu terbaru dan terpopuler, menelusuri kemajuan inovasi rasa dan penyajian menu, serta variasi menu di kafe-kafe pesaing. Meskipun kita sudah mulai lebih memperhatikan tren di menunya,

secara umum masih merupakan menu kelas satu. (Loredah Paulina Nainggolan et al., n.d., p. 10) dengan meningkatnya preferensi terhadap produk-produk inovatif dan berkualitas tinggi. Agar Warkop Reborn dapat mempertahankan eksistensinya di pasar yang kompetitif, mereka harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan selera konsumen ini. Ini melibatkan pemantauan tren pasar secara berkala, berinovasi dalam produk dan layanan, serta berinvestasi dalam teknologi dan pelatihan karyawan. Dengan strategi yang tepat, Warkop Reborn dapat terus menarik pelanggan dan meningkatkan daya saingnya di era globalisasi. Akses terhadap teknologi Teknologi dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing, namun banyak UMK termasuk Warkop Reborn yang masih kesulitan mengakses teknologi canggih karena keterbatasan sumber daya dan pengetahuan yang dihadapi.

3. Regulasi Dan Kebijakan

Kebijakan pemerintah yang tidak konsisten dan birokrasi yang rumit dapat menjadi kendala besar bagi usaha kecil seperti Warkop Reborn. Berbagai regulasi telah dikeluarkan untuk mendorong pertumbuhan industri halal, seperti diterbitkannya Peraturan Presiden Nomor 91 Tahun 2016 tentang Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) yang berfungsi sebagai wadah koordinasi, sinkronisasi, dan kerja sama kebijakan strategis. dan program pengembangan sektor keuangan syariah nasional. KNKS bertanggung jawab untuk mempercepat, memperluas dan mendorong pengembangan pembiayaan syariah untuk mendukung pertumbuhan perekonomian nasional. Selain fokus di bidang keuangan,

KNKS diarahkan oleh presiden untuk membawahi sektor ekonomi syariah yang lebih luas.

Peraturan yang diberlakukan diharapkan dapat membantu Indonesia mengoptimalkan pasar halal dan meningkatkan potensinya menjadi hub halal global. Hal ini didukung oleh data seperti Global Islamic Situation Report tahun 2020 yang menempatkan Indonesia sebagai negara dengan ekonomi Islam global terbesar kelima setelah Malaysia, Uni Emirat Arab, Bahrain, dan Arab Saudi. Sebelumnya, pada tahun 2019, Indonesia menduduki peringkat 10 sektor ekonomi syariah global. (Maulana & Zulfahmi, 2022, p. 142) Untuk mengatasi tantangan ini, diperlukan upaya dari pemerintah untuk menyederhanakan proses birokrasi, memastikan konsistensi kebijakan, dan menyediakan dukungan yang memadai dalam bentuk insentif dan fasilitas. Dengan demikian, UMK dapat lebih fokus pada pengembangan usaha dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional.

4. Akses Terhadap Pembiayaan

Kemampuan UMK untuk berkembang dan berinovasi dihambat oleh kesulitan mendapatkan pembiayaan. terbatasnya kemampuan untuk mendapatkan dana dari lembaga keuangan formal, terutama bank. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Masato Abe, Michael Troilo, dan Orgin Batsaikhan menunjukkan bahwa pembiayaan merupakan kendala yang signifikan bagi bisnis kecil dan menengah. Beberapa alasan mengapa UKM menghadapi kesulitan mendapatkan pembiayaan adalah sebagai berikut: banyak pemilik UKM tidak mengelola modal kerja dengan baik; ada asimetri informasi antara

lembaga keuangan dan UKM yang menghambat proses persetujuan pinjaman; dan kurangnya kemajuan di pasar modal yang menghalangi peluang pertumbuhan di masa depan. (Alhifni, n.d., p. 184) Untuk mengatasi masalah ini, diperlukan upaya dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, lembaga keuangan, dan UMK itu sendiri, untuk menciptakan lingkungan yang lebih mendukung bagi pembiayaan UMK. Ini bisa melibatkan penyederhanaan proses pinjaman, peningkatan transparansi dan akuntabilitas UMK, serta pengembangan program dukungan yang lebih efektif.

