



ENTREPRENEUR DAN NETWORK DALAM PERTUMBUHAN UMKM (STUDI KASUS USAHA PABRIK TAHU DI DESA LUBUK SAHUNG SELUMA)

Melica Maharani, Nurul Hak, Yenti Sumarni

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu

melicamaharani5@gmail.com

nurulhak@mail.uinfasbengkulu.ac.id

yenti@mail.uinfasbengkulu.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran entrepreneur dan jaringan (network) dalam mendorong pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dengan studi kasus pada usaha pabrik tahu Nelis Nurhasana di Desa Lubuk Sahung, Kabupaten Seluma. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitik, yang melibatkan observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pelaku usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran wirausaha sangat signifikan dalam mengembangkan UMKM, terutama melalui inovasi produk, peningkatan kapasitas produksi, pemanfaatan teknologi, dan strategi pemasaran digital. Jaringan usaha juga terbukti mempengaruhi pertumbuhan UMKM secara positif melalui hubungan dengan pelanggan, pemasok, sesama pelaku usaha, serta pemanfaatan media sosial dan promosi dari mulut ke mulut. Kombinasi antara kemampuan kewirausahaan dan kekuatan jaringan mampu meningkatkan daya saing serta memperluas jangkauan pasar UMKM lokal. Penelitian ini menegaskan pentingnya sinergi antara entrepreneurship dan networking sebagai strategi pertumbuhan UMKM, khususnya di sektor pangan tradisional di daerah pedesaan.

Kata Kunci: UMKM, entrepreneur, jaringan usaha, pabrik tahu, inovasi, Lubuk Sahung.

Abstrak

This study aims to examine the role of entrepreneurs and business networks in driving the growth of Micro, Small, and Medium Enterprises (UMKM), with a case study of the Nelis Nurhasana tofu factory in Lubuk Sahung Village, Seluma Regency. A qualitative method with a descriptive-analytic approach was used, involving observation, interviews, and documentation with the business owner. The findings reveal that entrepreneurship plays a crucial role in UMKM development, particularly through product innovation, production capacity enhancement, technology utilization, and digital marketing strategies. Business networks also positively influence UMKM growth by fostering connections with customers, suppliers, fellow entrepreneurs, and through the use of social media and word-of-mouth promotion. The synergy between entrepreneurial capability and strong networking significantly enhances competitiveness and market reach. This study highlights the importance of combining entrepreneurship and networking as a strategic approach to support UMKM growth, especially in traditional food sectors in rural areas.

Keywords: UMKM, entrepreneur, business network, tofu factory, innovation, Lubuk Sahung.

1. Pendahuluan

1.1 Latar belakang Penelitian

Entrepreneur tidak lepas dari tantangan yang harus dihadapi dalam mengelola usaha. Beberapa tantangan yang dihadapi oleh Wirausahawan (entrepreneur) adalah individu yang memiliki inisiatif untuk menciptakan dan mengelola usaha yang memberikan nilai tambah kepada masyarakat dan perekonomian. Seorang entrepreneur memiliki peran yang sangat penting dalam perkembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama dalam menciptakan lapangan pekerjaan, mengembangkan inovasi, dan meningkatkan perekonomian lokal. Di Indonesia, sektor UMKM berperan sangat vital dalam perekonomian, termasuk dalam penyediaan lapangan pekerjaan yang mencakup lebih dari 97% tenaga kerja dan berkontribusi hampir 60% terhadap PDB.

Sejak awal, konsep kewirausahaan, atau kewirausahaan dalam bahasa Indonesia, telah berkembang. Istilah ini berasal dari kata "entreprendre", yang berarti "melakukan" atau "menjalankan" dalam bahasa Prancis. Dalam bisnis kontemporer, entrepreneurship dapat digambarkan sebagai proses menemukan, mengembangkan, dan mewujudkan tujuan. Ini dapat berupa gagasan kreatif, peluang, metode operasi yang lebih baik, atau bahkan bisnis baru.

Seorang entrepreneur, atau wirausahawan, adalah orang yang dapat melihat dan mengevaluasi peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya yang diperlukan, dan mengambil tindakan yang tepat untuk memastikan bahwa bisnis mereka berhasil. Mereka berfungsi sebagai agen perubahan dalam ekonomi dengan memanfaatkan inovasi dan kreativitas untuk mengubah konsep menjadi barang atau jasa yang bernilai.

