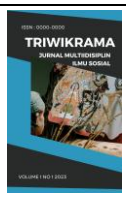
Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 12 No 3 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



STRATEGI MENJAGA KETAHANAN NASIONAL DI ERA KETIDAKPASTIAN: STUDI OBSERVASI PADA UMKM AYAM GEPREK OKE CHICKEN DI KABUPATEN NGANJUK

Galang Dwi P.[1], Akbar Dwi S.[2], Reyhan Azhanzi B.[3], Ahmad Akbar G.[4], Wahyu Jagad D.[5]
Program Studi Penjaskesrek, Fakultas Ilmu Kesehatan dan Sains, Universitas Nusantara PGRI Kediri, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:
Received Juli 2026
Revised Juli 2026
Accepted Juli 2026
Available online Juli 2026

Email:
galangdwi096@gmail.com[1],
akbardwis345@gmail.com[2],
azhanzir@gmail.com[3],
ahmadakbargymnastiar02@gmail.com[4],
wahyujagaddewantoro@gmail.com[5]

This is an open access article under the CC BY-SA license.
Copyright © 2026 by Author.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi UMKM Ayam Geprek Oke Chicken dalam menjaga ketahanan nasional melalui penguatan ketahanan ekonomi lokal di era ketidakpastian. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik observasi lapangan, wawancara mendalam, dan dokumentasi, penelitian dilaksanakan di Kabupaten Nganjuk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM ini menghadapi berbagai ancaman multidimensional meliputi fluktuasi harga bahan baku, persaingan usaha kuliner yang semakin ketat, perubahan daya beli masyarakat, serta tantangan literasi digital. Namun demikian, melalui penerapan nilai-nilai Pancasila dalam operasional bisnis, etika usaha yang konsisten, pemanfaatan media sosial secara strategis, dan penggunaan bahan baku lokal, UMKM ini berhasil mempertahankan eksistensinya. Penelitian menemukan bahwa kontribusi UMKM terhadap ketahanan nasional tidak hanya bersifat ekonomis—berupa penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat—tetapi juga berdimensi sosial-budaya melalui pelestarian kuliner lokal dan penguatan kohesivitas masyarakat. Implikasi penelitian ini menunjukkan perlunya sinergi antara pelaku UMKM, pemerintah daerah, dan masyarakat dalam membangun ekosistem ketahanan ekonomi berbasis komunitas. Rekomendasi diarahkan pada peningkatan kapasitas literasi digital pelaku UMKM, penyederhanaan regulasi perizinan, dan penguatan jaringan kolaborasi antar-UMKM sebagai pilar ketahanan nasional yang berkelanjutan.

Kata Kunci: ketahanan nasional, UMKM, ekonomi kerakyatan, nilai Pancasila, literasi digital

I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja nasional. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM menyumbang sekitar 61,07% dari total PDB dan menyerap lebih dari 97% angkatan kerja nasional. Keberadaan UMKM bukan sekadar entitas ekonomi, melainkan merupakan instrumen strategis dalam mewujudkan ketahanan nasional yang bersifat menyeluruh dan berkelanjutan (Sulistyo & Ayuni, 2020). Dalam konteks sistem perekonomian Indonesia yang berlandaskan prinsip ekonomi kerakyatan, UMKM menempati posisi sentral sebagai representasi nyata dari semangat pasal 33 Undang-Undang Dasar 1945 tentang perekonomian yang disusun atas asas kekeluargaan dan berorientasi pada kemakmuran seluruh rakyat.

Konsep ketahanan nasional Indonesia mencakup berbagai dimensi yang saling berkaitan, termasuk ketahanan ekonomi, ketahanan sosial-budaya, ketahanan pangan, dan ketahanan informasi. Lemhannas RI mendefinisikan ketahanan nasional sebagai kondisi dinamis bangsa yang meliputi segenap aspek kehidupan nasional yang terintegrasi, berisi keuletan dan ketangguhan yang mengandung kemampuan mengembangkan kekuatan nasional dalam menghadapi dan mengatasi segala Ancaman, Gangguan, Hambatan, dan Tantangan (AGHT) baik dari dalam maupun dari luar negeri (Hadiwijaya, 2021). Dalam kerangka ini, UMKM memiliki peran strategis sebagai salah satu pilar ketahanan ekonomi nasional yang secara langsung

berhubungan dengan kesejahteraan masyarakat di tingkat akar rumput. Ketangguhan UMKM dalam menghadapi berbagai guncangan ekonomi pada dasarnya merupakan cerminan dari ketangguhan bangsa itu sendiri.

Era ketidakpastian yang ditandai oleh berbagai krisis global—mulai dari pandemi COVID-19, ketegangan geopolitik internasional, volatilitas harga komoditas, hingga percepatan transformasi digital—telah menciptakan tantangan eksistensial bagi keberlangsungan UMKM di Indonesia (Rosita, 2020). Kondisi pasca-pandemi menyisakan tekanan struktural berupa perubahan pola konsumsi masyarakat, disrupsi rantai pasok global, dan percepatan adopsi teknologi yang tidak selalu dapat diikuti oleh pelaku UMKM di daerah. Survei berbagai lembaga riset menunjukkan bahwa mayoritas UMKM mengalami penurunan pendapatan signifikan selama periode krisis, sementara adaptasi terhadap ekosistem digital masih menjadi kendala utama bagi banyak pelaku usaha mikro (Ramli & Lubis, 2021).