5. Sumber Daya Manusia

Bidang manajemen sumber daya manusia mencakup semua kegiatan yang berkaitan dengan manajemen sumber daya manusia. Menurut Wijayanto, manajemen sumber daya manusia adalah fungsi yang terkait dengan proses pengelolaan sumber daya manusia yang mencakup rekrutmen, seleksi, pelatihan, dan pengembangan karyawan. Menurut Marhot Tua dalam Sunyoto & Danang, manajemen sumber daya manusia adalah upaya untuk mencapai, mengembangkan, memotivasi, dan menjaga lingkungan kerja yang baik di tempat kerja. Berdasarkan beberapa definisi, manajemen sumber daya manusia dapat didefinisikan sebagai ukuran dan pendorong sumber daya manusia dalam sebuah organisasi, yang dilakukan melalui berbagai bentuk operasi, seperti Perencanaan dan pengembangan karir, keselamatan, dan kompensasi atau penghargaan juga membantu pekerjaan untuk karyawan. Analisis jabatan dan penilaian kerja yang objektif dan cermat harus digunakan untuk mendukung

perencanaan dan pelaksanaan fungsi-fungsi tersebut. (Cahya et al., n.d., p. 232) Pelatihan dan pengembangan SDM yang tepat sangat penting untuk meningkatkan kemampuan dan kapabilitas Warkop Reborn. Dengan mengatasi keterbatasan dalam kemampuan dan pengetahuan manajemen, Warkop Reborn dapat meningkatkan efisiensi operasional, membuat keputusan yang lebih baik, dan beradaptasi dengan perubahan pasar. Ini akan membantu mereka mempertahankan persaingan dan pertumbuhan di era globalisasi.

Dalam mengelola bisnisnya di tengah persaingan global, Warkop Reborn menghadapi banyak masalah yang cukup rumit. Untuk tetap relevan dengan pelanggan lokal, mereka dipaksa untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan karena persaingan dengan produk asing. Selain itu, perubahan selera konsumen akibat globalisasi memerlukan inovasi yang berkelanjutan dalam hal menu, rasa, dan penyajian agar tetap bersaing dan menarik di pasar yang selalu berubah. Di sisi lain, akses terhadap teknologi canggih masih menjadi masalah karena keterbatasan sumber daya dan pengetahuan. Hal ini berdampak pada efisiensi operasional dan kemampuan Warkop Reborn untuk menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi. Regulasi dan kebijakan pemerintah yang sering tidak konsisten serta proses birokrasi yang rumit juga menjadi penghalang yang memperlambat pertumbuhan usaha. Akses pembiayaan yang terbatas juga menghalangi inovasi dan perkembangan bisnis. Oleh karena itu, dibutuhkan kolaborasi antara pemerintah, lembaga keuangan, dan Warkop Reborn untuk membentuk sistem pembiayaan yang lebih inklusif dan mudah diakses. Selain itu, keterbatasan dalam manajemen sumber

daya manusia juga merupakan tantangan penting. Sangat penting bagi karyawan untuk menerima pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan kemampuan tim, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperoleh kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan perubahan di pasar.

Untuk menghadapi masalah ini, Warkop Reborn harus mengembangkan strategi yang terencana dan terintegrasi, termasuk peningkatan kualitas produk, inovasi berkelanjutan, optimalisasi teknologi, serta peningkatan sumber daya manusia. Dengan pendekatan ini, Warkop Reborn dapat memperkuat daya saingnya dan memberikan kontribusi lebih besar dalam sektor UMK.

Strategi Yang Perlu Diterapkan Oleh Warkop Reborn Dan UMK Lainnya

1. Customisasi Produk

Pengembangan dan peluncuran produk dan layanan baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan disebut inovasi produk. Di sisi lain, inovasi proses mengacu pada metode dan aktivitas baru yang digunakan atau ditambahkan selama proses produksi dan penyediaan produk atau layanan. Contoh metode baru ini termasuk arus informasi, mekanisme penyampaian layanan, spesifikasi tugas, bahan masukan, dan peralatan yang mendukung keberhasilan produksi dan penyediaan produk atau layanan (Agung & Hendra, 2023). Warkop Reborn berhasil menarik berbagai demografi konsumen dan tetap kompetitif di pasar yang dinamis dengan strategi kustomisasi produk ini. Mereka tidak hanya menjual produk yang sesuai dengan selera lokal tetapi juga terus berinovasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang berubah-

ubah. Ini menunjukkan bahwa membuat produk unik adalah penting untuk tetap relevan dan menarik di tengah persaingan yang ketat.