UMKM menguatkan network, khususnya jaringan networking yang memiliki produk sejenis dan komunitas-komunitas ekonomi kreatif secara keseluruhan, para pelaku UMKM saling berbagi informasi melalui media social, watssap dan media social lain, pelaku umkm juga menguatkan network dengan organisasi-organisasi pemerintah, akademisi dan media, menurut hasil penelitian network berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja pemasaran. Dalam hal penerapan digital marketing dan perluasan network sudah di upayakan semaksimal mungkin oleh para pelaku UMKM, namun perlu dicarikan solusi pemecahan atas segala kendala yang masih dialami unit usaha mikro kecil dan menengah, dengan melihat kontribusi dari dua strategi tersebut masih perlu di tinjau dan di pahami penerapannya, oleh sebab itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh digital marketing dan network terhadap kinerja UMKM, di harapkan penelitian ini dapat di jadikan sebagai bahan acuan para pelaku UMKM.(Nurul Huda dan Aris Munandar, 2021)

Pabrik tahu di Desa Lubuk Sahung, Seluma, merupakan salah satu contoh usaha UMKM yang berkembang pesat di daerah tersebut. Tahu sebagai produk pangan yang digemari masyarakat memiliki potensi pasar yang luas, namun juga menghadapi tantangan dalam proses produksinya. Salah satu tantangan utama adalah fluktuasi harga kedelai yang mempengaruhi biaya produksi. Selain itu, proses pembuatan tahu yang cukup rumit dan bergantung pada keterampilan juga menjadi kendala. Para wirausahawan harus mampu menjaga kualitas produk agar tetap bersaing dengan banyaknya pabrik tahu lainnya. Persaingan yang ketat serta keterbatasan akses terhadap teknologi canggih juga menambah tantangan bagi pelaku usaha di daerah ini.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, keberadaan entrepreneur yang inovatif dan efisien sangat dibutuhkan. Inovasi produk, seperti menciptakan variasi tahu yang lebih modern atau unik, dapat menjadi strategi untuk menarik perhatian konsumen. Penggunaan teknologi untuk meningkatkan efisiensi produksi dan pengelolaan SDM yang baik juga dapat membantu memperbaiki kualitas produk serta mengurangi pemborosan. Selain itu, pemanfaatan pemasaran digital dan kemitraan dengan pemasok kedelai lokal bisa membantu pabrik tahu di Lubuk Sahung mengatasi tantangan pasokan dan memperluas jangkauan pasar. Dengan strategi yang tepat, pabrik tahu di desa ini memiliki potensi untuk terus berkembang dan mendukung perekonomian lokal.

1.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui peran seorang wirausaha dalam mengembangkan UMKM di Desa Lubuk Sahung Seluma.
2. Untuk mengetahui jaringan (network) yang dimiliki oleh pelaku UMKM di Desa Lubuk Sahung mempengaruhi perkembangan usaha mereka.
3. Untuk mengetahui hubungan antara kemampuan wirausaha dan keberhasilan jaringan (networking) dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di Desa Lubuk Sahung.

1.3 Tujuan Penelitian Serta Kontribusi (manfaat) penelitian.

1. Kontribusi Teoritis:

Secara teoritis, penelitian ini dapat memperkaya kajian tentang pengaruh jaringan kewirausahaan terhadap pertumbuhan UMKM, khususnya dalam konteks lokal di Desa Lubuk Sahung. Penelitian ini akan memberikan pemahaman lebih dalam mengenai peran jaringan dalam memperkuat kapasitas dan daya saing UMKM di daerah terpencil atau berkembang.

2. Kontribusi Praktis:

Secara praktis, penelitian ini akan memberikan pemahaman tentang pentingnya membangun dan memanfaatkan jaringan kewirausahaan untuk memperluas pasar, mendapatkan akses ke sumber daya, serta berbagi

pengetahuan dan pengalaman yang dapat mempercepat pertumbuhan usaha. Pelaku UMKM di Desa Lubuk Sahung diharapkan dapat memanfaatkan hasil penelitian ini untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi usaha mereka.

2. Kajian Pustaka

2.1. Entrepreneur

a. Pengertian Entrepreneur

Entrepreneur berasal dari kata Prancis *entrepreneurs*, yang berarti memulai atau melaksanakan. Entrepreneur adalah orang-orang yang memiliki bisnis sendiri. Dalam istilah sederhana, seorang pengusaha adalah orang yang berani mengambil risiko untuk membuka bisnis dalam berbagai kesempatan. Berani mengambil risiko berarti memiliki mentalitas mandiri dan memiliki keberanian untuk memulai bisnis, tanpa terganggu oleh rasa takut atau kecemasan bahkan dalam kondisi yang tidak pasti. Pikiran seorang entrepreneur selalu berusaha mencari, memanfaatkan, dan menciptakan peluang bisnis yang dapat memberikan keuntungan. (Cresy Lorenza et al., 2024)

Kewirausahaan berkaitan erat dengan pencarian nafkah untuk memenuhi kebutuhan hidup, meskipun kewirausahaan lebih luas daripada sekadar bekerja untuk mendapatkan penghasilan. Kewirausahaan berarti kemampuan seseorang untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda, kreatif dan inovatif untuk menciptakan produk dan layanan yang memiliki nilai tambah untuk mendapatkan keuntungan dan menemukan peluang dalam pengembangan bisnis.

Kemajuan ekonomi suatu negara di bidang kewirausahaan tidak hanya didominasi oleh pria tetapi juga oleh emansipasi wanita, wanita juga didorong untuk menciptakan bisnis yang dapat digunakan sebagai dukungan untuk kehidupan masa depan mereka atau sebagai pekerjaan sampingan untuk membantu kehidupan keluarga mereka dan sebagai bukti bahwa wanita mampu berdiri di kaki mereka sendiri.