Kabupaten Nganjuk sebagai salah satu wilayah di Provinsi Jawa Timur memiliki basis UMKM yang cukup berkembang, khususnya di sektor kuliner. UMKM Ayam Geprek Oke Chicken yang bergerak di bidang makanan olahan ayam merepresentasikan fenomena umum UMKM kuliner Indonesia yang berupaya bertahan dan berkembang di tengah berbagai tekanan struktural maupun situasional. Studi kasus pada UMKM ini relevan untuk memetakan secara empiris bagaimana strategi adaptasi dan inovasi berbasis nilai Pancasila dapat berkontribusi pada penguatan ketahanan ekonomi lokal yang pada gilirannya mendukung ketahanan nasional secara keseluruhan (Budiman, 2021). Selain itu, penelitian ini juga relevan secara akademis sebagai upaya mengisi kesenjangan literatur yang masih terbatas mengenai dimensi ketahanan nasional pada level UMKM di daerah.

Penelitian empiris mengenai keterkaitan UMKM dengan ketahanan nasional di tingkat lokal masih tergolong terbatas, padahal pemahaman mendalam tentang mekanisme ketahanan UMKM di tingkat mikro sangat diperlukan untuk merancang kebijakan pemberdayaan yang efektif dan tepat sasaran. Oleh karena itu, penelitian ini hadir sebagai upaya untuk memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang realitas UMKM kuliner di daerah dan kontribusinya terhadap berbagai dimensi ketahanan nasional. Djanalis (2020) menegaskan bahwa ketahanan ekonomi nasional tidak dapat dibangun hanya dari level makro, melainkan harus diperkuat dari fondasi UMKM yang sehat dan berdaya di seluruh pelosok nusantara.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan profil dan pengelolaan UMKM Ayam Geprek Oke Chicken; (2) mengidentifikasi ancaman, tantangan, dan hambatan yang dihadapi UMKM; (3) menganalisis dampak ancaman terhadap keberlangsungan usaha; (4) mengkaji strategi mempertahankan eksistensi usaha; (5) menjelaskan kontribusi UMKM terhadap ketahanan ekonomi lokal dan ketahanan nasional; serta (6) merumuskan rekomendasi penguatan ketahanan UMKM di era ketidakpastian. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis bagi pengembangan kajian ekonomi kerakyatan dan ketahanan nasional, sekaligus memberikan manfaat praktis bagi para pemangku kepentingan dalam ekosistem pemberdayaan UMKM.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena yang diteliti dalam konteks alamiahnya. Sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2020), penelitian kualitatif menempatkan peneliti sebagai instrumen utama yang berupaya mengungkap makna, perspektif, dan pengalaman subjek penelitian secara holistik dan kontekstual. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap dimensi-dimensi kompleks dari strategi ketahanan usaha yang tidak dapat ditangkap secara

memadai melalui pengukuran kuantitatif semata. Desain studi kasus tunggal (single case study) digunakan untuk mengeksplorasi secara mendalam fenomena ketahanan UMKM pada satu lokasi penelitian yang memiliki karakteristik representatif.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi tiga metode utama yang saling melengkapi. Pertama, observasi partisipatif dilakukan secara langsung di lokasi usaha UMKM Ayam Geprek Oke Chicken untuk mengamati proses operasional, interaksi sosial, standar produksi, dan dinamika usaha secara kontekstual. Observasi difokuskan pada aspek-aspek yang relevan dengan variabel penelitian, yaitu penerapan nilai Pancasila, etika bisnis, manajemen kualitas, dan interaksi dengan komunitas lokal. Kedua, wawancara mendalam (in-depth interview) dilakukan dengan pemilik usaha, pengelola, karyawan, dan beberapa pelanggan setia untuk mendapatkan perspektif yang beragam tentang dinamika internal dan eksternal usaha. Pedoman wawancara disusun secara semi-terstruktur untuk memberikan fleksibilitas dalam eksplorasi isu-isu yang muncul secara spontan selama proses wawancara. Ketiga, dokumentasi berupa pengumpulan data sekunder dari dokumen usaha, catatan operasional, konten media sosial, dan sumber-sumber literatur akademik yang relevan.

Teknik analisis data menggunakan model Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang terdiri dari tiga tahap berurutan: reduksi data (data reduction), penyajian data (data display), dan penarikan kesimpulan (conclusion drawing/verification). Pada tahap reduksi data, peneliti memilah, memfokuskan, dan menyederhanakan data mentah yang diperoleh dari lapangan sehingga relevan dengan pertanyaan penelitian. Pada tahap penyajian data, temuan-temuan disusun dalam bentuk narasi deskriptif analitis yang memungkinkan penarikan kesimpulan yang bermakna. Pada tahap penarikan kesimpulan, peneliti menginterpretasikan pola-pola dan tema-tema yang muncul dari data dan menghubungkannya dengan kerangka teoritis yang relevan.

