

## Pengembangan Usaha Warmindo di Kabupaten Sumedang: Karakteristik, Tantangan, dan Strategi Pemberdayaan

DOI: <https://doi.org/10.31595/lindayosos.v7i1.1490>

### Ujang Muhyidin

Politeknik Kesejahteraan Sosial  
Bandung, iINDONESIA  
Ujangmuhyidin70796@gmail.com

### Journal History

Received: 2025-05-15  
Accepted: 2025-06-28  
Published: 2025-06-30

### ABSTRACT

This study examines the characteristics, challenges, and development needs of Warmindo business actors in Sumedang Regency. The background of the study is the rapid growth of Warmindo businesses, which still face various obstacles. The research employs a quantitative-descriptive method with a case study approach, using data collected through questionnaires, interviews, observations, and documentation. Data analysis is conducted quantitatively using descriptive analysis techniques. This technique is used to describe the characteristics of the variables studied, identify relationships between variables, and draw conclusions based on the quantitative data obtained. The results show that Warmindo businesses are dominated by micro-entrepreneurs based on local resources, the majority of whom are adult women with low educational backgrounds. Most of the business actors have only started their businesses within the past year, operate all day, and are highly motivated. The main challenges faced include limited entrepreneurial skills, operational and financial management, product innovation, as well as access to capital and strategic locations. In conclusion, developing Warmindo businesses requires an integrated strategy involving improved access to business locations, micro-financing, intensive mentoring programs, product diversification, operational efficiency improvement, strengthening of social networks, and regular evaluation of support programs. Synergy between business actors, the government, and relevant institutions is crucial to promote sustainable Warmindo growth and contribute to the welfare of the Sumedang community

### KEYWORDS:

Warmindo, micro-enterprise, entrepreneurship, business development, Sumedang Regency

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengkaji karakteristik, tantangan, dan kebutuhan pengembangan pelaku usaha Warmindo di Kabupaten Sumedang. Latar belakang penelitian adalah pertumbuhan usaha Warmindo yang pesat namun masih menghadapi berbagai kendala. Penelitian menggunakan metode kuantitatif-deskriptif dengan pendekatan studi kasus, dengan data diperoleh melalui angket, wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan secara kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Teknik ini digunakan untuk menggambarkan karakteristik variabel-variabel yang diteliti, mengidentifikasi hubungan antarvariabel, serta menarik kesimpulan berdasarkan data kuantitatif yang diperoleh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha Warmindo didominasi oleh pelaku usaha mikro berbasis sumber daya lokal, mayoritas perempuan dewasa berpendidikan rendah. Sebagian besar pelaku baru memulai usaha dalam satu tahun terakhir, beroperasi sepanjang hari, dan memiliki motivasi tinggi. Tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan keterampilan wirausaha, pengelolaan operasional dan keuangan, inovasi produk, serta akses terhadap modal dan lokasi strategis. Kesimpulannya, pengembangan usaha Warmindo

memerlukan strategi terintegrasi berupa penguatan akses lokasi usaha, pembiayaan mikro, program pendampingan intensif, diversifikasi produk, peningkatan efisiensi operasional, penguatan jaringan sosial, serta evaluasi berkala atas program dukungan. Sinergi antara pelaku usaha, pemerintah, dan lembaga terkait sangat penting untuk mendorong pertumbuhan Warmindo yang berkelanjutan dan berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat Sumedang.

**KataKunci:**

Warmindo, usaha mikro, wirausaha, pengembangan usaha, Kabupaten Sumedang

## **PENDAHULUAN**

Kabupaten Sumedang merupakan salah satu wilayah di Provinsi Jawa Barat yang dikenal dengan berbagai usaha mikro, salah satunya adalah warung mi instan yang biasa disebut warmindo. Warung-warung ini tidak hanya menjadi bagian tak terpisahkan dari gaya hidup kuliner masyarakat setempat, tetapi juga berperan penting dalam mendukung usaha keluarga, terutama bagi kelompok berpenghasilan rendah. Sebagian pengelola warung warmindo di Sumedang merupakan keluarga penerima manfaat (KPM) yang mendapatkan dukungan usaha melalui Program Dukungan Reintegrasi Sosial (Atensi) Kementerian Sosial Republik Indonesia. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga miskin melalui bantuan dana, pelatihan, dan pembinaan kewirausahaan.

Meski Warmindo memiliki potensi ekonomi yang kuat, wirausaha ini kerap menghadapi berbagai tantangan yang menghambat perkembangannya. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Sumedang, sebagian besar badan usaha Warmindo tergolong usaha mikro dengan modal terbatas, pengetahuan kewirausahaan minim, serta akses pelatihan dan pendampingan yang terbatas. Lebih jauh, data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) menunjukkan bahwa meski jumlah wirausaha Warmindo meningkat dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan tersebut belum dibarengi dengan peningkatan kesejahteraan ekonomi wirausaha tersebut secara signifikan.

Tantangan yang dihadapi oleh para pelaku usaha Warmindo tidak hanya terletak pada faktor internal, seperti kurangnya keterampilan manajemen, tetapi juga tantangan eksternal, seperti persaingan di sektor usaha makanan, harga barang yang berfluktuasi, dan perubahan preferensi konsumen. Namun, peluang pasar yang besar yang ditawarkan oleh makanan siap saji terus membuka jalan bagi pengembangan bisnis yang lebih inovatif dan berkelanjutan.

Beberapa penelitian telah mengeksplorasi berbagai aspek terkait usaha mikro dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Hidayat (2020) menyoroti pentingnya pelatihan kewirausahaan dalam meningkatkan kinerja usaha mikro. Kusumastuti dkk. (2018) menekankan perlunya menilai efektivitas dukungan pemerintah dalam pengembangan usaha mikro, sementara Ridwan dan Susanti (2020) menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan keterampilan berwirausaha. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Setiawan dan Kusuma (2019) menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan warung ayam dan mie, sementara Prasetyo dan Wibowo (2021) menekankan peran penting dukungan keluarga dalam keberhasilan usaha mikro. Lebih lanjut, Santoso dan Rahayu (2022) menekankan pentingnya strategi pemasaran dalam meningkatkan visibilitas bisnis, dan Kusuma dan Santika (2018) mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi pengembangan usaha mikro yang berkelanjutan.

Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji kondisi aktual dan kemampuan berwirausaha keluarga penerima manfaat yang menjalankan usaha warmindo di Kabupaten Sumedang masih kurang. Pemahaman yang komprehensif tentang kondisi ini diperlukan untuk mengembangkan strategi pemberdayaan yang tepat dan spesifik sesuai konteks.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara mendalam keterampilan berwirausaha keluarga penerima manfaat warung mie Indomie (warmindo) di Kabupaten Sumedang yang didukung oleh program insentif Kementerian Sosial, guna menyusun strategi yang tepat dan efektif untuk meningkatkan keterampilan berwirausaha mereka. Diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan kontribusi konkret untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga penerima manfaat dan mendukung pengembangan usaha mikro di tingkat lokal.

## **Metode**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan pedagang mie Indomie (Warmindo) di Kabupaten Sumedang. Pendekatan ini dipilih

karena bertujuan untuk menggambarkan dan mengukur secara sistematis hubungan antar variabel tertentu guna memperoleh gambaran yang objektif tentang kondisi yang diteliti.

Model penelitian ini dikembangkan untuk mengidentifikasi hubungan antara variabel independen, mediasi, dan dependen. Variabel independen yang diteliti meliputi: karakteristik pedagang, pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan, inovasi bisnis, akses terhadap modal/pembangunan, pembinaan dan pendampingan bisnis, dan dukungan keluarga. Variabel-variabel ini memengaruhi variabel mediasi strategi manajemen, pemasaran, dan operasi bisnis yang pada gilirannya memengaruhi variabel dependen yaitu pendapatan dan keberhasilan bisnis. Hasil akhir yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan kondisi kehidupan pedagang dan mencapai tujuan entitas wirausaha Warmindo di Kabupaten Sumedang. Penelitian ini menggunakan dua jenis sumber data: data primer dan data sekunder.