Perempuan adalah sumber daya yang sering kali tidak diberdayakan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sehingga banyak potensi perempuan yang terabaikan, karena adanya paradigma yang salah mengenai peran perempuan dalam ekonomi. Padahal, potensi perempuan untuk meningkatkan ekonomi sangat besar.

Islam telah menjamin hak bagi perempuan untuk bekerja sesuai dengan kebiasaan dan aturan Syariah. Seperti yang dikatakan Allah SWT dalam QS. An-Nisa [4]:32..

وَلَا تَتَمَنَّوْا مَا فَضَّلَ اللَّهُ بِهٖ بَعْضَكُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ ۚ لِّلرِّجَالِ نَصِيبٌ مِّمَّا اكْتَسَبُوا وَلِلنِّسَاءِ نَصِيبٌ مِّمَّا اكْتَسَبْنَ ۚ وَسَأَلُوا اللَّهَ
مِنْ فَضْلِهٖ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمًا

Artinya: “Dan janganlah kamu iri terhadap apa yang Allah berikan kepada sebagian kalian lebih dari yang lain. (Karena) bagi laki-laki ada bagian dari apa yang mereka peroleh, dan bagi wanita (juga) ada bagian dari apa yang mereka peroleh, dan mintalah kepada Allah sebagian dari karunia-Nya. Sesungguhnya, Allah Maha Mengetahui segala sesuatu”(Cresy Lorenza et al., 2024)

Entrepreneur, menurut para ahli :

Agyemang Kwasi Sampene et al. mengemukakan bahwa niat seseorang untuk menjadi wirausahawan dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior (TPB)*, yang mencakup sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Faktor-faktor ini berkontribusi terhadap keyakinan individu dalam mengambil keputusan untuk berwirausaha

Victor Tiberius & Michael Weyland menyoroti perkembangan eksponensial dalam literatur pendidikan kewirausahaan. Mereka mengungkapkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki peran penting dalam membentuk pola pikir wirausaha dan meningkatkan kesiapan individu dalam menghadapi tantangan bisnis.

2.2 Network

Dimas Erlangga menjelaskan bahwa dalam komunitas pedagang bakso di Kota Medan, jaringan sosial memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan dan memperkuat daya saing ekonomi. Kepercayaan ini terbentuk melalui interaksi yang berulang antara sesama pedagang, yang memungkinkan adanya kerja sama dalam berbagi informasi bisnis, seperti strategi pemasaran, pemasok bahan baku, serta tren pasar yang sedang berkembang. Selain itu, jaringan sosial juga menjadi wadah bagi para pedagang untuk saling membantu dalam menghadapi tantangan bisnis, misalnya dengan memberikan pinjaman modal dalam bentuk kas gotong royong atau berbagi pelanggan ketika salah satu anggota mengalami kesulitan.

Selain itu, penelitian ini menyoroti peran jaringan sosial dalam pengelolaan sumber daya, di mana koneksi dengan sesama pelaku usaha, komunitas bisnis, dan lembaga pendukung memungkinkan UMKM untuk memperoleh informasi penting terkait tren industri, strategi bisnis, serta peluang kolaborasi. Jaringan sosial juga berkontribusi dalam memfasilitasi akses terhadap pendanaan, baik melalui modal ventura, pinjaman usaha, maupun pendanaan kolektif (crowdfunding) yang sering kali diperoleh melalui referensi dari koneksi bisnis. Dengan adanya dukungan finansial yang lebih mudah diakses, UMKM dapat lebih leluasa dalam mengembangkan bisnis mereka, seperti meningkatkan kapasitas produksi, memperluas jaringan distribusi, dan mengadopsi teknologi baru.

Dari segi inovasi, jaringan sosial berfungsi sebagai ekosistem yang mendorong pertukaran ide dan praktik terbaik di antara pelaku UMKM. Dengan

berbagi pengalaman dan wawasan bisnis, wirausaha dapat mengadopsi strategi inovatif yang telah terbukti berhasil di industri mereka. Pelatihan, seminar, dan workshop yang diinisiasi oleh jaringan bisnis juga menjadi sarana penting dalam meningkatkan keterampilan dan kompetensi wirausaha, baik dalam bidang manajerial, pemasaran digital, maupun pengelolaan operasional. Oleh karena itu, penelitian ini menegaskan bahwa keberadaan jaringan sosial yang kuat dapat menjadi salah satu faktor utama dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM.