Keabsahan data dijamin melalui triangulasi sumber dan teknik sebagaimana direkomendasikan oleh Creswell dan Poth (2018), yakni dengan mengkonfirmasi temuan dari berbagai sumber informan dan metode pengumpulan data yang berbeda. Member checking juga dilakukan dengan cara menyajikan interpretasi peneliti kepada para informan kunci untuk memverifikasi akurasi dan relevansi interpretasi tersebut. Perpanjangan pengamatan (prolonged engagement) di lokasi penelitian juga dilakukan untuk memastikan kedalaman pemahaman peneliti terhadap konteks penelitian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Profil UMKM Ayam Geprek Oke Chicken

UMKM Ayam Geprek Oke Chicken merupakan usaha kuliner yang bergerak di bidang makanan olahan ayam goreng geprek yang berdiri sejak tahun 2019 di Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur. Usaha ini dirintis oleh seorang pengusaha muda lokal yang memiliki visi untuk menghadirkan produk kuliner berkualitas dengan harga terjangkau bagi masyarakat Nganjuk. Pendirian usaha ini dilatarbelakangi oleh pengamatan terhadap tren kuliner nasional yang sedang berkembang, khususnya popularitas ayam geprek yang melanda berbagai daerah di Indonesia pada akhir dekade 2010-an. Kemampuan membaca peluang pasar lokal yang belum tersaturasi dan keberanian memulai usaha dengan modal terbatas merupakan karakteristik kewirausahaan yang menonjol dari pendirinya.

Visi usaha ini adalah menjadi sentra kuliner ayam geprek terpercaya di Kabupaten Nganjuk yang mengutamakan cita rasa autentik, kebersihan, dan kepuasan pelanggan. Misi yang diemban meliputi: penyediaan produk berbahan baku segar dan halal, pelayanan ramah dan

cepat, harga yang kompetitif dan terjangkau, serta pemberdayaan tenaga kerja lokal. Kombinasi visi-misi ini mencerminkan orientasi usaha yang tidak hanya profit-oriented, tetapi juga memiliki komitmen terhadap nilai-nilai sosial kemasyarakatan yang sejalan dengan prinsip ekonomi kerakyatan (Sulistyo & Ayuni, 2020).

Secara struktural, UMKM ini dikelola oleh pemilik yang merangkap sebagai manajer operasional dibantu oleh beberapa karyawan dengan peran spesifik di bagian dapur, kasir, dan pelayanan pelanggan. Saat ini, usaha ini mempekerjakan antara 5 hingga 7 karyawan dari lingkungan sekitar lokasi usaha, sehingga secara langsung berkontribusi pada pengurangan pengangguran lokal. Struktur organisasi yang sederhana namun fungsional ini memungkinkan pengambilan keputusan yang cepat dan adaptif terhadap perubahan situasi—sebuah keunggulan kompetitif inheren yang dimiliki UMKM dibandingkan entitas usaha berskala lebih besar.

Produk utama yang ditawarkan adalah ayam geprek dengan berbagai level kepedasan, yang disajikan bersama nasi, lalapan, dan sambal khas rumahan. Selain itu, usaha ini menawarkan variasi menu meliputi ayam bakar, ayam goreng crispy, dan aneka minuman segar. Sistem pemasaran yang diterapkan menggabungkan penjualan langsung di tempat (dine-in), layanan bawa pulang (take-away), dan pemesanan melalui platform digital baik via media sosial (WhatsApp Business, Instagram) maupun aplikasi ojek daring. Kebijakan harga ditetapkan dengan mempertimbangkan daya beli masyarakat lokal agar produk tetap aksesibel bagi berbagai segmen konsumen, dari pelajar hingga karyawan dan keluarga.

B. Ancaman dan Tantangan yang Dihadapi

Analisis terhadap ancaman dan tantangan yang dihadapi UMKM Ayam Geprek Oke Chicken mengungkapkan kompleksitas permasalahan yang bersifat multidimensional. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mendalam, dapat diidentifikasi setidaknya delapan kategori ancaman utama yang memerlukan respons strategis dari pelaku usaha. Pemahaman komprehensif terhadap peta ancaman ini menjadi prasyarat bagi perumusan strategi ketahanan usaha yang efektif dan berkelanjutan.

Pertama, fluktuasi harga bahan baku, khususnya harga daging ayam broiler dan cabai merah, merupakan ancaman paling signifikan yang berpengaruh langsung pada margin keuntungan usaha. Harga daging ayam di pasar lokal Nganjuk mengalami volatilitas tinggi yang dipengaruhi oleh faktor musiman, gangguan rantai pasok, penyakit unggas, dan kebijakan pemerintah terkait impor pangan. Ketidakstabilan harga ini mempersulit perencanaan keuangan jangka pendek dan menengah, memaksa pelaku usaha untuk terus-menerus melakukan penyesuaian harga jual yang berisiko menurunkan daya tarik kompetitif (Haryanto, 2020). Kondisi ini diperparah oleh keterbatasan kapasitas penyimpanan bahan baku (cold storage) yang lazim dialami oleh UMKM berskala mikro.