Data primer dikumpulkan langsung dari responden kunci, yaitu 20 pedagang Warmindo di Kabupaten Sumedang, melalui kuesioner, wawancara terstruktur, dan observasi lapangan. Kuesioner berisi pertanyaan tertutup dengan skala likert untuk menilai berbagai aspek seperti karakteristik pedagang, pengetahuan dan keterampilan, motivasi, inovasi, akses terhadap modal, dan dukungan keluarga. Wawancara digunakan untuk lebih memahami pengalaman kerja, hambatan, dan harapan pedagang. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung kondisi tempat usaha, interaksi dengan pelanggan, dan praktik manajemen yang ada.

Data sekunder diperoleh dari dokumen resmi seperti laporan program Atensi Kementerian Sosial, kebijakan pemerintah daerah tentang usaha mikro dan tinjauan pustaka termasuk buku, artikel, dan penelitian sebelumnya tentang kewirausahaan mikro.

Populasi penelitian terdiri dari pedagang Warmindo di Kabupaten Sumedang yang memenuhi kriteria berwirausaha aktif dan telah menjalankan usaha minimal enam bulan. Karena populasi hanya terdiri dari 20 pedagang, maka pengumpulan data dilakukan sensus, artinya seluruh populasi dijadikan sampel. Tujuan sensus ini adalah untuk memberikan gambaran yang komprehensif dan akurat tentang situasi pedagang Warmindo di wilayah tersebut.

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa cara yaitu:

1. **Kuesioner:** Alat utama untuk mengumpulkan data kuantitatif, menggunakan skala Likert untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang disajikan.
2. **Wawancara Terstruktur:** Dirancang untuk memahami secara mendalam pengalaman dan harapan para wirausaha Warmindo.
3. **Observasi lapangan:** Peneliti melakukan observasi langsung untuk menilai praktik bisnis, layanan pelanggan, dan kondisi tempat usaha.

Untuk memastikan kredibilitas dan konsistensi data yang diperoleh, dilakukan uji validitas dan reliabilitas alat penelitian.

- Validitas diuji menggunakan metode korelasi product moment Pearson. Instrumen dianggap valid jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r yang diberikan dalam tabel pada tingkat signifikansi 5% ( $r_{tabel} = 0,444$  untuk 20 responden).
- Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung alpha Cronbach. Instrumen dianggap reliabel jika alpha Cronbach-nya  $\geq 0,60$ . Alpha Cronbach yang ditentukan dalam penelitian ini menunjukkan konsistensi internal instrumen yang baik.

Data yang terkumpul dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif. Metode ini memungkinkan untuk menggambarkan karakteristik variabel yang diteliti, mengidentifikasi hubungan di antara variabel tersebut, dan menarik kesimpulan dari data kuantitatif yang diperoleh. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi, dan interpretasi naratif untuk memudahkan pemahaman pembaca.

Diharapkan metode penelitian yang sistematis ini dapat memberikan gambaran yang jelas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan wirausaha di Warmindo dan memberikan rekomendasi praktis untuk meningkatkan kemakmuran usaha di Kabupaten Sumedang.

## **DISKUSI**

### **1. Karakteristik Pelaku Usaha Mie Indomie (Warmindo) di Kabupaten Sumedang**

a) Jenis kelamin, usia dan tingkat pendidikan.

Pelaku usaha Warmindo sebagian besar adalah perempuan (90%), sedangkan laki-laki (10%). Dominasi ini dijelaskan oleh teori peran gender dalam konteks sosial ekonomi. Teori ini mengemukakan bahwa perempuan cenderung berperan aktif dalam usaha kecil atau informal sebagai bagian dari strategi ekonomi keluarga (Boserup, 1970). Usaha warung mie yang pengelolaannya relatif fleksibel memungkinkan perempuan untuk tetap memenuhi tanggung jawab rumah tangganya sambil memperoleh penghasilan tambahan. Studi oleh Sari dan Fitriani (2018) juga menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak terlibat dalam usaha mikro di sektor makanan karena dianggap sesuai dengan keterampilan dasar mereka dan kebutuhan pasar.

Mayoritas responden berusia antara 41 sampai 47 tahun (50%) dan 48 sampai 55 tahun (35%), dengan persentase kecil (15%) berusia antara 34 sampai 40 tahun. Rentang usia ini menunjukkan bahwa pelaku usaha Warmindo pada umumnya usia produktif hingga usia lanjut. Menurut teori pengembangan karier Donald Super

(1957), individu dalam kelompok usia ini berada dalam fase stabilisasi karier, di mana mereka lebih berfokus pada pengelolaan usaha yang sudah ada daripada mencari peluang baru. Usia produktif ini juga mencerminkan kemampuan fisik dan pengalaman yang cukup untuk mengelola usaha sehari-hari.

Sebagian besar pelaku usaha Warmindo tamatan sekolah dasar /SD (50%) dan sekolah menengah pertama /SMP (35%), sementara hanya 15% yang menamatkan sekolah menengah atas /SMA atau kejuruan/SMK. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha ini memiliki tingkat pendidikan yang relatif rendah. Dalam teori modal manusia (Becker, 1964), pendidikan sering dikaitkan dengan kemampuan untuk berinovasi dan mengelola bisnis. Namun, dalam konteks usaha mikro seperti Warmindo, pengalaman praktis sering kali lebih penting daripada pendidikan formal. Tingkat pendidikan yang rendah ini juga dapat menjadi hambatan untuk mengakses informasi, teknologi, atau manajemen bisnis yang lebih maju.

Karakteristik wirausaha Warmindo di Kabupaten Sumedang mencerminkan keberadaan usaha mikro yang mengandalkan sumber daya lokal dan didominasi oleh perempuan dewasa produktif yang berpendidikan rendah. Hal ini memiliki beberapa implikasi :

1. Kebutuhan pelatihan: Untuk meningkatkan potensi usaha, diperlukan program pelatihan yang didasarkan pada keterampilan praktis, seperti dasar-dasar manajemen keuangan dan strategi pemasaran.
2. Pendampingan berkelanjutan: Mengingat rendahnya tingkat pendidikan, dukungan pendampingan intensif lebih efektif daripada pelatihan formal.
3. Pemberdayaan Perempuan: Mengingat dominannya wirausaha warmindo adalah perempuan, maka dibutuhkan program khusus yang ditujukan untuk memberdayakan wirausaha perempuan sehingga dapat meningkatkan keberlanjutan bisnis mereka.

b). Waktu Berwirausaha dan Durasi Berjualan Warmindo

Se semua pelaku usaha warmindo sebanyak 20 KPM menerima bantuan berupa gerobak dan perlengkapan usahanya, mereka ini baru merintis usahanya kurang dari setahun, hal ini menandakan bahwa usaha mereka masih dalam tahap awal. Menurut teori siklus hidup wirausaha Churchill dan Lewis (1983), fase awal merupakan masa yang sulit karena pelaku usaha harus beradaptasi dengan berbagai aspek usaha, seperti operasional, pemasaran, dan memahami kebutuhan pelanggan.

Pada fase ini, keberhasilan wirausaha sangat bergantung pada kemampuan wirausahawan untuk beradaptasi dan tangguh menghadapi tantangan seperti persaingan, keterbatasan modal kerja, dan loyalitas pelanggan. Dukungan eksternal, seperti pendampingan dan pelatihan, sangat penting untuk membantu wirausahawan melewati fase kritis ini.

Sebagian besar responden (95%) berjualan Warmindo dari pagi hingga malam, hanya 5% yang berjualan pada waktu-waktu tertentu seperti siang, sore, atau malam hari. Waktu berjualan yang lama menunjukkan tingginya komitmen pelaku usaha ini, sesuai dengan konsep entrepreneurial commitment (Timmons, 1999). Komitmen waktu yang tinggi ini mencerminkan upaya mereka untuk memaksimalkan penjualan dengan melayani berbagai segmen pelanggan sepanjang hari. Durasi ini juga menunjukkan bahwa pelaku usaha memahami pentingnya fleksibilitas waktu untuk memenuhi kebutuhan pasar. Hal ini relevan dengan teori market orientation, di mana pelaku usaha yang responsif terhadap kebutuhan pelanggan cenderung memiliki peluang keberhasilan yang lebih besar (Kohli & Jaworski, 1990).