Muhammad Habib Alfakhri dan Agus S. Ekomadyo mengembangkan teori jaringan-aktor dalam konteks kedai kopi, di mana keberhasilan bisnis tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh hubungan yang terbentuk antara komunitas pelanggan, pemilik bisnis, dan desain arsitektur kafe. Kedai kopi bukan sekadar tempat berjualan, melainkan ruang sosial yang memungkinkan interaksi antar pelanggan serta antara pelanggan dan pemilik usaha. Desain arsitektur yang menarik, nyaman, dan sesuai dengan preferensi komunitas pelanggan dapat menciptakan suasana yang mendorong pengunjung untuk datang kembali dan menjadikan kedai tersebut sebagai tempat berkumpul. Misalnya, konsep desain yang mengadopsi elemen budaya lokal atau menyediakan area kerja bersama (*co-working space*) dapat meningkatkan daya tarik kedai kopi bagi segmen pelanggan tertentu, seperti mahasiswa, pekerja kreatif, atau komunitas hobi. (Alfakhri & Ekomadyo, 2025)

2.3 Pertumbuhan UMKM

Pertumbuhan UMKM dapat diartikan sebagai peningkatan dalam skala usaha, produktivitas, serta kontribusi ekonomi yang diberikan oleh sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pertumbuhan ini mencakup beberapa aspek utama, seperti peningkatan jumlah tenaga kerja yang diserap oleh UMKM, perluasan akses pasar, peningkatan pendapatan masyarakat, serta kontribusi terhadap pemerataan ekonomi.

Selain itu, pertumbuhan UMKM juga dapat diukur melalui peningkatan jumlah unit usaha yang beroperasi, adopsi teknologi dalam operasional bisnis, serta peningkatan daya saing di pasar domestik maupun internasional. Dalam konteks pembangunan ekonomi, pertumbuhan UMKM berperan penting dalam menciptakan lapangan kerja baru, mempercepat inovasi bisnis, serta mempertahankan budaya lokal melalui produk dan jasa yang berbasis kearifan lokal. Peneliti juga menyoroti bagaimana pertumbuhan UMKM tidak hanya bergantung pada faktor internal, seperti manajemen bisnis dan inovasi produk, tetapi juga dipengaruhi oleh dukungan eksternal, seperti kebijakan pemerintah, akses terhadap modal, serta keberadaan jaringan bisnis dan teknologi digital. Dengan demikian, pertumbuhan UMKM dapat dipahami sebagai proses berkelanjutan yang melibatkan berbagai faktor yang saling berkaitan untuk

menciptakan ekosistem bisnis yang lebih kuat dan berkelanjutan.(Aftitah et al., 2025)

Dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan UMKM di Indonesia sangat dipengaruhi oleh pemanfaatan jaringan sosial dan penggunaan e-commerce sebagai strategi bisnis di era digital. Jaringan sosial, baik formal maupun informal, memainkan peran krusial dalam memperluas akses pasar, memperoleh pendanaan, serta mendapatkan informasi dan pelatihan yang relevan. Dengan adanya hubungan yang kuat antara pelaku UMKM, mitra bisnis, dan pelanggan, daya saing usaha dapat meningkat, sehingga UMKM lebih mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar. Secara keseluruhan, pertumbuhan UMKM tidak hanya bergantung pada faktor internal seperti inovasi dan manajemen bisnis, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti jaringan sosial dan adopsi teknologi digital. Oleh karena itu, dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, platform e-commerce, serta komunitas bisnis, sangat diperlukan agar UMKM dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian Indonesia.

1.4 Proactive

Proactive merupakan Perusahaan yang mencari peluang, untuk mengantisipasi perubahan pasar, dan mengambil tindakan sebelum pesaing melakukannya. Sehingga kesadaran dan kesiapan individu dalam membuat keputusan karier akan lebih matang. Proactive juga memberikan inisiatif dalam menciptakan wirausaha baru yang mampu memperkenalkan produk baru atau meningkatkan kualitas produk yang sudah ada, serta menerapkan metode produksi baru. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan proactive merupakan sikap atau strategi yang berorientasi ke depan, di mana individu atau perusahaan secara aktif mencari peluang, mengantisipasi perubahan, dan mengambil tindakan sebelum keadaan memaksa mereka untuk bereaksi.(Zehir et al., 2015)

1.5 Risk Taking

Risk taking Merupakan keberanian menghadapi ketidakpastian dalam berwirausaha. Keberanian individu mengambil tindakan meskipun ada potensi kegagalan Kesediaan individu untuk mengambil keputusan finansial yang berpotensi mengakibatkan kerugian signifikan. Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan risk taking merupakan keberanian individu atau perusahaan dalam menghadapi ketidakpastian dan mengambil tindakan meskipun ada potensi kegagalan, terutama dalam konteks wirausaha dan keputusan finansial yang berisiko. Hal ini mencakup kesediaan untuk mengalokasikan sumber daya, baik dalam bentuk modal, tenaga, maupun inovasi, dengan harapan memperoleh keuntungan meskipun terdapat kemungkinan kerugian yang signifikan.(Grandgirard et al., 2002)