2. Layanan Pelanggan

Memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan adalah hal yang paling penting dalam bisnis, tetapi dalam dunia digital, pelanggan harus dilayani dengan baik. Media sosial online sebenarnya dapat membantu Anda memberikan layanan pelanggan yang lebih baik dengan harga yang lebih rendah jika Anda memanfaatkan peluang ini (Nofiani & Mursid, 2021). Karyawan adalah kunci perusahaan mana pun. Secara teratur, karyawan dapat meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka untuk melayani pelanggan dengan lebih baik. Selain itu, karyawan dapat merasa lebih termotivasi dan lebih produktif jika mereka memiliki lingkungan kerja yang mendukung dan menantang. Menghargai pelayanan yang cepat dan ramah untuk memastikan bahwa klien puas. Karyawan kami dididik untuk memberikan layanan terbaik dan menciptakan lingkungan kerja yang menyenangkan. Selain itu, kami mengumpulkan umpan balik pelanggan secara teratur untuk membantu kami terus meningkatkan kualitas produk dan layanan kami.

3. Keloaborasi Dan Kemitraan

Atribut kemitraan mencakup sejumlah aspek yang berkaitan dengan proses yang memfasilitasi aliran informasi antara mitra; mengelola intensitas dan luasnya interaksi; dan memahami perubahan yang kompleks dan dinamis yang terjadi antara mitra (Rani et al., 2017). Bekerja sama dengan UMK lain di lingkungan Anda

dapat menghasilkan hasil yang menguntungkan. Misalnya, Warkop Reborn dapat bekerja sama dengan petani makanan lokal untuk mendapatkan bahan baku yang baik. Kemitraan dengan platform digital seperti aplikasi pengiriman makanan juga dapat membantu pelanggan memesan lebih mudah dan membuatnya lebih mudah. Untuk memastikan akses terhadap bahan baku berkualitas tinggi dengan harga yang kompetitif, bermitra dengan pemasok lokal. Selain itu, kami bekerja sama dengan UMK lain dalam sejumlah acara bersama dan promosi untuk meningkatkan kesadaran dan menarik lebih banyak pelanggan.

4. Manajemen Keuangan

Salah satu elemen penting dalam kehidupan bisnis adalah pengelolaan keuangan. Namun sering kali terabaikan karena kurangnya pengetahuan para pemangku kepentingan bisnis atau karena padatnya aktivitas bisnis sehari-hari. Misalnya, ketika keuangan pribadi/rumah tangga dicampur dengan keuangan usaha, maka pengusaha akan kesulitan memantau perkembangan usahanya. Demikian pula, manajemen arus kas diperlukan bagi pengusaha untuk memastikan bahwa uang tunai tersedia untuk membayar pembelian bahan mentah dari pemasok dan membayar hutang jangka pendek (Fauzi, 2020). Menerapkan manajemen biaya yang efisien untuk memastikan profitabilitas. Penekanannya ditempatkan pada pergudangan yang tepat dan pengendalian biaya bahan baku. Selain itu, Anda akan memiliki akses ke berbagai sumber pendanaan untuk mendukung ekspansi dan inovasi bisnis Anda.

5. Teknologi Dan Inovasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing. Penelitian juga menemukan bahwa pengaruh teknologi informasi dan orientasi kewirausahaan terhadap inovasi juga positif (Ratiah et al., 2021). Ini berarti bahwa dengan menggunakan teknologi yang tepat, Anda dapat meningkatkan efisiensi operasional. Warkop Reborn memiliki kemampuan untuk menerapkan sistem manajemen yang terintegrasi untuk mengawasi keuangan, penjualan, dan stok. Selain itu, pelanggan dapat merasa lebih nyaman dengan berbagai pilihan pembayaran digital seperti e-wallet dan kartu kredit. Ini dapat dicapai dengan memasukkan teknologi ke dalam rutinitas bisnis seperti sistem pemesanan online dan pembayaran digital. Selain itu, kami membuat aplikasi seluler yang memungkinkan pelanggan memesan informasi terkini tentang promosi dan acara.