Di sisi lain, 5% responden yang memutuskan untuk berjualan pada jam-jam tertentu mungkin memiliki sumber daya yang terbatas, seperti tenaga kerja atau kemampuan fisik, dan karenanya memprioritaskan jam-jam yang mereka anggap paling produktif. Strategi ini dapat dikaitkan dengan konsep efisiensi operasional, di mana pelaku usaha mengoptimalkan waktu dan sumber daya mereka untuk mencapai hasil yang optimal (Porter, 1996). Makna dan Implikasi kondisi seperti itu sebagai berikut :

1. Tahap Awal Usaha: Fakta bahwa semua pelaku usaha masih berada pada tahap awal menunjukkan perlunya dukungan lebih lanjut, baik dalam bentuk bimbingan teknis maupun pendampingan bisnis, untuk memastikan usaha mereka dapat bertahan dan berkembang.
2. Durasi Berjualan Panjang: Pelaku usaha yang berjualan dari pagi hingga malam menunjukkan daya juang tinggi. Namun, ini juga bisa menjadi indikasi adanya potensi risiko kelelahan atau kurangnya keseimbangan hidup. Oleh karena itu, pelatihan tentang manajemen waktu dan operasional usaha yang efisien dapat menjadi solusi.
3. Jam Operasional Terbatas: Bagi responden yang berjualan di jam tertentu, pemberdayaan dalam bentuk tambahan sumber daya atau pelatihan strategi pemasaran untuk memaksimalkan jam operasional dapat membantu meningkatkan pendapatan mereka.

**2 Pengetahuan, keterampilan, motivasi dan inovasi pelaku usaha Warmindo di Kabupaten Sumedang.**

a) Pengetahuan kewirausahaan

Sebagian besar pelaku usaha Warmindo memiliki pengetahuan kewirausahaan kategori sedang. Mereka memiliki pengetahuan dasar tentang manajemen bisnis, pemasaran, dan operasi, tetapi masih terbatas dalam strategi bisnis yang sederhana. Kondisi ini sejalan dengan teori *entrepreneurial learning* oleh Politis (2005), yang menyebutkan bahwa wirausahawan sering kali belajar melalui pengalaman langsung dalam mengelola usaha mereka, tetapi proses pembelajaran tersebut perlu diperkuat dengan pelatihan formal atau mentoring untuk meningkatkan kapasitas mereka. Pengetahuan yang berada pada tingkat sedang memungkinkan pelaku usaha menjalankan kegiatan operasional sehari-hari dengan relatif stabil. Namun, keterbatasan dalam perencanaan jangka panjang, inovasi produk, atau manajemen keuangan yang lebih terstruktur dapat menghambat pertumbuhan usaha mereka. Untuk itu, program peningkatan kapasitas seperti pelatihan lanjutan dalam pengelolaan bisnis strategis dapat membantu pelaku usaha meningkatkan tingkat pengetahuan mereka ke kategori tinggi.

Sebagian pelaku usaha memiliki tingkat pengetahuan wirausaha yang rendah, menjalankan usaha terutama berdasarkan pengalaman langsung tanpa dukungan pelatihan formal. Menurut teori modal manusia (*human capital theory*) oleh Becker (1964), pendidikan dan pelatihan merupakan investasi yang penting untuk meningkatkan produktivitas dan kemampuan individu dalam menjalankan usaha. Rendahnya tingkat pengetahuan ini dapat membuat pelaku usaha lebih rentan terhadap tantangan, seperti pengelolaan keuangan yang buruk atau kurangnya inovasi dalam menghadapi persaingan pasar.

Pelaku usaha dengan pengetahuan rendah memerlukan intervensi berupa pelatihan dasar dalam manajemen usaha, strategi pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Pendekatan berbasis praktik (*learning by doing*) dapat lebih efektif untuk meningkatkan pengetahuan mereka secara bertahap. Hanya sebagian kecil pelaku usaha Warmindo yang memiliki tingkat pengetahuan tinggi, yang mencerminkan kemampuan mereka dalam menerapkan strategi bisnis yang lebih kompleks, seperti inovasi produk, pemasaran digital, atau pengelolaan keuangan yang baik. Dalam konteks teori *resource-based view* oleh Barney (1991), pengetahuan dan keterampilan yang mendalam ini dapat menjadi keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing, sehingga memungkinkan mereka untuk lebih proaktif dalam mengembangkan usaha dan meraih peluang baru.

Pelaku usaha dengan pengetahuan tinggi juga lebih siap menghadapi tantangan seperti perubahan pasar atau persaingan yang ketat. Mereka cenderung memiliki kemampuan berpikir strategis, yang penting untuk keberlanjutan usaha jangka panjang. Makna dan Implikasi kondisi tersebut sebagai berikut :

1. Mayoritas dengan Pengetahuan Sedang: Kondisi ini menunjukkan perlunya program pelatihan lanjutan yang tidak hanya memberikan pengetahuan dasar, tetapi juga membekali pelaku usaha dengan keterampilan yang lebih mendalam, seperti perencanaan bisnis, manajemen risiko, dan inovasi produk.
2. Kelompok dengan Pengetahuan Rendah: Mendukung mereka dengan pelatihan dasar yang intensif adalah prioritas, mengingat kerentanan mereka terhadap berbagai tantangan usaha. Pendampingan langsung dalam operasional sehari-hari dapat meningkatkan kemampuan mereka secara signifikan.
3. Kelompok dengan Pengetahuan Tinggi: Kelompok ini dapat diberdayakan untuk menjadi mentor bagi pelaku usaha lainnya, sehingga mereka tidak hanya berkembang sendiri tetapi juga berkontribusi pada peningkatan kapasitas kelompok usaha Warmindo secara keseluruhan.

b). Keterampilan Wirausaha

Sebagian besar pelaku usaha Warmindo memiliki tingkat keterampilan wirausaha yang rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa mereka masih terbatas dalam aspek penting seperti manajemen operasional, pengelolaan keuangan, pemasaran, dan pelayanan pelanggan. Menurut teori *Skill Development* oleh Boyatzis (1982), keterampilan wirausaha terdiri atas kompetensi teknis, manajerial, dan interpersonal. Tingkat keterampilan rendah menunjukkan bahwa pelaku usaha lebih banyak mengandalkan pengalaman langsung tanpa adanya pelatihan formal atau pendampingan yang cukup. Tingkat keterampilan rendah juga sering kali terjadi pada pelaku usaha mikro yang memulai usaha dengan modal pengalaman dasar. Hal ini sejalan dengan pandangan Nelson dan Winter (1982) dalam *Evolutionary Theory of Economic Change*, yang menyatakan bahwa usaha kecil sering kali berkembang melalui *learning by doing*. Namun, tanpa pelatihan tambahan, pelaku usaha dengan keterampilan rendah akan sulit beradaptasi dengan tantangan usaha yang semakin kompleks.

Sebagian pelaku usaha berada pada tingkat keterampilan wirausaha yang sedang. Kelompok ini memiliki keterampilan yang cukup untuk menjalankan usaha sehari-hari, seperti meracik makanan, melayani pelanggan, dan mengelola operasional sederhana. Namun, mereka masih kekurangan kemampuan strategis yang lebih mendalam, seperti perencanaan jangka panjang, pengelolaan modal kerja yang efektif, dan

pengembangan strategi pemasaran. Dalam teori entrepreneurial competencies yang dikembangkan oleh Man, Lau, dan Chan (2002), keterampilan wirausaha melibatkan tiga elemen utama: Kompetensi teknis (kemampuan untuk menjalankan operasional). Kompetensi hubungan (kemampuan membangun dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan dan mitra usaha). Kompetensi strategis (kemampuan untuk merencanakan dan mengelola pertumbuhan usaha). Kelompok dengan keterampilan sedang cenderung sudah menguasai kompetensi teknis dan hubungan, tetapi kurang dalam kompetensi strategis. Hal ini menghambat kemampuan mereka untuk meningkatkan daya saing usaha dalam jangka panjang. Makna dan implikasinya sebagai berikut :