Kedua, persaingan usaha kuliner di Kabupaten Nganjuk semakin intensif seiring dengan menjamurnya warung makan dan restoran baru, termasuk cabang franchise kuliner nasional dan merek-merek UMKM kuliner yang bermunculan pasca-pandemi. Persaingan ini tidak hanya berdimensi harga, tetapi juga mencakup persaingan kualitas, inovasi menu, pengalaman pelanggan (customer experience), dan kehadiran digital. Utami dan Mulyani (2021) menemukan bahwa densitas kompetitor merupakan salah satu faktor penentu utama keberlangsungan UMKM kuliner di daerah, dan kemampuan diferensiasi produk menjadi kunci keberlangsungan usaha dalam kondisi pasar yang tersaturasi.

Ketiga, perubahan daya beli masyarakat yang dipengaruhi oleh tekanan inflasi dan ketidakpastian ekonomi pasca-pandemi turut memberikan dampak negatif pada volume penjualan. Penurunan pendapatan riil masyarakat mendorong pergeseran preferensi konsumsi

ke produk-produk yang lebih murah atau pengurangan frekuensi makan di luar rumah (Sari & Hartanto, 2022). Kondisi ini menciptakan tekanan ganda (double squeeze) bagi UMKM: di satu sisi harus mengendalikan biaya produksi yang meningkat akibat kenaikan harga bahan baku, namun di sisi lain menghadapi konsumen yang semakin price-sensitive dan rentan beralih ke alternatif yang lebih murah.

Keempat, perubahan selera konsumen yang dipengaruhi oleh tren kuliner global dan lokal menciptakan tantangan tersendiri. Popularisasi berbagai genre kuliner baru—seperti makanan bertemakan Korea, Western food fusion, dan berbagai inovasi kuliner kontemporer—melalui media sosial telah mengubah ekspektasi konsumen terhadap variasi dan estetika produk kuliner (Dewi & Santoso, 2023). UMKM yang tidak mampu beradaptasi dengan pergeseran selera ini berisiko kehilangan segmen konsumen muda yang dinamis dan memiliki mobilitas konsumsi tinggi.

Kelima, penyebaran hoaks dan informasi negatif di media sosial merupakan ancaman yang semakin relevan di era digital. Isu-isu terkait keamanan pangan, kebersihan dapur, atau kualitas bahan baku yang tersebar viral di media sosial dapat secara cepat merusak reputasi usaha yang telah dibangun bertahun-tahun. Pengelolaan reputasi digital (online reputation management) menjadi kebutuhan esensial bagi UMKM modern, mengingat konsumen kini semakin mengandalkan ulasan daring sebelum membuat keputusan pembelian (Pradana & Rizal, 2021).

Keenam, keterbatasan literasi digital di kalangan pelaku UMKM menjadi hambatan struktural dalam memanfaatkan peluang yang ditawarkan oleh ekosistem digital. Kemampuan mengelola toko online, mengoptimalkan konten media sosial, menganalisis data konsumen, dan memanfaatkan platform e-commerce memerlukan kompetensi digital yang masih terbatas pada sebagian besar UMKM di daerah (Ramli & Lubis, 2021). Kesenjangan digital (digital divide) ini berpotensi memperbesar ketimpangan antara UMKM yang mampu beradaptasi dengan teknologi dan yang tidak.

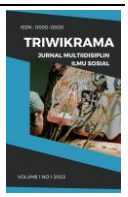
Ketujuh, pengaruh budaya konsumsi global yang mendorong homogenisasi selera dapat mengancam eksistensi kuliner tradisional lokal sebagai basis produk UMKM. Dominasi merek kuliner internasional dan nasional berskala besar yang didukung oleh kapasitas pemasaran jauh lebih besar menciptakan persaingan yang secara struktural tidak setara (Firmansyah, 2022). UMKM lokal perlu mengembangkan strategi positioning yang memanfaatkan keunikan autentisitas dan kedekatan dengan komunitas sebagai diferensiator yang tidak dimiliki oleh merek-merek besar.

Kedelapan, risiko keamanan dan kesehatan usaha mencakup potensi kontaminasi bahan baku, gangguan kesehatan karyawan, dan risiko keamanan pangan yang dapat berdampak serius pada kepercayaan konsumen dan keberlangsungan usaha. Regulasi pangan yang semakin ketat—termasuk persyaratan sertifikasi halal, perizinan PIRT, dan standar higienitas produksi—juga menuntut standar produksi yang lebih tinggi sekaligus investasi waktu dan biaya yang tidak selalu mudah dipenuhi oleh UMKM berskala mikro (Kementerian Kesehatan RI, 2021).

C. Dampak Ancaman terhadap Keberlangsungan Usaha

Berbagai ancaman yang telah diidentifikasi menghasilkan dampak yang kompleks dan saling terkait terhadap berbagai aspek keberlangsungan UMKM Ayam Geprek Oke Chicken maupun ekosistem sosial-ekonomi yang melingkupinya. Analisis dampak ini penting tidak hanya dari perspektif keberlanjutan usaha secara individual, tetapi juga dari perspektif ketahanan ekonomi dan sosial komunitas yang lebih luas.

Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial
Volume 12 No 3 2026
E-ISSN: 2988-1986
Open Access:



Dari sisi keberlanjutan usaha, ancaman ganda berupa kenaikan biaya produksi dan penurunan volume permintaan menciptakan tekanan pada margin keuntungan yang signifikan. Fluktuasi pendapatan yang tidak terprediksi menyulitkan perencanaan investasi dan pengembangan usaha jangka panjang. Cahyono dan Wahyuni (2022) menyimpulkan bahwa tekanan ganda (cost push dan demand pull) merupakan ancaman paling serius bagi ketahanan finansial UMKM mikro, dan ketidakmampuan mengelola tekanan ini seringkali menjadi penyebab utama kegagalan usaha pada tahun-tahun awal operasional.

Terhadap kesejahteraan karyawan, ketidakpastian pendapatan usaha berpotensi memengaruhi stabilitas upah dan keamanan kerja karyawan, khususnya mereka yang bekerja dengan sistem upah harian atau berbasis komisi penjualan. Dampak ini tidak hanya bersifat ekonomis, tetapi juga psikologis, karena menciptakan ketidakpastian yang memengaruhi motivasi kerja, produktivitas, dan loyalitas karyawan terhadap perusahaan (Mulyadi & Setiawan, 2021). Dalam jangka panjang, ketidakstabilan ketenagakerjaan di UMKM dapat berkontribusi pada masalah sosial yang lebih luas di komunitas setempat.

Dari perspektif kepercayaan pelanggan, ancaman berupa penyebaran informasi negatif dan potensi penurunan kualitas layanan akibat tekanan operasional dapat mengakibatkan erosi kepercayaan yang sulit dipulihkan dalam jangka pendek. Nugroho dan Pramudita (2022) menegaskan bahwa dalam ekosistem digital yang semakin terhubung, reputasi merek bersifat fragil dan dapat runtuh jauh lebih cepat dari proses membangunnya. Kehilangan kepercayaan pelanggan pada era media sosial memiliki efek berganda yang dapat menjangkau jauh melampaui lingkaran konsumen langsung.

Dampak terhadap perekonomian lokal terlihat dari potensi berkurangnya aktivitas ekonomi yang diciptakan oleh UMKM tersebut jika menghadapi tekanan yang tidak terkelola. Ini mencakup pengurangan pembelian dari pemasok lokal, penurunan penerimaan pajak daerah, dan berkurangnya efek pengganda ekonomi yang biasanya dihasilkan oleh UMKM yang beroperasi dengan sehat (Djanalis, 2020). Dalam konteks sistem ketahanan nasional, kerapuhan UMKM pada level lokal secara agregat berkontribusi pada kerapuhan ketahanan ekonomi nasional secara keseluruhan.

Ancaman terhadap dimensi ketahanan pangan masyarakat juga perlu mendapatkan perhatian serius. UMKM kuliner seperti Ayam Geprek Oke Chicken merupakan penyedia pangan siap saji bergizi yang terjangkau bagi masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah. Badan Ketahanan Pangan (2022) menekankan bahwa aksesibilitas dan keterjangkauan pangan merupakan dua dari tiga pilar utama ketahanan pangan, di mana UMKM kuliner lokal memainkan peran penting. Hilangnya UMKM semacam ini dari ekosistem pangan lokal akan mengurangi diversitas dan aksesibilitas pilihan pangan masyarakat.

Pada dimensi budaya, ancaman yang mengancam keberlangsungan kuliner lokal pada gilirannya mengancam pelestarian warisan kuliner daerah yang merupakan bagian dari identitas budaya bangsa. Wahyuningsih dan Kartono (2021) berargumen bahwa kuliner tradisional bukan sekadar produk ekonomi, melainkan ekspresi budaya yang mengandung nilai sejarah, kearifan lokal, dan identitas kolektif. Keberlangsungan UMKM kuliner lokal karenanya merupakan bagian integral dari upaya pelestarian kebudayaan nasional yang menjadi salah satu dimensi ketahanan nasional.

D. Strategi Menjaga Ketahanan Usaha

Analisis terhadap strategi yang diterapkan UMKM Ayam Geprek Oke Chicken mengungkapkan pendekatan multidimensional yang menggabungkan prinsip-prinsip manajemen bisnis modern dengan nilai-nilai lokal dan nasional yang mengakar. Secara kritis, strategi-

strategi ini tidak bersifat terpisah-pisah, melainkan saling memperkuat dalam suatu sistem ketahanan usaha yang holistik dan terpadu.

Pertama, implementasi nilai-nilai Pancasila dalam operasional usaha menjadi fondasi etis yang membedakan usaha ini dari sekadar entitas profit semata. Nilai Ketuhanan Yang Maha Esa tercermin dalam komitmen menyediakan produk halal dan menjaga integritas dalam setiap transaksi bisnis. Nilai Kemanusiaan yang Adil dan Beradab terwujud dalam perlakuan yang adil dan bermartabat terhadap karyawan, pemasok, dan pelanggan. Nilai Persatuan Indonesia diekspresikan melalui prioritas penggunaan bahan baku lokal dan pemberdayaan tenaga kerja dari komunitas sekitar. Nilai Kerakyatan tercermin dalam penetapan harga yang mempertimbangkan daya beli masyarakat umum, dan Nilai Keadilan Sosial diwujudkan melalui tanggung jawab sosial usaha kepada komunitas lokal (Budiman, 2021). Pancasila dalam konteks ini bukan sekadar simbol ideologis, melainkan panduan operasional bisnis yang konkret dan aplikatif.

