PERFECT EDUCATION FAIRY

Volume 2, Number 3, 2024

Tantangan dan Peluang Ekonomi Pedagang Dimsum

Sari Nalurita[1], Lidya Setyowati[2], Krista Widyatama[3]
2106010008@students.unis.ac.id[1] , 2106010015@students.unis.ac.id[2], 2106010046@students.unis.ac.id[3]
[1)2)3)]Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam pembangunan ekonomi Indonesia, memberikan kontribusi signifikan dalam penciptaan lapangan kerja dan peningkatan devisa. Meskipun demikian, UMKM menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, kurangnya sumber daya manusia, serta ketidakjelasan visi dan misi bisnis. Penelitian ini berfokus pada pedagang dimsum di kawasan pendidikan Cikokol, Tangerang, dengan tujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi oleh para pedagang. Menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui observasi dan wawancara mendalam dengan pedagang dimsum di kawasan tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pedagang dimsum menghadapi persaingan ketat, fluktuasi harga bahan baku, dan perubahan preferensi konsumen. Selain itu, fluktuasi permintaan selama libur akademik dan kehadiran regulasi dari Satpol PP juga menjadi tantangan signifikan. Namun, terdapat peluang besar untuk inovasi produk dan strategi pemasaran yang efektif, didukung oleh populasi besar pelajar dan tenaga pendidik di kawasan pendidikan Cikokol. Pedagang dimsum, seperti Kedai Dimsum Ajad, dapat memanfaatkan platform pembayaran digital QRIS dan mempertimbangkan integrasi dengan layanan antar digital untuk memperluas jangkauan pasar. Strategi adaptif lainnya termasuk inovasi produk, paket hemat untuk pelajar, dan peningkatan kehadiran online melalui media sosial. Dengan strategi yang tepat dan adaptif, UMKM di kawasan pendidikan seperti Cikokol dapat mengatasi hambatan dan memaksimalkan potensi bisnis mereka, mencapai keberlanjutan dan kesuksesan di tengah persaingan yang ada.

Kata Kunci: Usaha Mikro, Tantangan, Peluang, Dimsum.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam pembangunan ekonomi sebuah negara, termasuk Indonesia. UMKM lahir dari kebutuhan dasar manusia untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari melalui kegiatan ekonomi produktif. Sektor ini telah terbukti memainkan peran penting dalam menopang perekonomian masyarakat dan daerah. Menurut Indrawati dan Rachmawati (2021), UMKM tidak hanya mampu bertahan di tengah tantangan ekonomi, tetapi juga terus berkembang dengan kontribusi yang signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan devisa, memberikan pendapatan pajak, dan mengembangkan sumber daya manusia.

Peran vital UMKM dalam pembangunan ekonomi Indonesia dapat dilihat dari data Kementerian Koperasi dan UMKM yang menunjukkan bahwa pada tahun 2018 hingga 2019,

UMKM menyumbangkan pangsa pasar sebesar 99,99% atau sekitar 64,2 juta unit usaha dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia(Simangunsong, n.d.). Hal ini menunjukkan betapa dominannya UMKM dalam struktur ekonomi nasional. Kendati demikian, meskipun potensinya besar, UMKM di Indonesia masih dihadapkan dengan berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhannya. Tantangan-tantangan ini meliputi terbatasnya akses terhadap modal kerja, kurangnya sumber daya manusia yang terampil, serta kekurangan keterampilan dan keahlian teknis (Kristina Sedyastuti, 2018).

Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi UMKM adalah keterbatasan akses terhadap modal kerja. Banyak UMKM yang kesulitan mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan formal karena kurangnya jaminan atau kreditur yang enggan memberikan pinjaman kepada usaha kecil yang dianggap berisiko tinggi. Kurangnya modal ini sering kali membatasi kemampuan UMKM untuk berkembang dan meningkatkan produksinya. Selain itu, UMKM juga sering kali menghadapi tantangan dalam hal manajemen keuangan. Kurangnya pemahaman tentang pengelolaan keuangan yang baik dapat mengakibatkan masalah likuiditas dan kesulitan dalam mengelola arus kas.

Tantangan lainnya termasuk ketidakjelasan dalam perencanaan, visi, misi, dan pandangan bisnis yang tidak jelas(Mei, 2024). Banyak UMKM yang tidak memiliki rencana bisnis yang solid atau visi jangka panjang, sehingga mereka kesulitan dalam mengarahkan usahanya ke arah yang tepat. Ketidakjelasan ini juga dapat mempengaruhi kemampuan UMKM untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam pemasaran, produksi, sumber daya manusia, dan keuangan juga menjadi kendala yang sering dihadapi oleh UMKM.