1. Kelompok Keterampilan Rendah: Tingkat keterampilan yang rendah menunjukkan perlunya program pelatihan intensif yang fokus pada pengelolaan operasional, pemasaran, dan keuangan. Pelatihan ini harus dirancang secara praktis agar mudah diadaptasi oleh pelaku usaha dengan latar belakang pendidikan yang rendah. Pendampingan langsung dalam kegiatan usaha sehari hari juga dapat membantu meningkatkan keterampilan mereka.
2. Kelompok Keterampilan Sedang: Untuk kelompok ini, pelatihan yang lebih strategis, seperti perencanaan bisnis, pengelolaan risiko, dan pemasaran digital, dapat membantu mereka meningkatkan kapasitas usaha. Dengan keterampilan strategis, mereka dapat lebih proaktif mengembangkan bisnis dan bersaing dalam pasar yang lebih luas.
3. Intervensi Terpadu: Melibatkan kedua kelompok ini dalam program pelatihan berkelanjutan, mulai dari keterampilan dasar hingga strategi bisnis, akan menciptakan pelaku usaha yang lebih kompeten dan berdaya saing tinggi. Oleh karena itu perlu dilakukan a. Pelatihan Terstruktur yaitu Program pelatihan dengan modul bertahap, mulai dari keterampilan dasar hingga lanjutan. b. Pendampingan Praktis yaitu Pendampingan intensif dalam operasional sehari-hari untuk kelompok dengan keterampilan rendah. c. Pengembangan Kompetensi Strategis yaitu Memberikan pelatihan lanjutan kepada kelompok dengan keterampilan sedang agar mampu membuat rencana bisnis dan strategi pemasaran inovatif.

c) Motivasi berwirausaha

Sebagian besar pelaku usaha Warmindo memiliki tingkat motivasi yang sangat tinggi, yang mencerminkan dorongan kuat untuk menjalankan dan mengembangkan usaha mereka. Motivasi ini dapat dijelaskan melalui teori *Hierarchy of Needs* oleh Maslow (1943), yang menyatakan bahwa kebutuhan ekonomi, seperti memenuhi kebutuhan dasar dan mencapai keamanan finansial, sering menjadi pendorong utama bagi individu untuk bekerja keras. Motivasi tinggi ini juga sejalan dengan teori *Achievement Motivation* oleh McClelland (1961), yang mengidentifikasi bahwa individu dengan motivasi tinggi cenderung memiliki kebutuhan untuk berprestasi (*need for achievement*). Mereka berorientasi pada tujuan, bersedia mengambil risiko, dan berupaya mengatasi tantangan untuk mencapai keberhasilan. Dalam konteks ini, pelaku usaha yang bermotivasi tinggi lebih proaktif dalam mencari peluang, terbuka terhadap pembelajaran baru, dan siap untuk meningkatkan daya saing usahanya. Motivasi yang kuat juga bisa dipengaruhi oleh situasi ekonomi dan sosial, seperti tanggung jawab untuk memenuhi kebutuhan keluarga atau ambisi untuk meraih kemandirian finansial. Individu dengan motivasi tinggi biasanya memiliki visi jangka panjang untuk mengembangkan usaha mereka.

Sebagian kecil pelaku usaha warmindo memiliki tingkat motivasi sedang, yang berarti mereka cukup termotivasi untuk menjalankan usaha, tetapi tidak sepenuhnya berorientasi pada pertumbuhan atau inovasi. Berdasarkan *Two-Factor Theory* oleh Herzberg (1959), motivasi kerja seseorang dapat dipengaruhi oleh dua faktor: 1. Faktor motivator: Hal-hal yang memicu kepuasan, seperti keberhasilan, pengakuan, dan tanggung jawab. 2. Faktor higienis: Hal-hal yang jika tidak terpenuhi dapat menyebabkan ketidakpuasan, seperti kondisi kerja atau pendapatan. Tingkat Motivasi sedang pada pelaku usaha Warmindo kemungkinan dipengaruhi oleh kepuasan terhadap stabilitas usaha mereka saat ini, tetapi kurangnya dorongan untuk meningkatkan usaha lebih lanjut. Hal ini dapat terjadi jika mereka merasa usaha sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan dasar atau mereka kurang memiliki visi jelas untuk pertumbuhan.

Sebagian kecil pelaku usaha warmindo memiliki tingkat motivasi rendah, yang mengindikasikan kurangnya dorongan atau aspirasi untuk mengembangkan usaha. Motivasi rendah dapat dijelaskan dengan teori *Learned Helplessness* oleh Seligman (1975), yang menunjukkan bahwa pengalaman kegagalan atau ketidakberhasilan sebelumnya dapat membuat individu merasa tidak mampu mengubah keadaan mereka, sehingga mereka cenderung kurang termotivasi. Faktor lain yang dapat memengaruhi motivasi rendah termasuk kelelahan fisik dan mental, kurangnya dukungan sosial atau lingkungan, serta kurangnya kepercayaan bahwa usaha mereka bisa memberikan hasil yang signifikan. Dengan demikian makna dan implikasi kondisi tersebut :

1. Mayoritas dengan Motivasi Tinggi: Tingkat motivasi yang tinggi menunjukkan peluang besar untuk memanfaatkan energi dan dedikasi pelaku usaha melalui program pendampingan dan pelatihan yang lebih intensif. Mereka dapat didorong untuk lebih inovatif dan memperluas pasar usaha mereka.
2. Motivasi Sedang: Kelompok ini perlu didorong untuk memiliki visi jangka panjang melalui inspirasi atau role model yang sukses. Intervensi berupa pelatihan untuk meningkatkan keterampilan strategis dapat membantu mereka melihat potensi pertumbuhan usaha yang lebih besar.
3. Motivasi Rendah: Untuk kelompok ini, pendekatan berbasis coaching atau mentoring yang personal dapat membantu membangkitkan kembali semangat mereka. Dukungan psikologis juga mungkin diperlukan jika motivasi rendah disebabkan oleh kegagalan atau tekanan sebelumnya. Oleh karena itu perlu adanya : Program Penghargaan: Memberikan penghargaan kepada pelaku usaha dengan pencapaian tertentu dapat meningkatkan motivasi secara keseluruhan. Pendampingan Intensif: Menyediakan pendampingan bagi kelompok dengan motivasi sedang dan rendah untuk membangun kembali kepercayaan diri mereka. Fasilitasi Inovasi: Bagi mereka yang termotivasi tinggi, fokus pada pengembangan inovasi produk dan strategi pemasaran baru dapat mendorong pertumbuhan lebih lanjut.

d) Inovasi berwirausaha

Mayoritas pelaku usaha Warmindo tingkat inovasi berada pada kategori sedang. Mereka menunjukkan usaha dalam memperkenalkan hal-hal baru, seperti variasi menu, diskon, atau promosi sederhana. Namun, inovasi yang dilakukan belum maksimal atau strategis. Berdasarkan teori *Diffusion of Innovation* oleh Rogers (1962), inovasi dapat tersebar melalui lima tahap adopsi: kesadaran, minat, evaluasi, percobaan, dan adopsi. Pelaku usaha dengan tingkat inovasi sedang berada pada tahap evaluasi atau percobaan, di mana mereka mencoba beberapa ide baru tetapi belum sepenuhnya mengadopsinya sebagai strategi utama. Menurut Schumpeter (1934) dalam konsep *Creative Destruction*, inovasi adalah inti dari kewirausahaan karena dapat menciptakan nilai tambah, baik melalui produk baru, cara produksi baru, atau pemasaran yang berbeda. Namun, tingkat inovasi sedang ini menunjukkan bahwa pelaku usaha belum memanfaatkan potensi inovasi untuk menciptakan keunggulan kompetitif secara signifikan.

Sebanyak 20% pelaku usaha Warmindo memiliki tingkat inovasi rendah, yang berarti mereka kurang aktif dalam memperkenalkan hal-hal baru. Ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti keterbatasan pengetahuan, keterampilan, atau sumber daya. Dalam teori *Resource-Based View* (Barney, 1991), inovasi sering kali bergantung pada kemampuan pelaku usaha untuk mengelola sumber daya mereka secara kreatif. Pelaku usaha dengan inovasi rendah mungkin tidak memiliki akses atau kapasitas untuk memanfaatkan sumber daya ini. Kurangnya inovasi juga dapat menyebabkan stagnasi usaha, di mana produk dan layanan yang ditawarkan tidak lagi menarik bagi pelanggan. Kondisi ini berpotensi membuat usaha mereka sulit bersaing dengan pelaku usaha lain yang lebih inovatif.