Kedua, etika bisnis dan integritas usaha dijaga melalui transparansi dalam komposisi dan proses pembuatan produk, kejujuran dalam informasi harga dan promosi, serta konsistensi dalam mempertahankan standar kualitas yang telah ditetapkan. Wibisono (2020) menegaskan bahwa penerapan etika bisnis bukan sekadar kewajiban moral, tetapi juga merupakan strategi bisnis yang efektif karena membangun kepercayaan jangka panjang dengan seluruh pemangku kepentingan. Dalam jangka panjang, reputasi berbasis integritas terbukti menjadi aset yang sulit ditiru oleh kompetitor dan memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Ketiga, pengelolaan keuangan yang disiplin diterapkan melalui pemisahan keuangan usaha dan pribadi, pencatatan transaksi yang tertib, dan perencanaan anggaran yang mempertimbangkan volatilitas harga bahan baku. Septiani dan Wuryandari (2021) menekankan bahwa manajemen kas yang baik memungkinkan usaha untuk membangun cadangan finansial yang berfungsi sebagai penyangga (buffer) saat menghadapi periode tekanan ekonomi. Disiplin keuangan juga meningkatkan kredibilitas usaha di mata lembaga perbankan, membuka akses terhadap pembiayaan formal yang diperlukan untuk pengembangan usaha.

Keempat, pengendalian kualitas produk dilakukan secara konsisten melalui seleksi ketat bahan baku, standarisasi resep dan proses produksi, serta mekanisme umpan balik pelanggan yang reguler. Rofiq dan Prasetyo (2022) menjelaskan bahwa konsistensi kualitas merupakan keunggulan kompetitif utama yang sulit ditiru oleh kompetitor baru yang mengandalkan harga murah sebagai strategi masuk pasar. Pelanggan yang secara konsisten mendapatkan pengalaman positif akan menjadi promotor organik yang efektif dan biaya rendah bagi usaha.

Kelima, pemanfaatan media sosial dan pemasaran digital dilakukan melalui pengelolaan akun Instagram dan WhatsApp Business yang aktif, pembuatan konten visual yang menarik, dan respons yang cepat terhadap pertanyaan dan ulasan pelanggan di platform digital. Meskipun kapasitas literasi digital masih dalam proses pengembangan, upaya pembelajaran berkelanjutan terus dilakukan untuk mengoptimalkan potensi pemasaran digital (Sari & Nugraha, 2023). Strategi pemasaran digital yang tepat memungkinkan UMKM berskala kecil untuk menjangkau audiens yang jauh lebih luas dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan pemasaran konvensional.

Keenam, inovasi produk dan pelayanan dilakukan secara bertahap dan terukur dengan memperkenalkan variasi menu baru sesuai tren tanpa meninggalkan produk inti yang telah memiliki basis pelanggan setia. Inovasi juga mencakup dimensi pelayanan, seperti penambahan fasilitas tempat duduk yang nyaman, peningkatan kecepatan layanan melalui optimasi alur produksi, dan penyediaan kemasan yang lebih higienis dan estetis. Inovasi inkremental semacam ini terbukti lebih berkelanjutan bagi UMKM berskala mikro dibandingkan inovasi radikal yang memerlukan investasi besar.

Ketujuh, penggunaan bahan baku lokal diprioritaskan tidak hanya karena alasan efisiensi biaya logistik, tetapi juga sebagai wujud komitmen terhadap pemberdayaan petani dan pemasok lokal. Santoso dan Wulandari (2022) menjelaskan bahwa strategi ini menciptakan rantai nilai lokal (local value chain) yang saling menguntungkan dan memperkuat ketahanan pasokan terhadap gangguan rantai pasok global. Pada tataran yang lebih luas, preferensi terhadap bahan baku lokal juga berkontribusi pada penguatan ketahanan pangan dan ketahanan ekonomi daerah.

Kedelapan, kepatuhan hukum dan legalitas usaha dijaga melalui pengurusan izin usaha yang lengkap, pembayaran pajak yang tertib, dan kepatuhan terhadap regulasi keamanan pangan yang berlaku. Hartono dan Kurniawan (2021) menegaskan bahwa legalitas formal memberikan kepastian hukum bagi usaha dan meningkatkan kepercayaan berbagai pemangku kepentingan, termasuk lembaga perbankan dan mitra bisnis potensial. Kepatuhan hukum juga melindungi usaha dari risiko sanksi administratif yang dapat mengganggu operasional.

Kesembilan, tanggung jawab sosial kepada masyarakat diwujudkan melalui partisipasi aktif dalam kegiatan komunitas lokal, pemberian prioritas rekrutmen pada warga sekitar, dan kontribusi pada kegiatan sosial di lingkungan usaha. Prasetyo dan Wahyuni (2022) menemukan bahwa keterlibatan aktif dalam komunitas membangun modal sosial (social capital) yang berharga dan memperkuat loyalitas konsumen berbasis nilai—sebuah bentuk loyalitas yang lebih tahan terhadap tawaran kompetitor dan lebih efisien secara biaya dibandingkan program loyalitas konvensional.