Untuk tetap bersaing di pasar yang terus berubah, Warkop Reborn dan UMK lainnya harus mengambil langkah-langkah yang inovatif dan terintegrasi. Langkah-langkah ini mencakup produk, layanan pelanggan, kemitraan, manajemen keuangan, dan teknologi dan inovasi. Kemampuan untuk mempertahankan daya saing dan efisiensi operasional sambil tetap fleksibel terhadap perubahan dan tuntutan pelanggan adalah inti dari strategi ini. Langkah awal yang sangat penting adalah kustomisasi produk. Dalam hal ini, inovasi adalah kunci untuk membuat produk yang sesuai dengan selera lokal dan mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah. Sebagai contoh, Warkop Reborn dapat melakukan penelitian pasar teratur untuk mengetahui preferensi pelanggan seperti rasa, penyajian, dan variasi menu. Selama proses ini, UMK dapat terus

menghasilkan produk baru yang menarik sambil mempertahankan keunggulan produk unggulan mereka. Selain itu, perlu ada inovasi dalam proses produksi, seperti penggunaan bahan baku berkualitas tinggi, peralatan modern, dan metode kerja yang lebih efisien, sehingga produk atau layanan dapat dikirim dengan sukses kepada pelanggan.

Layanan pelanggan sangat penting untuk memperluas pangsa pasar dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Dalam era digital saat ini, pelayanan tidak hanya terbatas pada interaksi langsung di kantor tetapi juga kehadiran di media sosial. Dengan menggunakan media sosial, Anda dapat memberikan layanan yang efektif dan murah. Sangat penting bagi karyawan untuk dilatih secara teratur untuk memastikan mereka memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup untuk berinteraksi dengan pelanggan. Memberikan insentif kepada karyawan dan menciptakan lingkungan kerja yang nyaman juga dapat meningkatkan motivasi dan produktivitas mereka. Selain itu, sangat penting bagi Warkop Reborn untuk secara teratur mengumpulkan umpan balik pelanggan agar mereka dapat mengevaluasi dan meningkatkan kualitas produk dan layanan yang mereka tawarkan.

Kolaborasi dan kemitraan menghadirkan peluang signifikan bagi UMK dalam memperluas jaringan serta memanfaatkan sumber daya secara maksimal. Warkop Reborn bisa bekerja sama dengan UMK lokal lainnya, seperti produsen bahan baku makanan atau mitra pemasaran. Kerja sama ini tidak hanya menciptakan sinergi yang saling menguntungkan, tetapi juga mendukung ekosistem bisnis setempat. Kerja sama dengan platform digital seperti aplikasi pengiriman makanan dapat meningkatkan kemudahan akses bagi pelanggan dalam

melakukan pemesanan, sekaligus memperluas cakupan pasar. Dengan menjalin hubungan baik dengan pemasok lokal, Warkop Reborn dapat menjamin ketersediaan bahan baku berkualitas dengan harga bersaing, yang pada akhirnya membantu meningkatkan efisiensi operasional.

Manajemen keuangan merupakan unsur penting bagi keberlangsungan usaha. Banyak UMK menghadapi kesulitan dalam mengatur keuangan, terutama disebabkan oleh campuran antara keuangan pribadi dan usaha. Warkop Reborn perlu memastikan ada pemisahan yang jelas antara kedua jenis keuangan ini agar lebih mudah dalam memantau perkembangan usaha. Pengelolaan arus kas yang baik juga krusial untuk memastikan dana tersedia untuk operasional harian, seperti pembelian bahan baku dan pelunasan utang jangka pendek. Selain itu, pengendalian biaya, termasuk biaya bahan baku dan penyimpanan, diperlukan untuk menjaga profitabilitas. UMK juga bisa memanfaatkan berbagai sumber pendanaan yang ada, baik dari lembaga keuangan formal maupun program bantuan pemerintah, untuk mendukung pertumbuhan dan inovasi bisnis.