Menurut Suwarsono, pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep terkait sangat menentukan kesuksesan yang akan dicapai dari strategi yang telah disusun. Konsep-konsep tersebut meliputi distinctive competence, yaitu tindakan yang dilakukan untuk mendapatkan hasil yang lebih baik dari sebelumnya, dan competitive advantage, yaitu kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan untuk menjadi lebih unggul dari pesaingnya (Wibowo, Arifin, dan Sunarti, 2019). Dengan memahami dan menerapkan konsep-konsep ini, UMKM dapat meningkatkan daya saingnya dan mencapai keberhasilan dalam bisnisnya.

UMKM juga berkontribusi aktif dalam pengembangan daerah atau wilayah, yang pada gilirannya dapat meningkatkan usaha dan meminimalisir angka pengangguran. Suatu usaha dikatakan berkembang baik jika proses usahanya berjalan lancar dan memaksimalkan produktivitas pekerja. Selain itu, usaha kecil menengah juga memerlukan strategi yang tepat untuk mencapai sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan. Dengan strategi yang baik, UMKM dapat berkembang sesuai dengan harapan. Salah satu metode perencanaan strategis yang sering digunakan adalah analisis SWOT, yang mengevaluasi kekuatan (strengths), kelemahan (weaknesses) internal organisasi, serta peluang (opportunities) dan ancaman atau tantangan (threats) eksternal.

Analisis SWOT membantu UMKM dalam mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja bisnis mereka. Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan internal, UMKM dapat memanfaatkan kekuatan yang dimiliki dan mengatasi kelemahan yang ada. Sementara itu, dengan memahami peluang dan ancaman eksternal, UMKM dapat merancang strategi yang tepat untuk memanfaatkan peluang yang ada dan menghadapi ancaman yang mungkin timbul. Penggunaan analisis SWOT yang efektif dapat membantu UMKM dalam merencanakan langkah-langkah strategis yang akan diambil untuk mencapai tujuan bisnis mereka.

Di kawasan pendidikan seperti Cikokol, Tangerang, UMKM memiliki potensi besar untuk berkembang. Kawasan ini memiliki beberapa sekolah mulai dari Sekolah Dasar hingga Perguruan Tinggi, serta beberapa kantor(Dasar et al., 2001). Aktivitas pendidikan yang tinggi di kawasan ini tidak hanya menarik minat siswa dan mahasiswa, tetapi juga menciptakan peluang ekonomi yang signifikan bagi berbagai sektor usaha, salah satunya adalah bisnis kuliner. Di antara berbagai jenis usaha kuliner yang ada di Cikokol, pedagang dimsum menonjol sebagai pelaku usaha yang memiliki potensi besar. Dimsum merupakan makanan khas Tionghoa yang disajikan dalam porsi sekali gigit, dengan variasi dan cita rasa yang khas. Pengolahan dan penyajian dimsum yang praktis serta rasanya yang gurih menjadikannya disukai oleh kalangan pelajar dan mahasiswa, sehingga permintaan akan makanan praktis ini cukup tinggi.

Namun, meskipun terdapat peluang yang menjanjikan, pedagang dimsum di kawasan pendidikan Cikokol juga dihadapkan dengan berbagai tantangan. Persaingan yang ketat, fluktuasi harga bahan baku, serta perubahan preferensi konsumen merupakan beberapa tantangan utama yang harus dihadapi. Selain itu, keberadaan segmen pasar yang besar dan beragam memberikan peluang untuk inovasi produk dan strategi pemasaran yang efektif. Menjalankan UMKM di kawasan pendidikan seperti Cikokol tidak lepas dari berbagai tantangan, termasuk fluktuasi permintaan yang sangat dipengaruhi oleh kalender akademik. Pada saat libur akademik, jumlah konsumen menurun drastis, mengakibatkan penurunan pendapatan yang signifikan bagi para pelaku usaha.