Hanya 5% pelaku usaha Warmindo yang berada pada kategori inovasi tinggi. Mereka cenderung aktif dalam memperkenalkan ide-ide baru yang signifikan, seperti pengembangan produk yang unik, penggunaan teknologi untuk pemasaran, atau model bisnis yang berbeda. Teori *Blue Ocean Strategy* (Kim & Mauborgne, 2005) menjelaskan bahwa pelaku usaha yang inovatif dapat menciptakan pasar baru dengan menghindari persaingan langsung dan menawarkan nilai yang berbeda kepada pelanggan. Kelompok kecil ini menunjukkan potensi besar untuk menjadi pemimpin pasar dalam usaha Warmindo jika didukung dengan bimbingan dan akses terhadap sumber daya yang lebih baik.

Makna dan Implikasi Data ini : Mayoritas Inovasi Sedang ; Pelaku usaha di kategori ini menunjukkan niat untuk berinovasi, tetapi perlu bimbingan dan sumber daya tambahan agar inovasi mereka lebih berdampak. Pelatihan yang berfokus pada pengembangan kreativitas dan penerapan strategi inovasi dapat membantu kelompok ini untuk bergerak menuju kategori tinggi. Inovasi Rendah : Kelompok ini membutuhkan dorongan khusus untuk memahami pentingnya inovasi dalam menjaga daya saing. Intervensi berupa pelatihan dasar inovasi dan akses ke sumber daya pendukung dapat membantu meningkatkan tingkat inovasi mereka. Inovasi

Tinggi : Kelompok kecil ini menunjukkan potensi besar untuk menjadi pelopor. Program penghargaan atau dukungan tambahan untuk memperluas skala inovasi mereka dapat memberikan inspirasi bagi pelaku usaha lain.

Upaya yang perlu dilakukan yaitu : Pelatihan Inovasi Terstruktur : Memberikan pelatihan yang mencakup pemahaman tentang inovasi, teknik penerapannya, dan strategi peningkatan daya saing. Pendampingan Personal: Menghadirkan pendampingan khusus bagi kelompok dengan inovasi rendah untuk mengatasi hambatan mereka. Penghargaan dan Insentif : Memberikan penghargaan bagi pelaku usaha yang

berhasil menerapkan inovasi dengan dampak signifikan. Fasilitasi Teknologi: Mendorong penggunaan teknologi digital sederhana, seperti media sosial untuk pemasaran, yang dapat membantu meningkatkan daya saing usaha.

### **3. Dukungan keluarga dalam menjalankan usaha Warmindo di Kabupaten Sumedang**

Mayoritas responden merasakan dukungan keluarga pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa keluarga memberikan kontribusi yang signifikan dalam keberlangsungan usaha Warmindo, baik melalui dukungan emosional, moral, maupun finansial. Menurut teori *Social Support* oleh House (1981), dukungan sosial yang diberikan oleh keluarga dapat berupa: Dukungan emosional seperti dorongan, motivasi, dan penguatan psikologis, Dukungan instrumental seperti bantuan tenaga kerja atau bantuan finansial, Dukungan informasional seperti nasihat atau ide untuk pengembangan usaha.

Dukungan keluarga yang tinggi juga sejalan dengan konsep *Family Business Theory* (Habbershon & Williams, 1999), yang menyatakan bahwa keluarga memiliki peran penting dalam menciptakan lingkungan yang stabil untuk mendukung usaha, termasuk memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada pelaku usaha.

Sebagian responden menilai bahwa dukungan keluarga berada pada kategori sedang, yang berarti keluarga memberikan dukungan, tetapi belum optimal. Hal ini dapat terjadi karena beberapa faktor, seperti keterbatasan waktu, sumber daya, atau pemahaman keluarga terhadap usaha Warmindo. Menurut teori *Systems Theory* dalam konteks keluarga (Bowen, 1978), dinamika keluarga yang kompleks dapat memengaruhi tingkat dukungan yang diberikan. Keluarga yang tidak sepenuhnya terlibat atau memiliki prioritas lain mungkin hanya mampu memberikan dukungan pada tingkat yang moderat. Dukungan sedang ini masih cukup penting bagi keberlangsungan usaha, meskipun peningkatan dalam bentuk keterlibatan yang lebih aktif, seperti membantu operasional usaha atau memberikan masukan strategis, dapat meningkatkan efektivitas usaha Warmindo.

Tidak adanya responden pada kategori sangat tinggi, rendah, atau sangat rendah menunjukkan bahwa tingkat dukungan keluarga bersifat stabil, berada pada rentang sedang hingga tinggi. Stabilitas ini mengindikasikan bahwa keluarga memiliki peran penting yang konsisten dalam mendukung usaha. Hal ini sejalan dengan pandangan Coleman (1988) dalam *Social Capital Theory*, yang menekankan pentingnya hubungan sosial, termasuk dukungan keluarga, sebagai sumber daya yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai keberhasilan usaha. Namun, ketiadaan dukungan pada kategori sangat tinggi juga menunjukkan adanya potensi yang belum sepenuhnya dimanfaatkan. Dengan peningkatan kualitas dukungan keluarga, seperti membangun komunikasi yang lebih baik atau memberikan dukungan tambahan, usaha Warmindo dapat lebih berkembang. Makna dan Implikasi Data ini yaitu : Mayoritas Dukungan Tinggi: Dukungan keluarga pada kategori ini menjadi modal sosial yang kuat untuk pelaku usaha. Ini menunjukkan bahwa keluarga mampu menjadi motivator utama bagi keberhasilan usaha. Dukungan Sedang ; Responden pada kategori ini memerlukan perhatian lebih untuk meningkatkan dukungan keluarga, misalnya melalui penyuluhan atau pelatihan keluarga mengenai pentingnya keterlibatan mereka dalam mendukung usaha. Stabilitas Dukungan: Tingkat dukungan yang stabil mencerminkan bahwa keluarga memiliki peran yang konsisten, tetapi peningkatan kualitas dukungan dapat membuka peluang untuk pengembangan usaha yang lebih baik.

Dengan demikian perlu melakukan ; Edukasi keluarga: Memberikan pelatihan kepada keluarga pelaku usaha untuk memahami pentingnya dukungan mereka, baik secara emosional maupun praktis. Peningkatan Keterlibatan ; Mendorong keluarga untuk terlibat lebih aktif dalam operasional usaha, seperti membantu dalam promosi atau memberikan ide pengembangan produk. Fasilitasi Program Keluarga ; Mengadakan program yang melibatkan keluarga untuk memperkuat hubungan dan meningkatkan dukungan terhadap pelaku usaha.

### **4. Ketersediaan modal atau sumber pembiayaan bagi usaha Warmindo di Kabupaten Sumedang**

Mayoritas responden menilai aksesibilitas mereka terhadap modal berada pada kategori sedang, yang berarti mereka dapat mengakses modal tetapi prosesnya tidak sepenuhnya mudah. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hambatan tertentu, seperti persyaratan administrasi yang rumit, keterbatasan informasi, atau ketidakpastian terkait sumber pembiayaan. Menurut teori *Capital Accessibility* dari Bruton, Ahlstrom, dan Li (2010), aksesibilitas modal sangat bergantung pada faktor-faktor seperti: Keberadaan lembaga keuangan lokal yang dapat memberikan pinjaman usaha kecil, kemampuan pelaku usaha dalam memenuhi syarat pinjaman, seperti jaminan atau dokumen legalitas, kepercayaan lembaga keuangan terhadap pelaku usaha, termasuk rekam jejak kredit. Tingkat aksesibilitas sedang ini menunjukkan adanya potensi pengembangan dalam sistem pendukung keuangan lokal di Kabupaten Sumedang untuk meningkatkan kemudahan akses bagi pelaku usaha Warmindo.