1.6 Innovativeness

Innovativeness didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menawarkan berbagai produk baru atau peningkatan fitur produk guna menarik pelanggan dan menciptakan keunggulan kompetitif yang berpengaruh pada kemampuan bisnis dalam mengadopsi teknologi baru guna meningkatkan pertumbuhan dan daya saing mereka di pasar. Dalam pendapat lain Innovativeness juga disebutkan merupakan upaya perusahaan dalam menciptakan dan mengembangkan produk atau layanan dengan fitur yang menonjol, guna mempertahankan daya saing dan menarik lebih banyak pelanggan. (Page et al., 2025) Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa Innovativeness merupakan kemampuan dan komitmen perusahaan dalam menciptakan, mengembangkan, serta menawarkan produk atau layanan baru dengan fitur yang menonjol guna meningkatkan daya saing, menarik pelanggan, dan menciptakan keunggulan kompetitif di pasar. Selain itu, innovativeness juga mencerminkan kesiapan bisnis dalam mengadopsi teknologi baru serta melakukan peningkatan berkelanjutan untuk mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. (Saing & Global, 2024)

1.7 Spiritual Network

Spiritual Network dalam jurnal ini merujuk pada hubungan komunikasi yang menghubungkan individu melalui prinsip-prinsip kejujuran, etika, dan kesadaran spiritual dalam berinteraksi. Sehingga berpengaruh pada sistem pembelajaran digital yang berlandaskan nilai-nilai spiritual, yang memungkinkan peserta didik menciptakan konten edukatif yang kreatif, akurat, dan dapat dipercaya. (Setyaningsih & Prihantoro, 2019) yang menghubungkan individu melalui prinsip-prinsip kejujuran, etika, dan kesadaran spiritual dalam berinteraksi. Secara keseluruhan, Spiritual Network merupakan hubungan komunikasi yang menghubungkan individu melalui prinsip kejujuran, etika, dan kesadaran spiritual dalam berinteraksi. Konsep ini berpengaruh pada pengembangan sistem pembelajaran digital yang berlandaskan nilai-nilai spiritual, sehingga memungkinkan peserta didik menciptakan konten edukatif yang kreatif, akurat, dan dapat dipercaya. (Saputri et al., 2022)

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif analitik, yang bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai kondisi pabrik tahu di Desa Lubuk Sahung, Seluma, serta menganalisis tantangan yang dihadapi dan strategi yang dapat diterapkan

untuk mengatasinya. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data langsung dari pelaku usaha, observasi lapangan, serta wawancara dengan pihak terkait. Salah satu teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori kewirausahaan inovatif yang dikemukakan oleh Joseph Schumpeter. Schumpeter menekankan bahwa inovasi merupakan faktor utama dalam perkembangan ekonomi, di mana pengusaha yang mampu menciptakan perubahan dalam produk, proses produksi, atau strategi pemasaran akan memiliki keunggulan kompetitif.

Dalam konteks pabrik tahu di Desa Lubuk Sahung, teori ini relevan dalam memahami bagaimana inovasi dapat membantu pelaku usaha menghadapi tantangan, seperti fluktuasi harga kedelai dan persaingan pasar. Inovasi dalam bentuk diversifikasi produk, efisiensi produksi melalui pemanfaatan teknologi, serta strategi pemasaran digital dapat menjadi solusi untuk mempertahankan daya saing dan memperluas pangsa pasar. Selain itu, teori ini juga mendukung pentingnya pengelolaan sumber daya manusia yang efektif agar kualitas produk tetap terjaga. Dengan demikian, melalui metode penelitian kualitatif deskriptif analitik dan teori kewirausahaan inovatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam serta rekomendasi strategis bagi pelaku usaha tahu di daerah tersebut. (Hakim et al., 2025)

2. Hasil dan Pembahasan

2.4 Peran seorang wirausaha dalam mengembangkan UMKM di Desa Lubuk Sahung Selama

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia. Dalam konteks ekonomi global, UMKM terbukti sebagai sektor yang resilien, terutama saat krisis ekonomi pada 1997-1998. Tidak bergantung pada modal besar atau pinjaman mata uang asing, UMKM mampu bertahan saat krisis dan semakin diperhatikan oleh pemerintah melalui berbagai regulasi.

Tantangan yang dihadapi oleh wirausaha dalam mengelola UMKM, seperti keterbatasan modal, terbatasnya akses pasar, serta ketatnya persaingan, mengharuskan wirausaha untuk memiliki keterampilan manajerial yang baik, termasuk dalam hal pengelolaan keuangan dan perencanaan usaha. Wirausaha perlu memiliki kemampuan dalam merancang strategi pemasaran yang efektif, serta dalam memanfaatkan teknologi dan sumber daya yang ada untuk mengatasi berbagai kendala yang muncul. Dengan pengelolaan yang baik, UMKM dapat bertahan dalam jangka panjang dan terus berkembang, bahkan di tengah tantangan yang dihadapi. (Pengembangan et al., 2024)

Secara keseluruhan, peran seorang wirausaha dalam mengembangkan UMKM sangat luas dan kompleks, melibatkan berbagai aspek mulai dari inovasi

produk, peningkatan kapasitas produksi, pembangunan jaringan bisnis, hingga pengelolaan keuangan dan sumber daya. Keberhasilan seorang wirausaha dalam menjalankan UMKM tidak hanya berpengaruh pada kesuksesan usaha itu sendiri, tetapi juga memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal, menciptakan lapangan pekerjaan, dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar. Oleh karena itu, keberadaan wirausaha sangat penting dalam mempercepat proses pembangunan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan UMKM.