E. Kontribusi UMKM terhadap Ketahanan Nasional

Analisis terhadap kontribusi UMKM Ayam Geprek Oke Chicken terhadap ketahanan nasional mengungkapkan hubungan multi-level yang menghubungkan dimensi mikro (tingkat usaha) dengan dimensi makro (tingkat nasional) melalui berbagai mekanisme transmisi yang saling berkaitan. Keterkaitan ini memperkuat argumen bahwa pemberdayaan UMKM bukan sekadar agenda ekonomi, melainkan agenda strategis ketahanan nasional yang komprehensif.

Pada dimensi ketahanan ekonomi, UMKM ini berkontribusi secara langsung melalui penciptaan lapangan kerja yang mengurangi pengangguran lokal, generasi pendapatan bagi karyawan dan pemasok dalam ekosistem rantai nilainya, serta kontribusi pajak pada pendapatan daerah. Secara tidak langsung, efek pengganda (multiplier effect) dari aktivitas ekonomi UMKM ini menciptakan permintaan tambahan bagi berbagai sektor terkait, mulai dari pertanian, distribusi, hingga jasa (Djanalis, 2020). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM secara eksplisit mengakui peran vital UMKM dalam struktur perekonomian nasional, dan penelitian ini memberikan konfirmasi empiris atas pengakuan tersebut pada tingkat lokal.

Pada dimensi ketahanan pangan, usaha ini berkontribusi pada keterjangkauan dan aksesibilitas pangan bergizi bagi berbagai lapisan masyarakat. Dengan menyajikan menu berbasis protein hewani dengan harga yang terjangkau, UMKM ini berperan dalam mendukung pemenuhan kebutuhan gizi masyarakat sehari-hari. Pemanfaatan ayam lokal dari peternak di sekitar Kabupaten Nganjuk juga mendukung ekosistem produksi pangan lokal yang merupakan komponen penting ketahanan pangan regional (Ardiansyah & Suryana, 2022). Hal ini relevan dengan konsep kedaulatan pangan yang menekankan pentingnya sistem pangan berbasis sumber daya lokal.

Pada dimensi ketahanan sosial-budaya, UMKM ini berkontribusi pada pelestarian kuliner lokal sebagai warisan budaya yang mengandung identitas kolektif masyarakat. Sajian berbasis resep tradisional yang dikombinasikan dengan inovasi kontemporer merepresentasikan strategi

pelestarian budaya kuliner yang adaptif—mempertahankan esensi kultural sambil merespons dinamika selera konsumen modern (Wahyuningsih & Kartono, 2021). Selain itu, usaha ini juga berfungsi sebagai ruang sosial (social space) yang memfasilitasi interaksi informal dan penguatan kohesi sosial di antara berbagai lapisan masyarakat yang menjadi pelanggannya.

Pada dimensi ketahanan informasi, respons UMKM terhadap hoaks dan informasi negatif di media sosial mencerminkan kesadaran akan pentingnya literasi digital dalam menjaga reputasi dan kepercayaan publik. Upaya aktif untuk mengklarifikasi informasi yang tidak akurat, membangun narasi positif tentang standar produksi halal dan higienis, serta mengedukasi konsumen melalui konten media sosial merupakan kontribusi pada ekosistem informasi yang lebih sehat dan bertanggung jawab (Nurhayati & Syarifuddin, 2022).

Dalam kerangka Ekonomi Kerakyatan yang menjadi basis ideologis pembangunan ekonomi Indonesia, UMKM seperti Ayam Geprek Oke Chicken merepresentasikan bentuk nyata dari cita-cita pembangunan yang berpihak pada rakyat. Sulistyo dan Ayuni (2020) menekankan bahwa sistem ekonomi yang berpijak pada semangat kekeluargaan dan gotong royong—sebagaimana diamanatkan oleh pasal 33 UUD 1945—tidak mungkin diwujudkan tanpa kehadiran UMKM yang sehat dan berdaya. Penelitian ini memberikan dukungan empiris bagi argumen tersebut dengan menunjukkan bagaimana satu UMKM kecil di daerah mampu berkontribusi pada berbagai dimensi ketahanan nasional secara simultan.

Secara lebih spesifik, keterkaitan antara UMKM ini dengan konsep Bela Negara dalam dimensi ekonomi layak diperhatikan. Ketika pelaku UMKM memilih menggunakan bahan baku lokal, mempekerjakan tenaga kerja lokal, membayar pajak dengan tertib, menjaga etika bisnis sesuai nilai Pancasila, dan aktif berkontribusi pada komunitas sekitarnya, mereka sesungguhnya sedang melaksanakan bela negara dalam konteks ekonomi yang konkret dan nyata (Soekamto, 2021). Perspektif ini memperluas pemahaman tentang bela negara melampaui dimensi pertahanan-keamanan semata, ke dalam ranah ekonomi dan sosial yang jauh lebih inklusif dan partisipatif.

Analisis kritis terhadap keseluruhan temuan penelitian menunjukkan bahwa ketahanan UMKM merupakan fenomena yang tidak dapat direduksi pada satu faktor tunggal, melainkan merupakan hasil dari interaksi kompleks antara kapasitas internal usaha dan dinamika lingkungan eksternal. Kemampuan pelaku UMKM untuk secara kreatif menggabungkan nilai-nilai lokal (Pancasila, kearifan lokal, semangat gotong royong) dengan instrumen bisnis modern (pemasaran digital, manajemen kualitas, inovasi produk) tampaknya menjadi kunci diferensiasi yang menentukan ketahanan dan keberlanjutan jangka panjang. Temuan ini memiliki implikasi penting bagi desain program pemberdayaan UMKM yang perlu mengintegrasikan dimensi nilai-budaya, bukan hanya dimensi teknis-manajerial.