Sebagian kecil responden merasa aksesibilitas mereka terhadap modal mudah. Hal ini bisa disebabkan oleh: Dukungan jaringan sosial, seperti keluarga atau teman yang memberikan bantuan modal. Pemanfaatan

sumber pembiayaan alternatif, seperti koperasi atau program pemerintah. Teori Social Network Theory oleh Granovetter (1973) menyebutkan bahwa jaringan sosial yang kuat dapat menjadi sumber daya penting, termasuk dalam akses terhadap modal. Pelaku usaha yang memiliki akses mudah kemungkinan besar memanfaatkan jaringan ini untuk memperoleh bantuan pembiayaan tanpa hambatan yang berarti.

Sebanyak 10% responden menghadapi kesulitan dalam mengakses modal. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti: Kurangnya dokumen legalitas usaha yang dibutuhkan oleh lembaga pembiayaan formal. Minimnya literasi keuangan, sehingga pelaku usaha tidak mengetahui opsi pembiayaan yang tersedia. Keterbatasan sumber daya lokal, seperti tidak adanya lembaga keuangan mikro di wilayah mereka. Menurut teori *Financial Exclusion* (Leyshon & Thrift, 1995), individu atau kelompok yang mengalami kesulitan akses terhadap layanan keuangan formal cenderung lebih rentan terhadap stagnasi ekonomi. Dalam konteks ini, pelaku usaha Warmindo yang sulit mengakses modal mungkin terhambat dalam mengembangkan atau bahkan mempertahankan usaha mereka.

Tidak adanya responden pada kategori sangat mudah atau sangat sulit menunjukkan bahwa aksesibilitas terhadap modal berada pada tingkat yang relatif seragam. Artinya, meskipun terdapat perbedaan tingkat kemudahan, tidak ada responden yang menghadapi hambatan ekstrem atau kemudahan yang luar biasa. Hal ini mencerminkan bahwa sistem pembiayaan lokal di Kabupaten Sumedang berada pada kondisi yang cukup stabil, meskipun masih perlu perbaikan untuk mencapai pemerataan akses.

Makna dan Implikasi Data tersebut yaitu Mayoritas akses sedang: Pelaku usaha memiliki peluang untuk mengakses modal, tetapi dengan tantangan tertentu. Program pelatihan literasi keuangan dan penyederhanaan prosedur pinjaman dapat membantu meningkatkan kemudahan akses. Sebagian akses mudah: Keberhasilan kelompok ini dapat menjadi model bagi pelaku usaha lain untuk memanfaatkan jaringan sosial atau lembaga pembiayaan alternatif. Sebagian akses sulit: Kelompok ini memerlukan intervensi khusus, seperti pendampingan dalam memenuhi syarat pinjaman atau pengembangan layanan pembiayaan mikro di tingkat lokal. Oleh karena itu maka perlu dilakukan : Penguatan Literasi Keuangan ; Memberikan pelatihan kepada pelaku usaha mengenai cara mengakses pembiayaan, menyusun rencana usaha, dan mengelola modal secara efektif. Peningkatan Jaringan Sosial: Mendorong kerja sama antar pelaku usaha untuk membentuk kelompok usaha bersama yang dapat meningkatkan daya tawar mereka terhadap lembaga pembiayaan. Pengembangan Layanan Keuangan Mikro: Menghadirkan lebih banyak program pembiayaan mikro berbasis komunitas atau koperasi di Kabupaten Sumedang.

##### **5. Bimbingan atau Pendampingan dari Pemerintah atau Lembaga terkait dalam menjalankan usaha Warmindo di kabupaten Sumedang.**

Sebagian besar responden menyatakan bahwa bimbingan yang mereka terima dari pemerintah atau lembaga terkait jarang dilakukan atau pada kesempatan tertentu saja. Hal ini menunjukkan bahwa program pendampingan yang ada belum dilakukan secara rutin atau terstruktur. Pendampingan yang tidak konsisten dapat mengurangi efektivitas program, karena pelaku usaha memerlukan dukungan yang berkesinambungan untuk mengatasi tantangan usaha dan meningkatkan keterampilan. Menurut teori *Entrepreneurial Support* oleh Kuratko dan Hodgetts (2007), keberhasilan pendampingan bergantung pada: Ketersediaan sumber daya manusia yang kompeten sebagai pendamping. Frekuensi dan intensitas pendampingan. Kesesuaian program dengan kebutuhan pelaku usaha. Pendampingan yang jarang terjadi menunjukkan perlunya strategi baru untuk meningkatkan frekuensi dan relevansi program bagi pelaku usaha.

Sebagian responden menyatakan sering mendapatkan bimbingan, hal ini menunjukkan bahwa ada program pendampingan yang berjalan relatif lebih baik, meskipun belum menjangkau seluruh pelaku usaha. Kelompok ini kemungkinan terlibat dalam program yang lebih terfokus, seperti pelatihan kewirausahaan atau pengelolaan keuangan. Teori *Learning Organization* dari Senge (1990) menyebutkan bahwa program bimbingan yang terstruktur memungkinkan pelaku usaha untuk: Mengembangkan kemampuan adaptif dalam mengelola usaha. Meningkatkan wawasan melalui pembelajaran berkelanjutan. Pendampingan yang sering dilakukan memiliki potensi besar untuk meningkatkan keberhasilan usaha Warmindo, asalkan program tersebut terencana dengan baik dan berbasis pada kebutuhan spesifik pelaku usaha.

Responden yang menyatakan pernah mendapatkan bimbingan tanpa keberlanjutan mengindikasikan bahwa masih ada tantangan dalam menjangkau pelaku usaha secara merata. Pendampingan yang hanya dilakukan sekali atau sangat jarang cenderung kurang memberikan dampak signifikan pada perkembangan usaha. Menurut teori *Sustainable Development of Entrepreneurs* oleh Harper (1991), bimbingan yang tidak

berkelanjutan akan sulit menciptakan perubahan yang nyata, karena pelaku usaha memerlukan waktu untuk menerapkan dan mengintegrasikan pengetahuan baru ke dalam praktik sehari-hari.

Tidak adanya responden pada kategori sangat sering maupun tidak pernah menunjukkan bahwa pendampingan tidak sepenuhnya diabaikan, tetapi masih belum optimal dalam hal distribusi dan konsistensi. Hal ini mencerminkan bahwa ada upaya untuk memberikan bimbingan, meskipun belum cukup intensif atau menjangkau seluruh pelaku usaha.

Makna dan Implikasi dari informasi tersebut adalah Pendampingan Jarang/Kadang-kadang (65%): Perlu ada perbaikan dalam perencanaan dan pelaksanaan program agar frekuensi bimbingan meningkat. Pendampingan Sering (30%): Program yang sudah berjalan baik perlu dijadikan model untuk diperluas dan ditingkatkan cakupannya. Pendampingan Hanya Pernah Sekali (5%): Perlu evaluasi untuk menjangkau pelaku usaha yang belum mendapatkan bimbingan berkelanjutan. Ketiadaan Kategori Ekstrem: Menunjukkan bahwa program pendampingan sudah ada, tetapi masih memerlukan optimalisasi dalam frekuensi dan keberlanjutan. Dengan demikian diperlukan ; Peningkatan Frekuensi Pendampingan: Pemerintah atau lembaga terkait perlu memastikan program pendampingan dilakukan secara rutin dan terjadwal. Pendekatan Berbasis Kebutuhan: Menyesuaikan materi pendampingan dengan tantangan yang dihadapi pelaku usaha Warmindo. Kemitraan Strategis: Menggandeng pihak swasta atau lembaga pendidikan untuk memperluas jangkauan pendampingan. Evaluasi Program: Melakukan pemantauan dan evaluasi terhadap efektivitas program pendampingan untuk memastikan dampak yang berkelanjutan.