2.5 Bagaimana jaringan (network) yang dimiliki oleh pelaku UMKM di Desa Lubuk Sahung mempengaruhi perkembangan usaha mereka

Jaringan (network) yang dimiliki oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perkembangan usaha mereka. Jaringan yang kuat dan luas memungkinkan pelaku UMKM untuk memperoleh berbagai sumber daya yang diperlukan untuk mendukung kelangsungan dan pertumbuhan usahanya. Salah satu aspek penting dari jaringan bisnis adalah kemampuannya dalam membuka akses pasar yang lebih luas. Melalui relasi dengan mitra bisnis, pemasok, dan pelanggan, pelaku UMKM dapat memperkenalkan produk atau layanan mereka ke konsumen yang lebih banyak, baik di tingkat lokal, regional, bahkan nasional. Selain itu, jaringan juga memberi peluang bagi pelaku UMKM untuk menjalin kerja sama yang saling menguntungkan, seperti distribusi produk, promosi bersama, atau pengembangan produk baru yang dapat meningkatkan daya saing usaha.

Selain itu, jaringan juga berfungsi sebagai sumber informasi yang sangat berharga. Dalam dunia bisnis yang terus berkembang, informasi mengenai tren pasar, inovasi produk, dan regulasi yang berlaku sangat penting untuk menentukan langkah-langkah strategis yang diambil. Pelaku UMKM yang memiliki jaringan yang luas, baik dengan sesama pelaku usaha, asosiasi, atau lembaga pemerintah, akan lebih mudah mengakses informasi tersebut, yang memungkinkan mereka untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebijakan. Dengan demikian, jaringan yang kuat berperan dalam mempercepat pengambilan keputusan yang tepat untuk mengembangkan usaha.

Jaringan yang terjalin dengan pelanggan juga memiliki peran penting dalam pengembangan UMKM. Pelanggan yang puas dengan produk atau layanan yang diberikan oleh pelaku UMKM sering kali akan memberikan rekomendasi kepada orang lain, baik secara langsung maupun melalui media sosial. Oleh karena itu, membangun hubungan yang baik dengan pelanggan melalui pelayanan yang prima dan produk yang berkualitas menjadi kunci untuk memperluas pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Seiring berjalannya waktu, jaringan pelanggan yang terus berkembang akan memperkuat keberadaan UMKM di pasar.

2.6 Hubungan antara kemampuan wirausaha dan keberhasilan jaringan (networking) dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM di Desa Lubuk Sahung

Hubungan antara kemampuan wirausaha dan keberhasilan jaringan (networking) dalam meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM sangat erat dan saling bergantung. Kemampuan wirausaha yang baik mencakup berbagai aspek, seperti keterampilan dalam mengelola keuangan, pengambilan keputusan yang tepat, serta kemampuan dalam merencanakan dan mengeksekusi strategi bisnis. Wirausaha yang memiliki kemampuan ini mampu mengidentifikasi peluang pasar, menanggapi tantangan secara efektif, serta memaksimalkan sumber daya yang dimiliki. Namun, kemampuan tersebut akan lebih optimal jika didukung oleh jaringan yang luas dan kuat. Jaringan (networking) berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan pelaku UMKM dengan berbagai pihak yang memiliki peran penting dalam perkembangan usaha, seperti pemasok bahan baku, pelanggan, mitra bisnis, dan rekan seprofesi. Jaringan ini memberikan akses terhadap informasi pasar, peluang kolaborasi, serta pengembangan produk yang dapat meningkatkan daya saing produk UMKM..

Seorang wirausaha yang memiliki kemampuan baik dalam berkomunikasi dan menjalin hubungan akan dapat memanfaatkan jaringan secara optimal. Misalnya, dengan memiliki relasi yang luas dengan pemasok, pelaku UMKM di Desa Lubuk Sahung dapat memperoleh bahan baku dengan harga yang lebih kompetitif dan kualitas yang terjamin. Selain itu, jaringan dengan sesama pelaku usaha atau asosiasi juga memungkinkan mereka untuk berbagi pengalaman, informasi pasar, dan bahkan kesempatan untuk melakukan kolaborasi dalam bentuk kerja sama atau promosi bersama. Jaringan yang baik akan membuka peluang untuk mengakses pasar yang lebih luas, baik dalam lingkup lokal, regional, maupun nasional, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kapasitas produksi dan penjualan UMKM.