Persaingan yang ketat antar pelaku usaha di sektor yang sama juga menjadi tantangan yang harus dihadapi. Banyaknya pilihan yang tersedia bagi konsumen menuntut setiap UMKM untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk serta layanan mereka. Selain itu, keterbatasan modal juga menjadi salah satu kendala bagi pedagang dimsum, terutama mereka yang berada dalam kategori UMKM. Meskipun demikian, peluang ekonomi yang ada di kawasan ini juga signifikan. Tingginya jumlah populasi pelajar dan tenaga pendidik menciptakan pasar yang stabil selama periode akademik. Tren makanan sehat dan inovatif membuka peluang bagi pedagang dimsum untuk memperkenalkan varian baru yang menarik dan memenuhi selera konsumen yang semakin beragam. Kerja sama dengan platform pengantaran makanan online juga dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

Selain tantangan dan peluang yang telah disebutkan, ada beberapa faktor lain yang mempengaruhi keberhasilan UMKM di kawasan pendidikan seperti Cikokol. Faktor-faktor tersebut meliputi kemampuan beradaptasi dengan perubahan teknologi, keterampilan dalam mengelola bisnis, serta kemampuan dalam membangun jaringan dan kemitraan. Di era digital ini, UMKM dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan teknologi agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi dalam operasional bisnis dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas UMKM. Misalnya, penggunaan media sosial dan platform e-commerce dapat membantu UMKM dalam mempromosikan produk dan menjangkau konsumen yang lebih luas.

Keterampilan dalam mengelola bisnis juga merupakan faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan UMKM. Pengelolaan bisnis yang baik meliputi pengelolaan keuangan, manajemen sumber daya manusia, manajemen produksi, dan manajemen pemasaran. UMKM yang memiliki keterampilan yang baik dalam mengelola bisnisnya akan mampu menghadapi tantangan yang ada dan memanfaatkan peluang yang ada. Selain itu, kemampuan dalam membangun jaringan dan kemitraan juga sangat penting bagi keberhasilan UMKM. Melalui jaringan dan kemitraan, UMKM dapat mengakses sumber daya yang lebih luas, memperoleh informasi yang lebih lengkap, serta mendapatkan dukungan dari pihak-pihak yang terkait.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pedagang dimsum di kawasan pendidikan Cikokol. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini akan menggali pengalaman dan strategi yang diterapkan oleh para pedagang dalam menghadapi dinamika pasar yang ada. Dengan strategi yang tepat dan adaptif, mereka dapat mengatasi hambatan yang ada dan memaksimalkan potensi bisnis mereka di lingkungan yang kompetitif ini. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pedagang dimsum serta pihak terkait dalam upaya meningkatkan keberlanjutan dan kesejahteraan ekonomi di kawasan pendidikan.

Pendahuluan ini akan membahas secara mendalam tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pedagang dimsum di kawasan pendidikan Cikokol. Dengan memahami dinamika pasar dan strategi adaptasi yang tepat, para pelaku usaha dapat memaksimalkan potensi bisnis mereka dan mencapai kesuksesan di tengah persaingan yang ada. Melalui analisis yang komprehensif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan strategi UMKM, khususnya di sektor kuliner, sehingga dapat memperkuat peran UMKM dalam perekonomian lokal dan nasional.

Dengan demikian, penting bagi UMKM untuk terus berinovasi dan mengembangkan strategi yang tepat agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, pengelolaan bisnis yang baik, serta kemampuan dalam membangun jaringan dan kemitraan merupakan beberapa faktor kunci yang dapat membantu UMKM dalam mencapai keberhasilan. Selain itu, dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait juga sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM. Melalui kolaborasi yang baik antara UMKM, pemerintah, dan berbagai pihak terkait, diharapkan UMKM dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis hubungan antar fenomena ekonomi yang dihadapi oleh pedagang dimsum di Kawasan Pendidikan Cikokol, Kota Tangerang, Provinsi Banten. Lokasi penelitian dipilih karena karakteristiknya yang unik, dengan kehadiran berbagai institusi pendidikan dari berbagai jenjang, yang menjadi pusat aktivitas pendidikan. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam tentang kondisi ekonomi pedagang dimsum, termasuk tantangan dan peluang yang mereka hadapi. Teknik pengumpulan data meliputi observasi langsung dan wawancara mendalam (in-depth interview) dengan para pedagang. Observasi dilakukan secara sistematis untuk mencatat kondisi lapangan, termasuk dinamika pasar dan perilaku konsumen, sedangkan wawancara mendalam bertujuan menggali informasi tentang pengalaman, pandangan, dan strategi adaptasi para pedagang.