## **6. Pendapatan rata-rata Hasil Usaha Warmindo di Kabupaten Sumedang**

Sebagian besar pelaku usaha Warmindo memperoleh pendapatan harian yang tergolong rendah, yaitu antara Rp. 100.000,- hingga Rp. 500.000,-. Pendapatan dalam kategori ini menunjukkan bahwa usaha Warmindo masih beroperasi pada skala mikro. Menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), usaha mikro memiliki omzet tahunan hingga maksimal Rp. 300 juta, yang konsisten dengan rata-rata pendapatan harian ini. Pendapatan rendah dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti: Skala usaha yang terbatas : Pelaku usaha hanya mampu melayani jumlah pelanggan yang sedikit karena keterbatasan kapasitas produksi. Lokasi usaha: Posisi warung yang kurang strategis mungkin mempengaruhi tingkat kunjungan pelanggan. Strategi pemasaran: Usaha mikro seperti Warmindo seringkali belum memiliki pendekatan pemasaran yang efektif untuk menarik pelanggan baru atau mempertahankan pelanggan lama. Teori ekonomi mikro menyebutkan bahwa hasil usaha sangat dipengaruhi oleh interaksi antara permintaan dan penawaran. Jika permintaan dari pelanggan tetap rendah, hasil usaha akan sulit meningkat (Varian, 2010).

Sebagian kecil pelaku usaha berada pada kategori pendapatan menengah, yaitu Rp. 500.001,- hingga Rp. 1.000.000,- per hari. Pendapatan ini mencerminkan usaha Warmindo yang lebih mapan dengan kapasitas pelayanan yang lebih besar atau strategi operasional yang lebih baik, seperti : Efisiensi operasional: Mengelola stok bahan baku dan waktu kerja secara optimal. Variasi menu atau layanan tambahan: Menawarkan menu unik atau paket makanan yang menarik perhatian pelanggan. Menurut teori Resource-Based View (RBV) yang dikemukakan oleh Barney (1991), keberhasilan usaha sangat tergantung pada kemampuan untuk mengelola dan memanfaatkan sumber daya internal secara efektif.

Pelaku usaha dengan pendapatan lebih tinggi kemungkinan memiliki sumber daya yang lebih baik, seperti lokasi strategis, kualitas produk yang unggul, atau layanan pelanggan yang baik. Ketiadaan pelaku usaha dengan pendapatan di atas Rp. 1.000.000,- menunjukkan bahwa usaha Warmindo di Kabupaten Sumedang belum mencapai skala yang signifikan untuk menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi. Hal ini dapat diindikasikan oleh: Daya beli masyarakat sekitar: Pendapatan masyarakat di wilayah tersebut mungkin terbatas, sehingga pelanggan cenderung memilih menu dengan harga terjangkau. Kapasitas usaha: Usaha mikro biasanya memiliki keterbatasan dalam jumlah produksi harian, sehingga sulit untuk melayani pelanggan dalam jumlah besar. Teori Marketing Mix (Kotler & Keller, 2012) menekankan pentingnya kombinasi strategi produk, harga, promosi, dan tempat untuk meningkatkan hasil usaha. Pendapatan yang rendah ini menunjukkan bahwa pelaku usaha Warmindo mungkin perlu mengevaluasi salah satu atau beberapa elemen dalam bauran pemasaran mereka.

Data ini mencerminkan bahwa usaha Warmindo sebagian besar masih dalam tahap awal pengembangan dengan skala usaha yang kecil. Tidak adanya pelaku usaha dengan pendapatan di atas Rp. 1.000.000,- menunjukkan perlunya upaya untuk meningkatkan potensi usaha melalui strategi berikut: Diversifikasi produk: Menawarkan variasi menu atau produk tambahan untuk meningkatkan daya tarik pelanggan. Promosi efektif: Menggunakan media sosial atau promosi lokal untuk meningkatkan jangkauan pasar.

Peningkatan layanan: Memberikan pelayanan pelanggan yang lebih baik untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Peningkatan efisiensi operasional: Mengurangi pemborosan atau mengoptimalkan penggunaan bahan baku untuk meningkatkan margin keuntungan.

Dengan demikian perlu adanya : Program pelatihan dan pendampingan : Pemerintah atau lembaga terkait dapat menyediakan pelatihan untuk meningkatkan kapasitas usaha pelaku Warmindo, terutama dalam pemasaran dan pengelolaan keuangan. Peningkatan akses modal: Memberikan kemudahan akses kepada sumber pembiayaan agar pelaku usaha dapat meningkatkan skala produksi. Kolaborasi dengan komunitas lokal: Memanfaatkan komunitas lokal untuk mendukung promosi dan pemasaran produk Warmindo.

#### **7. Harapan yang diinginkan Pelaku Usaha Warmindo di kabupaten Sumedang**

Sebagian besar pelaku usaha Warmindo mengungkapkan bahwa kebutuhan utama mereka adalah mendapatkan lokasi atau tempat berjualan yang lebih baik. Lokasi yang strategis memiliki peran penting dalam keberhasilan usaha, karena: Aksesibilitas pelanggan : Lokasi yang mudah dijangkau oleh konsumen berpotensi meningkatkan jumlah pelanggan dan pendapatan usaha. Visibilitas usaha : Lokasi yang terlihat jelas dan berada di area ramai dapat menarik perhatian konsumen secara langsung. Menurut Kotler & Keller (2012), lokasi merupakan salah satu elemen utama dalam *Place* pada *Marketing Mix*. Tempat yang strategis membantu meningkatkan akses pelanggan, mendukung distribusi produk, dan memberikan keunggulan kompetitif bagi usaha. Selain itu, teori lokasi usaha menyebutkan bahwa pemilihan tempat berjualan yang tepat dapat meningkatkan efisiensi operasional dan peluang penjualan (Stimson et al., 2001).

Sebagian kecil pelaku usaha menyatakan kebutuhan terhadap akses permodalan. Hal ini menunjukkan adanya tantangan dalam pembiayaan usaha, seperti : Keterbatasan modal kerja untuk memperluas kapasitas usaha. Kesulitan dalam memperoleh pinjaman formal dari lembaga keuangan. Menurut teori *Capital Constraints* (Beck et al., 2006), akses modal yang terbatas sering kali menjadi hambatan utama bagi usaha mikro dan kecil untuk berkembang. Modal tambahan dapat digunakan untuk memperluas operasional, meningkatkan kualitas produk, atau mengadopsi strategi pemasaran yang lebih efektif.

Sebagian pelaku usaha menginginkan adanya bimbingan atau pendampingan untuk mendukung pengembangan usaha mereka. Pendampingan bisa mencakup : Manajemen usaha: Cara mengelola stok, keuangan, dan waktu operasional secara efisien. Strategi pemasaran: Mengembangkan cara untuk menarik lebih banyak pelanggan, termasuk melalui media sosial atau promosi lokal. Pengembangan usaha jangka panjang: Mencakup inovasi produk, pengelolaan risiko, dan strategi ekspansi. Menurut teori *Entrepreneurial Development* (Hisrich et al., 2008), bimbingan dan pendampingan yang terarah dapat membantu pelaku usaha meningkatkan kompetensi mereka, mengidentifikasi peluang bisnis baru, serta mengatasi tantangan yang muncul dalam usaha sehari-hari.

Tidak adanya harapan pada pelatihan produksi, keuangan, dan pemasaran dapat diinterpretasikan sebagai berikut : Pelaku usaha merasa cukup percaya diri dengan pengetahuan dan keterampilan yang sudah dimiliki. Mereka lebih memprioritaskan kebutuhan praktis, seperti lokasi atau modal, dibandingkan pelatihan tambahan. Hal ini sejalan dengan pendekatan *Needs Hierarchy Theory* oleh Maslow (1943), yang menyatakan bahwa individu akan memprioritaskan kebutuhan mendasar (seperti tempat usaha) sebelum memenuhi kebutuhan yang bersifat pengembangan seperti pelatihan.

Makna dan Implikasi hasil ini menunjukkan bahwa pelaku usaha Warmindo lebih membutuhkan solusi langsung dan praktis yang mendukung operasional usaha mereka, seperti perbaikan lokasi dan akses modal. Bimbingan atau pendampingan juga menjadi aspek penting untuk membantu mereka berkembang. Minimnya kebutuhan terhadap pelatihan teknis tidak berarti bahwa pelatihan tidak diperlukan, melainkan bahwa pelaku usaha lebih membutuhkan pendekatan yang langsung berdampak pada peningkatan usaha mereka saat ini.