Dapat disimpulkan bahwa kemampuan wirausaha dalam memanfaatkan jaringan yang ada berperan sangat penting dalam mengembangkan kapasitas dan daya saing UMKM di Desa Lubuk Sahung. Wirausaha yang memiliki keterampilan dalam membangun hubungan dan mengelola jaringan dengan baik, akan mampu menghadapi tantangan bisnis yang ada dan memanfaatkan peluang yang muncul untuk meningkatkan kinerja usaha mereka. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM untuk terus mengembangkan kemampuan wirausaha dan memperluas jaringan mereka guna memperkuat posisi usaha di pasar yang semakin kompetitif.

3. Kesimpulan dan Saran

3.4 kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai peran entrepreneur dan jaringan (network) dalam pertumbuhan UMKM, khususnya pada usaha pabrik tahu di Desa Lubuk Sahung, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan wirausaha dalam mengelola, mengembangkan, serta mempertahankan eksistensi usahanya. Wirausaha dalam konteks ini menunjukkan ketangguhan dalam menghadapi tantangan pasar, melakukan inovasi produk, menjaga kualitas produksi, serta membangun strategi penjualan yang adaptif terhadap kebutuhan konsumen. Jaringan atau relasi yang dimiliki pelaku UMKM terbukti memainkan peran penting dalam menunjang pertumbuhan usaha. Jaringan yang baik mempermudah pelaku usaha dalam memperoleh bahan baku, menjangkau konsumen baru, serta memperluas pemasaran produk. Selain itu, jaringan sosial juga memberikan akses terhadap informasi dan peluang kolaborasi bisnis yang dapat meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan pasar. Dengan demikian, sinergi antara kompetensi kewirausahaan dan kekuatan jaringan bisnis menjadi faktor utama yang mendorong peningkatan kapasitas produksi, ekspansi pasar, serta keberlanjutan usaha. Penguatan pada dua aspek ini sangat disarankan sebagai strategi pembangunan UMKM di tingkat desa agar lebih mandiri dan berdaya saing secara ekonomi.

3.5 Saran

Saran yang dapat diberikan pada penelitian Entrepreneur Dan Network Dalam Pertumbuhan UMKM adalah sebagai berikut:

Bagi Pelaku UMKM, disarankan untuk terus meningkatkan kemampuan kewirausahaan melalui pelatihan, pendampingan, dan pengembangan kapasitas manajerial. Upaya ini penting untuk menghadapi dinamika pasar, mengelola sumber daya secara efektif, serta mengembangkan inovasi produk yang berkelanjutan.

Dalam hal pembangunan jaringan usaha, pelaku UMKM diharapkan lebih aktif menjalin relasi dengan berbagai pihak, seperti pelanggan, mitra bisnis, komunitas usaha, maupun instansi pemerintah. Jaringan yang kuat dapat menjadi modal sosial yang berpengaruh terhadap akses pasar, bahan baku, dan dukungan usaha lainnya.

Bagi pemerintah daerah atau lembaga terkait, perlu disusun kebijakan yang mendukung penguatan UMKM berbasis kewirausahaan dan jejaring bisnis, misalnya melalui program pemberdayaan UMKM, fasilitasi promosi digital, serta kemudahan perizinan dan akses permodalan. Langkah ini diharapkan mampu mendorong pertumbuhan UMKM yang lebih inklusif dan berkelanjutan, khususnya di wilayah pedesaan seperti Desa Lubuk Sahung.

4. Daftar Pustaka

- Aftitah, F. N., K, J. L., Hasanah, K., Lailatul, N., Bina, U., & Informatika, S. (2025). *Pengaruh UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023 Pemerintah mendukung UMKM melalui program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), meskipun penyalurannya tahun 2023 belum memenuhi target . UMKM kini terus.* 3, 32–43.
- Alfakhri, M. H., & Ekomadyo, A. S. (2025). *Komunitas sebagai Pangsa Pasar : Kajian Teori Jaringan-Aktor pada Arsitektur Kedai Kopi pada Café Taru di Pasar Kreatif Jawa Barat.* 3(1), 27–40. <https://doi.org/10.59810/archimane/v3i1.101>
- Cresy Lorenza, Romi Adetio Setiawan, Yenti Sumarni, & Nilay Shah. (2024). Work Motivation Women Entrepreneurs in Islamic Economic Perspective. *Journal of Islamic Economics Perspectives*, 6(1), 63–83. <https://doi.org/10.35719/jiepv6i1.127>
- Grandgirard, J., Poinso, D., Krespi, L., Nénon, J. P., & Cortesero, A. M. (2002). Costs of secondary parasitism in the facultative hyperparasitoid *Pachycrepoideus dubius*: Does host size matter? *Entomologia Experimentalis et Applicata*, 103(3), 239–248. <https://doi.org/10.1023/A>
- Hakim, L., Sebelas, U., & Uns, M. (2025). *Social science development journal.* 265–276.
- Nurul Huda dan Aris Munandar. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Network Dalam Meningkatkan Kinerja Umkm Di Masa Pandemi Covid-19. *JOURNAL SCIENTIFIC OF MANDALIKA (JSM) e-ISSN 2745-5955 | p-ISSN 2809-0543*, 2(9), 470–480. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol2iss9pp470-480>
- Page, V. N. J., Lerian, N. A., & Astuti, D. (2025). *Strategi Manajemen Inovasi Dalam Mempertahankan Daya Saing Di Pasar Global Journal of Business Economics and Management.* 01(03), 230–234.
- Pengembangan, A., Mikro, U., Dan, K., Umkm, M., Julika, V. I., Salsabilla, L. P., & Sumarni, Y. (2024). *DI KAWASAN WISATA PANTAI PANJANG BENGKULU ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF MICRO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMES) IN THE LONG BEACH TOURIST AREA BENGKULU.* 3(6), 650–655. <https://doi.org/10.58184/mestaka.v3i6.522>
- Saing, D., & Global, P. (2024). *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, Volume 7 Nomor 4, 2024 | 13760.* 7, 13760–13765.
- Saputri, K. R., Syifa, M., & Widigdo, A. (2022). *Implementasi Nilai-Nilai Spiritualitas Islam dan Dampaknya pada Karyawan Lazismu (Studi Kasus Lazismu PCM Bantul).* 8(03), 2415–2422.
- Setyaningsih, R., & Prihantoro, E. (2019). *Model Penguatan Nilai-Nilai Spiritual Dalam E-Learning Berdasarkan Standar Literasi Media Pendidikan Online Munculnya era digital membawa.* 12(1), 27–34.
- Zehir, C., Can, E., & Karaboga, T. (2015). Linking Entrepreneurial Orientation to Firm