Instrumen penelitian yang digunakan mencakup lembar observasi untuk mencatat berbagai aspek yang diamati dan pedoman wawancara untuk memastikan fokus pada topik penelitian yang relevan. Data yang diperoleh melalui observasi dan wawancara dianalisis menggunakan metode analisis kualitatif, yang melibatkan pemisahan, pengelompokan, dan interpretasi data secara empiris untuk menemukan pola-pola dan tema-tema yang signifikan. Hasil analisis ini diharapkan memberikan gambaran yang komprehensif tentang tantangan seperti persaingan ketat, fluktuasi harga bahan baku, dan perubahan preferensi konsumen, serta peluang yang bisa dimanfaatkan oleh pedagang dimsum, seperti segmen pasar yang besar dan potensi inovasi produk. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan

strategi bisnis yang lebih efektif dan berkelanjutan serta memberikan wawasan bagi pengembangan ekonomi lokal di kawasan pendidikan Cikokol.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Pedagang Dimsum di Kawasan Pendidikan Cikokol

Kedai Dimsum Ajad merupakan salah satu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang terletak di kawasan pendidikan Cikokol. Pemiliknya, Ajad, telah mengelola bisnis ini selama lebih dari satu tahun. Sebelum memulai usaha ini, Pak Ajad bekerja sebagai karyawan, namun kemudian ia memutuskan untuk beralih ke bidang wirausaha. Kedai ini buka setiap hari mulai pukul 9 pagi hingga 6 sore. Dalam sehari, Pak Ajad mampu menjual sekitar 500 hingga 700 pcs dimsum, memperoleh penghasilan harian berkisar antara Rp 1.500.000 hingga Rp 2.100.000. Kedai Dimsum Ajad menawarkan berbagai varian dimsum yang lezat dan menarik bagi pelanggan. Beberapa varian dimsum yang tersedia di kedai ini antara lain udang, jamur, wortel, smoked beef, mentai, dan banyak lagi. Setiap varian dimsum diracik dengan bahan-bahan berkualitas tinggi dan diproses dengan cara yang higienis untuk memastikan rasa yang autentik dan memuaskan. Harga yang ditawarkan untuk setiap porsi dimsum cukup terjangkau, berkisar mulai dari Rp 10.000 hingga Rp 30.000. Rentang harga ini memungkinkan pelanggan dari berbagai kalangan, termasuk pelajar dan mahasiswa, untuk menikmati hidangan yang lezat tanpa harus merogoh kocek terlalu dalam.

Dalam mengelola usahanya, Ajad harus mengeluarkan biaya operasional yang mencapai sekitar Rp 5.000.000 per minggu. Pengeluaran ini mencakup biaya bahan baku, sewa tempat, serta biaya utilitas dan lain-lain yang diperlukan untuk menjaga kualitas produk dan layanan. Pada awal penyewaan lapak, Ajad harus membayar sebesar Rp 7.000.000. Setelah itu, Pak Ajad dikenai biaya sewa bulanan sebesar Rp 250.000. Meskipun biaya sewa bulanan ini relatif rendah, biaya awal yang besar menunjukkan adanya investasi awal yang signifikan untuk memulai usaha.

Gambar 1. Foto Bersama Pedagang Dimsum

Gambar 2. Konsumen pembeli dimsum

2. Tantangan yang Dihadapi Pedagang Dimsum

a. Fluktuasi Permintaan

Fluktuasi permintaan sangat dipengaruhi oleh kalender akademik. Pada saat libur akademik, jumlah konsumen menurun drastis, mengakibatkan penurunan pendapatan yang signifikan. Hal ini membuat pedagang harus mencari alternatif strategi untuk menjaga stabilitas pendapatan. Selama periode liburan akademik, Pak Ajad memilih untuk tidak berjualan karena pendapatan yang diperoleh jika berjualan di tempat lain tidak sebanding dengan biaya

operasional yang harus dikeluarkan. Seperti yang diungkapkan dalam petikan wawancara di bawah ini:

"Kalo sekolah libur ya saya ikut libur. Ada sih tempat lain tapi ga se rame disini, nggak sebanding sama pengeluarannya. Jadi, saya lebih milih istirahat"(Wawancara dengan Pak Ajad) (11 Juni 2024).

b. Persaingan

Kawasan pendidikan Cikokol memiliki banyak pilihan kuliner, sehingga persaingan antar pedagang sangat ketat. Konsumen memiliki banyak pilihan, dan hal ini menuntut pedagang dimsum untuk terus berinovasi dalam produk dan layanan mereka agar tetap kompetitif.

"*karena yang jualan makanan banyak jadi pembeli banyak pilihan, tapi yang jualan dimsum juga disini nggak ada. Dulu ada tapi sekarang udah nggak ada*" (Wawancara dengan Pak Ajad) (11 Juni 2024).