Oleh karena itu perlu : Peningkatan akses lokasi strategis : Pemerintah daerah atau lembaga terkait dapat membantu pelaku usaha memperoleh tempat yang lebih strategis melalui pengadaan pasar atau fasilitas khusus untuk usaha mikro seperti dekat lokasi supermarket. Program pembiayaan usaha: Memberikan akses pinjaman atau bantuan modal dengan syarat yang lebih ringan dan terjangkau bagi usaha mikro seperti Warmindo. Pendampingan terintegrasi: Mengembangkan program pendampingan yang berfokus pada pengembangan usaha secara menyeluruh, seperti manajemen keuangan, pemasaran, dan inovasi produk

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha Warmindo di Kabupaten Sumedang umumnya merupakan usaha mikro berbasis sumber daya lokal, dengan dominasi perempuan dewasa berpendidikan rendah. Sebagian besar usaha ini masih berada pada tahap awal pengembangan, sehingga

menghadapi berbagai tantangan adaptasi dalam operasional dan pemasaran. Pelaku usaha menunjukkan dedikasi tinggi melalui jam operasional yang panjang, meskipun tingkat pengetahuan dan keterampilan wirausaha mereka masih berada pada kategori sedang hingga rendah, khususnya dalam aspek manajemen dan strategi bisnis.

Tingkat motivasi para pelaku usaha tergolong sangat tinggi, mendorong mereka untuk tetap berkembang meskipun keterampilan dan inovasi yang diterapkan masih terbatas. Dukungan keluarga sangat besar dan menjadi faktor penting dalam keberlangsungan usaha, meskipun akses terhadap modal dan bimbingan usaha masih kurang optimal. Pendapatan harian pelaku usaha cenderung rendah, dan banyak dari mereka berharap mendapatkan lokasi usaha yang lebih strategis, akses permodalan yang lebih mudah, serta pendampingan usaha yang lebih terstruktur. Oleh karena itu, diperlukan upaya terpadu untuk meningkatkan kapasitas wirausaha melalui pelatihan, memperluas akses modal, menyediakan lokasi usaha yang lebih baik, dan memperkuat program pendampingan berkelanjutan. Untuk peneliti di masa mendatang, disarankan agar melakukan studi lanjutan dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif yang lebih mendalam terhadap variabel-variabel spesifik seperti inovasi produk, manajemen keuangan, dan strategi pemasaran. Selain itu, perlu dilakukan perbandingan antar wilayah untuk memahami konteks sosial ekonomi yang berbeda, serta mengevaluasi efektivitas intervensi program pemerintah atau lembaga swadaya masyarakat dalam pengembangan usaha mikro, khususnya yang dijalankan oleh perempuan.

## **REFERENCES**

- Adisasmita, R. (2021). Dampak pendidikan kewirausahaan terhadap potensi kewirausahaan mahasiswa. *Jurnal Kewirausahaan*, 10(2), 45–58.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*.
- Beck, T., Demirguc-Kunt, A., & Maksimovic, V. (2006). The influence of financial and legal institutions on firm size. *Journal of Banking and Finance*.
- Becker, G. S. (1964). *Human capital: A theoretical and empirical analysis, with special reference to education*. University of Chicago Press.
- Boserup, E. (1970). *Women's role in economic development*. St. Martin's Press.
- Bowen, M. (1978). *Family therapy in clinical practice*. Jason Aronson.
- Boyatzis, R. E. (1982). *The competent manager: A model for effective performance*. Wiley.
- Bruton, G. D., Ahlstrom, D., & Lee, H. L. (2010). Institutional theory and entrepreneurship: Where are we now and where do we need to move in the future? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), 421–440.
- Churchill, N. C., & Lewis, V. L. (1983). The five stages of small business growth. *Harvard Business Review*, 61(3), 30–50.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94(Supplement), S95–S120.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Devi, I. P. K., & Santika, I. V. (2020). Analisis strategi pengembangan usaha mikro dan kecil anak-anak di warung mie di Denpasar. *Jurnal Ekonomi Manajerial*, 8(1), 30–40.
- Granovetter, M. S. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360–1380.
- Habbershon, T. G., & Williams, M. L. (1999). A resource-based framework for assessing the strategic advantages of family firms. *Family Business Review*, 12(1), 1–25.
- Harper, M. (1991). *Entrepreneurship for the poor*. ITDG Publishing.
- Herzberg, F. (1959). *The motivation to work*. Wiley.
- Hidayat. (2020). Menilai efektivitas pendidikan kewirausahaan untuk keberhasilan bisnis mikro di daerah pedesaan. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(2), 123–135.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2008). *Entrepreneurship* (7th ed.). McGraw-Hill.
- House, J. S. (1981). *Work stress and social support*. Addison-Wesley.
- Kariya, N., & Kok, E. (2017). Entrepreneurship education programs and entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurship and Management*, 13(3), 933–963.
- Kementerian Sosial Republik Indonesia. (2021). *Evaluasi program bantuan sosial non-moneter (Program Bantuan Keluarga Harapan)*. Kementerian Sosial RI.

- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). *Blue ocean strategy: How to create uncontested market space and make the competition irrelevant*. Harvard Business School Press.
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. (1990). Market orientation: The construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of Marketing*, 54(2), 1–18.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). Pearson.
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (2007). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice* (7th ed.). Thomson South-Western.
- Kusuma, A. S. (2019). Pengaruh dukungan keluarga terhadap kemampuan kewirausahaan pedagang kaki lima. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 5(2), 78–89.
- Kusuma, E., & Santika, F. (2018). Faktor yang mempengaruhi imunitas usaha mikro: Sebuah studi tentang pemasok pasta di daerah perkotaan. *Jurnal Ekonomi Manajerial*, 6(2), 55–68.
- Kusumastuti, A., et al. (2018). Penilaian program dukungan pemerintah untuk usaha mikro: Studi kasus di Distrik X. *Jurnal Kebijakan Ekonomi*, 5(1), 45–58.
- Leyshon, A., & Thrift, N. (1995). Geographies of financial exclusion: Financial abandonment in Britain and the United States. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 20(3), 312–341.
- Man, T. W. Y., Lau, T., & Chan, K. F. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, 17(2), 123–142.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370–396.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton: Van Nostrand.
- Nelson, R. R., & Winter, S. G. (1982). *An evolutionary theory of economic change*. Belknap Press.
- Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2020 tentang Dukungan Rehabilitasi Sosial.
- Politis, D. (2005). The process of entrepreneurial learning: A conceptual framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 399–424.
- Porter, M. E. (1996). What is strategy? *Harvard Business Review*, 74(6), 61–78.
- Prasetya, B. A., & Wibowo, A. (2022). Strategi pemasaran untuk usaha mikro: Studi kasus warung ayam dan mie di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 15–27.
- Prasetyo, A., & Wibowo, B. (2021). Pengaruh dukungan keluarga terhadap kapasitas hukum usaha kecil di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Keluarga*, 9(2), 78–92.
- Ridwan, A., & Susanti, R. (2020). Dampak pendidikan kewirausahaan terhadap potensi kewirausahaan pedagang kecil di Bandung. *Jurnal Ekonomi Kewirausahaan*, 8(2), 112–125.
- Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of innovations*. Free Press.
- Santoso, K., & Rahayu, D. (2022). Strategi pemasaran usaha mikro: Kasus warung pasta di Jawa Tengah. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 10(1), 30–42.
- Sari, N. L., & Fitriani, R. (2018). Peran perempuan dalam usaha mikro di sektor pangan: Contoh dari Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Harvard University Press.
- Seligman, M. E. P. (1975). *Learned helplessness: On depression, development, and death*. W.H. Freeman.
- Senge, P. M. (1990). *The fifth discipline: The art and practice of the learning organization*. Doubleday.
- Setiawan, B., & Kusuma, D. (2019). Analisis SWOT pada usaha ayam dan mie di Jawa Barat. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 7(1), 45–58.
- Setiawan, D. P., & Rahayu, D. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi pembangunan usaha mikro berkelanjutan: Kasus warung mie Bandung. *Jurnal Manajemen Strategis*, 7(1), 10–22.
- Shane, S. A., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Stimson, R. J., Stough, R. R., & Roberts, B. H. (2001). *Regional economic development: Analysis and planning strategy*. Springer.
- Timmons, J. A. (1999). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century*. McGraw-Hill.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).
- Varian, H. R. (2010). *Intermediate microeconomics: A modern approach* (8th ed.). W. W. Norton & Company.