Di era saat ini, inovasi dan teknologi sangat penting untuk meningkatkan daya saing UMK. Warkop Reborn dapat menggunakan teknologi untuk mempercepat operasinya. Salah satu contohnya adalah menggunakan sistem manajemen terintegrasi untuk melihat keuangan, penjualan, dan stok secara langsung. Penggunaan metode pembayaran digital seperti dompet elektronik dan kartu kredit mempermudah pelanggan dan menunjukkan bahwa Warkop Reborn telah disesuaikan dengan kebutuhan era modern. Selain itu, klien dapat dengan mudah melakukan pemesanan, melihat informasi

promosi, dan mengetahui tentang acara yang diadakan Warkop Reborn melalui aplikasi mobile. Teknologi ini juga membantu UMK membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, strategi ini menekankan bahwa penyesuaian, inovasi, dan efisiensi sangat penting untuk menghadapi hambatan di pasar yang kompetitif. Dengan melakukan hal-hal ini, Warkop Reborn dan UMK lainnya akan dapat membangun fondasi yang kokoh yang akan memungkinkan mereka untuk bertahan dan berkembang di masa depan. UMK akan bertahan dan berkembang di era globalisasi yang penuh tantangan jika dikombinasikan dengan kustomisasi produk, pelayanan pelanggan yang luar biasa, kemitraan strategis, pengelolaan keuangan yang baik, dan penggunaan teknologi canggih.

Langkah-langkah tersebut akan memungkinkan Warkop Reborn dan UMK lainnya membangun sistem bisnis yang inovatif, efisien dan berorientasi pada kepuasan pelanggan sekaligus meningkatkan daya saingnya di pasar.

SIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa Warkop Reborn menghadapi berbagai tantangan dalam era globalisasi, termasuk persaingan global, perubahan selera konsumen, akses ke teknologi, regulasi yang rumit, kesulitan pembiayaan, dan keterbatasan sumber daya manusia. Untuk mengatasi tantangan ini, Warkop Reborn menerapkan strategi adaptasi produk, promosi digital, pelayanan pelanggan yang unggul, kolaborasi dengan pemasok lokal, pengelolaan keuangan yang efisien, dan

inovasi teknologi. Strategi-strategi ini dapat menjadi contoh bagi UMK lain dalam menghadapi tantangan globalisasi dan meningkatkan daya saing di pasar yang dinamis.

Penelitian ini menekankan bahwa kemampuan untuk beradaptasi dan berinovasi adalah kunci bagi UMK untuk bertahan dan bersaing di pasar global yang dinamis. Warkop Reborn dapat menjadi contoh bagi UMK lain dalam mengembangkan strategi yang efektif untuk menghadapi tantangan globalisasi dan meraih kesuksesan di pasar yang kompetitif.

SARAN

1. Pendekatan Multidisiplin:
 - a. Kolaborasi dengan Ahli: Penelitian ini sebaiknya melibatkan kolaborasi dengan ahli dari berbagai disiplin ilmu seperti ekonomi, manajemen, dan sosiologi. Pendekatan multidisiplin akan memberikan perspektif yang lebih komprehensif dalam memahami tantangan dan strategi UMK dalam menghadapi globalisasi.
 - b. Studi Kasus Komparatif: Selain Warkop Reborn, penelitian dapat mencakup studi kasus komparatif dengan UMK lain di daerah yang sama atau berbeda. Ini akan membantu dalam mengidentifikasi pola umum dan strategi yang efektif dalam konteks yang berbeda.
2. Rekomendasi Praktis:
 - a. Strategi Inovatif: Mengembangkan rekomendasi strategi inovatif yang dapat diterapkan oleh Warkop Reborn dan UMK lainnya. Ini termasuk strategi pemasaran digital, diversifikasi produk, dan peningkatan kualitas layanan.