Meskipun Kedai Dimsum Ajad tidak menghadapi persaingan langsung dengan pedagang lain yang menawarkan dimsum sejenis, mereka tetap harus bersaing dalam industri makanan di kawasan pendidikan Cikokol. Di daerah ini, keberagaman pilihan kuliner menjadi salah satu faktor yang memengaruhi intensitas persaingan.

c. Fluktuasi Harga Bahan Baku

Harga bahan baku yang tidak stabil menjadi tantangan lain yang dihadapi oleh pedagang dimsum. Fluktuasi harga ini mempengaruhi biaya produksi dan keuntungan yang diperoleh. Ketika harga bahan baku naik, biaya produksi dimsum juga meningkat. Hal ini dapat menyebabkan penurunan margin keuntungan jika harga jual dimsum tidak disesuaikan. Namun, menaikkan harga jual dimsum secara langsung juga bisa berdampak negatif pada jumlah pelanggan, terutama di lingkungan pendidikan di mana daya beli pelajar dan mahasiswa mungkin terbatas. Oleh karena itu, Pak Ajad harus mencari keseimbangan antara menjaga harga yang kompetitif dan memastikan keuntungan yang memadai.

d. Keterbatasan Modal

Banyak pedagang dimsum, yang termasuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), sering kali menghadapi keterbatasan modal. Keterbatasan ini menjadi tantangan signifikan karena menghambat kemampuan mereka untuk memperluas usaha, meningkatkan kapasitas produksi, atau berinovasi dalam produk dan layanan. Pak Ajad, pemilik Kedai Dimsum Ajad, juga merasakan dampak dari keterbatasan modal ini dalam menjalankan operasional sehari-hari.

e. Perubahan Preferensi Konsumen

Preferensi konsumen yang terus berubah juga merupakan tantangan signifikan yang dihadapi oleh usaha kecil seperti Kedai Dimsum Ajad. Konsumen modern cenderung lebih selektif dan selalu mencari pengalaman kuliner yang baru dan menarik. Mereka dipengaruhi oleh tren makanan yang terus berkembang, gaya hidup sehat, serta kemajuan teknologi yang mempermudah akses informasi dan pilihan kuliner.

"Selera pembeli kan kadang berubah, mungkin kadang bosen dan pengen sesuatu yang baru lah gitu" (Wawancara dengan Pak Ajad) (11 Juni 2024).

Menghadapi dinamika ini, Pak Ajad harus bisa menyesuaikan diri dengan cepat untuk tetap relevan di pasar dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

f. Regulasi dan Penertiban

Tantangan lainnya adalah kehadiran Satpol PP yang secara rutin melakukan penertiban terhadap pedagang di kawasan tersebut.

"Ya, Namanya orang kecil lah. Penertiban dari Satpol PP yang terkadang cukup mengganggu" (Wawancara dengan Pak Ajad) (11 Juni 2024).

Pak Ajad perlu memahami dengan baik regulasi yang berlaku, termasuk perizinan usaha, jadwal operasional, tata tertib kebersihan, dan persyaratan lainnya yang ditetapkan oleh pemerintah daerah. Dengan mematuhi regulasi ini, Kedai Dimsum Ajad tidak hanya meminimalkan risiko gangguan dari pihak berwenang, tetapi juga menciptakan lingkungan usaha yang stabil dan terpercaya bagi pelanggan.

3. Peluang yang Dimiliki Pedagang Dimsum

a. Lokasi Strategis

Tingginya jumlah populasi pelajar dan tenaga pendidik di kawasan pendidikan Cikokol menciptakan pasar yang stabil selama periode akademik, memberikan peluang besar bagi pedagang dimsum seperti Kedai Dimsum Ajad untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualannya.

"*karena lokasinya strategis ya, banyak anak sekolah, mahasiswa juga jadi ya rame lah, alhamdulillah*" (Wawancara dengan Pak Ajad) (11 Juni 2024).

Setiap tahunnya, jumlah siswa, mahasiswa, dan staf pendidik terus bertambah, membuka peluang bagi peningkatan basis pelanggan secara organik. Pertumbuhan populasi ini berdampak positif pada volume penjualan harian, karena semakin banyak orang yang membutuhkan makan siang atau camilan di sekitar area tersebut. Dengan mempertahankan kualitas produk dan layanan yang baik, serta terus berinovasi dalam menu dan strategi pemasaran, Kedai Dimsum Ajad bisa memanfaatkan pertumbuhan ini untuk meningkatkan pendapatan jangka panjang. Peluang ini bukan hanya sekadar meningkatkan penjualan harian, tetapi juga menciptakan loyalitas pelanggan yang kuat, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada stabilitas dan keberlanjutan usaha dalam jangka waktu yang lebih lama.