- Performance: The Role of Differentiation Strategy and Innovation Performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 210, 358–367. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.381>
- Aftitah, F. N., K, J. L., Hasanah, K., Lailatul, N., Bina, U., & Informatika, S. (2025). *Pengaruh UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia Pada Tahun 2023 Pemerintah mendukung UMKM melalui program seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR), meskipun penyalurannya tahun 2023 belum memenuhi target . UMKM kini terus*. 3, 32–43.
- Alfakhri, M. H., & Ekomadyo, A. S. (2025). *Komunitas sebagai Pangsa Pasar : Kajian Teori Jaringan-Aktor pada Arsitektur Kedai Kopi pada Café Taru di Pasar Kreatif Jawa Barat*. 3(1), 27–40. <https://doi.org/10.59810/archimane/v3i1.101>
- Cresy Lorenza, Romi Adetio Setiawan, Yenti Sumarni, & Nilay Shah. (2024). Work Motivation Women Entrepreneurs in Islamic Economic Perspective. *Journal of Islamic Economics Perspectives*, 6(1), 63–83. <https://doi.org/10.35719/jiep.v6i1.127>
- Grandgirard, J., Poinso, D., Krespi, L., Nénon, J. P., & Cortesero, A. M. (2002). Costs of secondary parasitism in the facultative hyperparasitoid *Pachycrepoideus dubius*: Does host size matter? *Entomologia Experimentalis et Applicata*, 103(3), 239–248. <https://doi.org/10.1023/A>
- Hakim, L., Sebelas, U., & Uns, M. (2025). *Social science development journal*. 265–276.
- Nurul Huda dan Aris Munandar. (2021). Pengaruh Digital Marketing Dan Network Dalam Meningkatkan Kinerja Umkm Di Masa Pandemi Covid-19. *JOURNAL SCIENTIFIC OF MANDALIKA (JSM) e-ISSN 2745-5955 | p-ISSN 2809-0543*, 2(9), 470–480. <https://doi.org/10.36312/10.36312/vol2iss9pp470-480>
- Page, V. N. J., Lerian, N. A., & Astuti, D. (2025). *Strategi Manajemen Inovasi Dalam Mempertahankan Daya Saing Di Pasar Global Journal of Business Economics and Management*. 01(03), 230–234.
- Pengembangan, A., Mikro, U., Dan, K., Umkm, M., Julika, V. I., Salsabilla, L. P., & Sumarni, Y. (2024). *DI KAWASAN WISATA PANTAI PANJANG BENGKULU ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF MICRO SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (MSMES) IN THE LONG BEACH TOURIST AREA BENGKULU*. 3(6), 650–655. <https://doi.org/10.58184/mestaka.v3i6.522>
- Saing, D., & Global, P. (2024). *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran, Volume 7 Nomor 4, 2024 | 13760*. 7, 13760–13765.
- Saputri, K. R., Syifa, M., & Widigdo, A. (2022). *Implementasi Nilai-Nilai Spiritualitas Islam dan Dampaknya pada Karyawan Lazismu (Studi Kasus Lazismu PCM Bantul)*. 8(03), 2415–2422.
- Setyaningsih, R., & Prihantoro, E. (2019). *Model Penguatan Nilai-Nilai Spiritual Dalam E-Learning Berdasarkan Standar Literasi Media Pendidikan Online Munculnya era*

digital membawa. 12(1), 27–34.

Zehir, C., Can, E., & Karaboga, T. (2015). Linking Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Role of Differentiation Strategy and Innovation Performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 210, 358–367.
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.381>