- b. Dukungan Kebijakan: Memberikan rekomendasi kepada pembuat kebijakan tentang cara mendukung UMK dalam menghadapi globalisasi. Ini bisa mencakup penyederhanaan birokrasi, insentif pajak, dan program pelatihan.
3. Pengembangan Kapasitas:
 - a. Pelatihan dan Pengembangan: Menyoroti pentingnya pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia. Rekomendasi dapat mencakup program pelatihan yang spesifik untuk meningkatkan keterampilan manajerial dan teknis karyawan UMK.
 - b. Teknologi dan Inovasi: Mendorong adopsi teknologi dan inovasi dalam operasional UMK. Penelitian dapat mengeksplorasi bagaimana teknologi dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing.
4. Penerapan Hasil Penelitian:
 - a. Implementasi di Lapangan: Mendorong Warkop Reborn untuk menerapkan hasil penelitian dan strategi yang direkomendasikan. Penelitian dapat mencakup rencana implementasi yang detail dan langkah-langkah praktis.
 - b. Monitoring dan Evaluasi: Menyediakan kerangka kerja untuk monitoring dan evaluasi penerapan strategi. Ini akan membantu dalam menilai efektivitas strategi dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

Dengan saran-saran ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami dan mengatasi tantangan yang dihadapi oleh

UMK dalam era globalisasi, serta mengembangkan strategi yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, M., & Hendra, H. (2023). Inovasi Produk Dalam Konteks Pemasaran Internasional: Strategi Dan Implementasi. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2523–2528. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13306>
- Alhifni, A. (n.d.). *Jurnal Syarikah P-ISSN 2442-4420 e-ISSN 2528-6935 Volume 5 Nomor 1, Juni 2019*.
- Anugerah Christian Putra. (2022). PENGARUH PERTUMBUHAN PDRB USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI SURABAYA. *Jurnal Lemhannas RI*, 10(2), 65–78. <https://doi.org/10.55960/jlri.v10i2.278>
- Asep Risman, & Mustaffa, M. (2023). LITERASI KEUANGAN BAGI UMKM: Laporan Keuangan Untuk Pengembangan Usaha UMKM. *Jurnal Abdimas Perbanas*, 4(1), 20–27. <https://doi.org/10.56174/jap.v4i1.521>
- Cahya, A. D., Rahmadani, D. A., Wijiningrum, A., & Swasti, F. F. (n.d.). *Analisis Pelatihan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*.
- Dhiah Fitrayati, A. K. (2014). *Strategi Pengembangan UKM Batu Arca Di Desa Wate Sumpak Dalam Menghadapi Era Globalisasi*.
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1).
- Faizah, N. H., & Suib, M. S. (2019). *UMKM DALAM PERSAINGAN DI ERA GLOBALISASI EKONOMI*

- (Studi di UKM Hunay Probolinggo). 3(2).
- Fauzi, H. (2020). PELATIHAN MANAJEMEN KEUANGAN BAGI PELAKU UMKM SEBAGAI UPAYA PENGUATAN UMKM JABAR JUARA NAIK KELAS. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 247–255. <https://doi.org/10.31949/jb.v1i3.324>
- Loredah Paulina Nainggolan, Ari Pradhanawati, & Wahyu Hidayat. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Stove Syndicate Cafe di Semarang)*.
- Maulana, N. & Zulfahmi. (2022). Potensi Pengembangan Industri Halal Indonesia di Tengah Persaingan Halal Global. *Jurnal Iqtisaduna*, 8(2), 136–150. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i2.32465>
- Nofiani, P. W., & Mursid, M. C. (2021). *PENTINGNYA PERILAKU ORGANISASI DAN STRATEGI PEMASARAN DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DI ERA DIGITAL*. 11.
- Pujiono, A., Setyawati, R., & Idris, I. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM HALAL DI JAWA TENGAH DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN GLOBAL. *Indonesia Journal of Halal*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3109>
- Rani, A. E., Baihaqi, I., & Bramanti, G. W. (2017). Analisis Pengaruh Atribut Kemitraan Terhadap Kolaborasi dan Kinerja Pada Industri Foodservice Di Surabaya. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 6(2), D263–D266. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v6i2.25721>
- Ratiah, R., Hartanti, H., & Setyaningsih, E. D. (2021). Inovasi dan Daya Kompetitif Para Wirausahawan UMKM: Dampak dari Globalisasi Teknologi Informasi. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 152–163. <https://doi.org/10.31294/eco.v5i2.10582>
- Rudini, M. (2020). TOLIS ILMIAH: JURNAL PENELITIAN. *JURNAL PENELITIAN*, 2(2).
- Vinatra, S. (2023). *Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat*.