b. Inovasi Produk

Tren makanan sehat dan inovatif membuka peluang besar bagi pedagang dimsum seperti Kedai Dimsum Ajad untuk memperkenalkan varian baru yang menarik dan sesuai dengan selera konsumen yang semakin beragam. Inovasi dalam variasi rasa, bentuk, dan bahan baku tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin cenderung mencari makanan sehat, tetapi juga memberikan pengalaman baru yang menarik bagi pelanggan. Selain itu, mengembangkan varian rasa yang unik dapat memberikan nilai tambah dan membedakan produk dari pesaing. Inovasi ini tidak hanya menarik konsumen baru tetapi juga dapat mempertahankan minat pelanggan setia, menciptakan loyalitas dan meningkatkan penjualan. Dengan terus mengikuti tren dan adaptif terhadap preferensi konsumen yang berubah, Kedai Dimsum Ajad dapat memanfaatkan peluang ini untuk memperkuat posisinya di pasar dan mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

c. Peningkatan Layanan Pembayaran

Pak Ajad mengatakan :

"*sebenernya kalo pakai gofood atau grabfood jadi mempengaruhi harganya karena kita harus naikin 20%. jadi saya mutusin nggak usah pakai aja*" (Wawancara dengan Pak Ajad) (11 Juni 2024).

Meskipun mereka belum mengadopsi layanan antar digital karena khawatir akan dampak kenaikan harga produk bagi konsumen. Kedai Dimsum Ajad telah mengimplementasikan QRIS sebagai solusi pembayaran yang lebih modern dan efisien.

"*Pakai qris ya untuk memudahkan konsumen yang nggak megang uang cash gitu*" (Wawancara dengan Pak Ajad) (11 Juni 2024)

QRIS memungkinkan konsumen untuk melakukan transaksi pembayaran tanpa uang tunai secara langsung di toko, mengakomodasi preferensi masyarakat yang semakin beralih ke pembayaran digital.

d. Peningkatan Kualitas dan Layanan

Peningkatan kualitas produk dan layanan menjadi kunci utama dalam menarik dan mempertahankan konsumen. Pedagang dimsum dapat fokus pada peningkatan kualitas bahan baku dan pengolahan yang higienis. Selain aspek produk, pelayanan yang ramah dan responsif juga menjadi faktor penting. Interaksi positif dengan pelanggan dapat meningkatkan pengalaman konsumen secara keseluruhan.

e. Dukungan Pemerintah dan Lembaga Terkait

Dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait memainkan peran penting dalam mendukung pedagang dimsum, termasuk Kedai Dimsum Ajad, dalam mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi sehari-hari. Program-program ini tidak hanya memberikan bantuan langsung, tetapi juga menciptakan lingkungan yang mendukung untuk pertumbuhan UMKM secara keseluruhan. Salah satu bentuk dukungan yang penting adalah pelatihan. Program pelatihan dari pemerintah atau lembaga terkait dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan oleh pedagang dimsum untuk meningkatkan manajemen bisnis, penanganan keuangan, pemasaran, serta praktik operasional yang efektif dan efisien. Pelatihan semacam ini tidak hanya meningkatkan kualitas layanan dan operasional Kedai Dimsum Ajad, tetapi juga membantu mereka bersaing lebih baik dalam pasar yang kompetitif.

4. Strategi Adaptasi dan Inovasi

Berdasarkan hasil analisis, beberapa strategi adaptasi dan inovasi yang dapat diterapkan oleh pedagang dimsum di kawasan pendidikan Cikokol adalah:

a. Diversifikasi Produk

Diversifikasi produk yang dapat diterapkan oleh pedagang dimsum mencakup berbagai inovasi untuk menarik berbagai segmen pasar dan menyesuaikan dengan tren konsumen saat ini. Pedagang dapat memperkenalkan varian dimsum sehat seperti dimsum rendah kalori, rendah lemak, atau berbahan dasar sayuran untuk mengakomodasi konsumen yang peduli dengan kesehatan. Selain itu, variasi dimsum berbentuk kreatif atau dengan tema-tema tertentu, seperti dimsum berbentuk hewan lucu untuk menarik anak-anak, juga dapat menjadi daya tarik tersendiri. Dengan diversifikasi produk yang tepat, pedagang dimsum dapat menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan memperkuat posisi mereka di industri kuliner.

b. Peningkatan Kualitas dan Standar Higienis

Menjaga kualitas bahan baku dan proses pengolahan yang higienis sangat penting untuk menarik konsumen. Pedagang dimsum harus memastikan bahwa produk yang dijual memenuhi standar kualitas dan kebersihan yang tinggi. Umpan balik dari pelanggan juga dapat menjadi indikator penting untuk memperbaiki dan mempertahankan kualitas produk.

c. Penggunaan Media Sosial

Memanfaatkan teknologi informasi seperti media sosial dan platform e-commerce dapat membantu pedagang dimsum dalam mempromosikan produk dan menjangkau konsumen yang lebih luas. Kedai Dimsum Ajad juga dapat mempertimbangkan peningkatan kehadiran online melalui media sosial dan situs web. Aktivitas online seperti memposting menu, promosi, ulasan pelanggan, dan informasi terkait kedai dapat membantu dalam membangun brand awareness dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Media sosial seperti Instagram atau Facebook dapat digunakan untuk berbagi foto produk yang menarik, mengadakan promosi khusus, serta menjawab pertanyaan atau ulasan pelanggan secara langsung. Langkah ini tidak hanya membantu Kedai Dimsum Ajad untuk lebih mudah diakses oleh konsumen potensial, tetapi juga meningkatkan visibilitas mereka di pasar yang semakin kompetitif.

d. Pelatihan dan Pengembangan Keterampilan

Mengikuti pelatihan dan program pengembangan keterampilan yang diselenggarakan oleh pemerintah atau lembaga terkait dapat membantu pedagang dimsum meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola usaha. Hal ini termasuk pelatihan dalam manajemen keuangan, pemasaran, dan pengelolaan sumber daya manusia.

e. Membangun Jaringan dan Kemitraan

Membangun jaringan dan kemitraan dengan pelaku usaha lain, komunitas lokal, dan lembaga terkait sangat penting bagi Kedai Dimsum Ajad di kawasan pendidikan Cikokol. Melalui kolaborasi ini, Ajad dapat mengakses sumber daya yang lebih luas, seperti informasi pasar terbaru, tren konsumen, dan praktik terbaik dalam industri makanan. Kerja sama dengan pelaku usaha lain juga membuka peluang untuk berbagi pengalaman dan pengetahuan, serta potensial untuk menciptakan sinergi yang saling menguntungkan. Dengan membangun hubungan yang kuat dengan stakeholder di sekitar mereka, Kedai Dimsum Ajad dapat memperkuat fondasi bisnisnya dan meningkatkan potensi pertumbuhan jangka panjang.

f. Kerja Sama dengan Platform Pengantaran Online

Mengintegrasikan dengan platform layanan antar seperti GoFood atau GrabFood untuk meningkatkan keterjangkauan pasar. Dengan memanfaatkan teknologi ini, pedagang dapat menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa terbatas oleh lokasi fisik kedai mereka. Platform pengantaran makanan online telah menjadi salah satu kanal penjualan yang populer di kalangan konsumen modern yang menyukai kenyamanan dalam memesan makanan secara online dan diantar langsung ke tempat mereka. Kerja sama dengan platform tersebut juga membuka kesempatan bagi Kedai Dimsum Ajad untuk mencapai pasar yang lebih luas di luar radius lokal mereka, seperti di kawasan sekitar Cikokol yang mungkin belum terjangkau oleh promosi konvensional atau pelanggan lama yang mungkin tidak dapat mengunjungi kedai secara langsung. Selain itu, platform pengantaran makanan sering kali memiliki basis pelanggan yang besar dan terdiversifikasi, yang dapat membantu meningkatkan brand awareness dan eksposur bagi Kedai Dimsum Ajad.

g. Penawaran Paket dan Kombo Menarik

Menghadirkan paket dan kombo yang menarik juga dapat menjadi strategi yang efektif. Paket hemat yang ditawarkan khusus untuk pelajar dan mahasiswa dapat menjadi daya tarik yang signifikan karena menawarkan nilai tambah yang jelas bagi konsumen. Salah satu contoh strategi yang dapat diterapkan adalah menawarkan paket hemat yang mencakup beberapa jenis dimsum favorit dengan harga yang lebih terjangkau dibandingkan jika dibeli secara terpisah. Selain itu, Kedai Dimsum Ajad juga bisa mempertimbangkan untuk menawarkan paket khusus untuk kelompok atau acara tertentu, seperti acara ulang tahun atau pertemuan kelompok studi. Paket-paket ini bisa mencakup jumlah dimsum yang lebih besar dengan harga diskon, ditambah dengan opsi tambahan seperti minuman atau makanan penutup. Penawaran ini tidak hanya akan meningkatkan penjualan secara keseluruhan, tetapi juga mendorong mereka untuk mencoba berbagai jenis produk yang ditawarkan oleh kedai.

KESIMPULAN

Pedagang dimsum di kawasan pendidikan Cikokol, Tangerang, menghadapi berbagai tantangan yang mempengaruhi kelangsungan dan perkembangan usaha mereka. Namun, dengan memahami dan memanfaatkan peluang yang ada, serta menerapkan strategi adaptasi dan inovasi yang tepat, para pedagang dapat mengatasi hambatan yang ada dan memaksimalkan potensi bisnis mereka. Kedai Dimsum Ajad berhasil tumbuh dan berkembang meskipun menghadapi beberapa tantangan. Dukungan dari pemerintah, lembaga terkait, serta kolaborasi antara pelaku usaha sangat diperlukan untuk menciptakan lingkungan usaha yang kondusif dan

berkelanjutan. Dengan demikian, pedagang dimsum di kawasan pendidikan Cikokol dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian lokal. Strategi-strategi ini diharapkan dapat membantu para pedagang dalam mengatasi tantangan yang dihadapi dan meningkatkan keberlanjutan usaha mereka di masa depan. penting bagi UMKM untuk terus berinovasi dan mengembangkan strategi yang tepat agar dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi, pengelolaan bisnis yang baik, serta kemampuan dalam membangun jaringan dan kemitraan merupakan beberapa faktor kunci yang dapat membantu UMKM dalam mencapai keberhasilan. Selain itu, dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait juga sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM. Observasi ini membantu peneliti memahami konteks lingkungan tempat para pedagang beroperasi, termasuk dinamika pasar, perilaku konsumen, dan faktor-faktor eksternal lainnya. Tren makanan sehat dan inovatif membuka peluang besar bagi pedagang dimsum seperti Kedai Dimsum Ajad untuk memperkenalkan varian baru yang menarik dan sesuai dengan selera konsumen yang semakin beragam. Inovasi dalam variasi rasa, bentuk, dan bahan baku tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin cenderung mencari makanan sehat, tetapi juga memberikan pengalaman baru yang menarik bagi pelanggan.Dengan strategi yang tepat dan adaptif, UMKM di kawasan pendidikan seperti Cikokol dapat mengatasi hambatan dan memaksimalkan potensi bisnis mereka, mencapai keberlanjutan dan kesuksesan di tengah persaingan yang ada. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi bisnis yang lebih efektif dan berkelanjutan bagi para pedagang dimsum di kawasan pendidikan Cikokol. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pembuat kebijakan dan pihak terkait dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal di kawasan pendidikan Cikokol.

Daftar Pustaka

Arviani, H., Claretta, D., & Delinda, N. (2021). *Research and Learning in Comunication Study Sosial Media Marketing : Peluang & Tantangan bagi UMKM Lokal Di Masa Pandemi Covid-19 Social Media Marketing : Opportunities & Challenges for Local UMKM During the Covid-19 Pandemic*. *7*(April), 47–56. https://doi.org/10.31289/simbollika.v7i1.4417

Arwanda, F., Aditya, D., Laksana, W., Laire, C., Ginting, R., Tanjungpura, U., & Author, C. (n.d.). *STUDI FENOMENOLOGI PADA PEDAGANG KAKI LIMA*.

Dasar, S., Pertama, S. M., Atas, S. M., & Kejuruan, M. (2001). *BAB I*.

Hidayatullah, A., Mezaluna, I., & Rizqiyanto, M. (2023). *PELATIHAN PEMBUATAN LAPORAN KEUANGAN PADA UMKM KEDAI " DIMSUM BY NAJWA " DI PEKALONGAN ABDI UNISAP : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. *1*, 122–128.

Ikram, A., Sarmita, I. M., & Citra, I. P. A. (2020). *Eksistensi Pedagang Kaki Lima Di Jalan Arteri Primer Kota Singaraja*. *8*(3), 130–139.

Malihah, L., & Sari, A. N. (2024). *Peluang dan Tantangan Pada Industri Rumah Tangga Kuliner : Tinjauan Literatur*. *09*, 30–40.

Mei, N. (2024). *SENTRI : Jurnal Riset Ilmiah*. *3*(5), 2564–2571.

Sari, R. O., Rosmanidar, E., Martaliah, N., & Habriyanto, H. (2024). *Strategi UMKM Simpang Karya Dalam Meningkatkan Pendapatan Pasca Pandemi Covid-19*. *2*(2).

Simangunsong, B. Y. P. (n.d.). *Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review*. 25–39.

Wulandari, C., Rahayu, S. A., Pertiwi, S., & Sandi, H. (2023). *Penjualan Dengan Harga yang Terjangkau Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM Dimsum Senopati*. *1*(5), 914–919.