IV. KESIMPULAN

Penelitian ini menghasilkan beberapa temuan utama yang memberikan gambaran komprehensif tentang strategi ketahanan UMKM dalam konteks ketahanan nasional. Pertama, UMKM Ayam Geprek Oke Chicken di Kabupaten Nganjuk menghadapi ancaman multidimensional yang mencakup dimensi ekonomi (fluktuasi harga, persaingan, penurunan daya beli), dimensi digital (hoaks, keterbatasan literasi digital), dimensi kultural (perubahan selera, pengaruh budaya global), dan dimensi keamanan (risiko pangan). Kompleksitas ancaman ini mengonfirmasi bahwa tantangan yang dihadapi UMKM di era ketidakpastian bersifat multivariat dan tidak dapat diselesaikan dengan solusi tunggal atau parsial.

Kedua, strategi ketahanan yang diterapkan UMKM ini menunjukkan penggabungan yang harmonis antara prinsip-prinsip bisnis modern dan nilai-nilai lokal-nasional berbasis Pancasila.

Implementasi nilai Pancasila, etika bisnis yang konsisten, pengelolaan keuangan yang disiplin, inovasi produk dan pelayanan, pemanfaatan media sosial, penggunaan bahan baku lokal, dan tanggung jawab sosial terbukti menjadi faktor-faktor kritis yang secara sinergis menentukan ketahanan usaha. Temuan ini mengimplikasikan bahwa model ketahanan UMKM yang ideal tidak memisahkan orientasi nilai dengan orientasi bisnis, melainkan memandang keduanya sebagai satu kesatuan yang saling memperkuat.

Ketiga, kontribusi UMKM ini terhadap ketahanan nasional bersifat multidimensional dan simultan, mencakup ketahanan ekonomi melalui penciptaan lapangan kerja dan efek pengganda, ketahanan pangan melalui penyediaan pangan terjangkau dan penguatan sistem pangan lokal, ketahanan sosial-budaya melalui pelestarian kuliner dan penguatan kohesi komunitas, serta ketahanan informasi melalui upaya pengelolaan reputasi digital yang proaktif. Temuan ini mengonfirmasi relevansi pendekatan komprehensif dalam memahami peran UMKM sebagai pilar ketahanan nasional yang tidak dapat direduksi pada dimensi ekonomi semata.

Faktor pendukung ketahanan usaha yang teridentifikasi meliputi: komitmen pada nilai-nilai Pancasila, loyalitas pelanggan berbasis kepercayaan jangka panjang, dukungan komunitas lokal yang terbangun melalui tanggung jawab sosial, dan fleksibilitas operasional yang memungkinkan adaptasi cepat. Sementara faktor penghambat utama adalah keterbatasan kapasitas literasi digital, ketergantungan pada bahan baku yang rentan terhadap fluktuasi harga, dan keterbatasan akses pembiayaan formal. Implikasi penelitian ini menunjukkan perlunya kebijakan yang lebih terintegrasi dalam pemberdayaan UMKM sebagai pilar ketahanan nasional, serta pentingnya memahami UMKM tidak hanya dalam konteks ekonomi, tetapi juga dalam konteks sosial-budaya dan pertahanan yang lebih luas.

V. SARAN

Bagi pelaku UMKM, penelitian ini merekomendasikan: (1) peningkatan kapasitas literasi digital secara aktif melalui pelatihan mandiri, komunitas belajar, maupun program pemerintah; (2) penguatan jaringan kolaborasi antar-UMKM untuk berbagi risiko, sumber daya, dan pengetahuan; (3) pendokumentasian dan sertifikasi standar produksi (PIRT, halal) untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan aksesibilitas pasar; dan (4) pengembangan sistem manajemen risiko sederhana yang mempertimbangkan berbagai skenario ancaman, termasuk rencana kontigensi untuk menghadapi kenaikan harga bahan baku secara tiba-tiba.

Bagi pemerintah daerah Kabupaten Nganjuk, disarankan untuk: (1) menyederhanakan prosedur perizinan usaha bagi UMKM dan mengurangi beban administrasi yang tidak proporsional; (2) menyediakan program pelatihan literasi digital yang terjangkau, kontekstual, dan berkelanjutan; (3) menciptakan ekosistem pendanaan yang lebih aksesibel melalui penguatan koperasi simpan pinjam dan lembaga keuangan mikro; (4) membangun platform digital bersama untuk pemasaran produk UMKM lokal sebagai alternatif terhadap dominasi platform e-commerce berskala nasional; dan (5) mengintegrasikan pemberdayaan UMKM secara eksplisit dalam dokumen strategi ketahanan daerah dan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD).

Bagi masyarakat luas, disarankan untuk: (1) memprioritaskan konsumsi produk UMKM lokal sebagai wujud nyata bela negara dalam dimensi ekonomi; (2) melakukan verifikasi informasi sebelum menyebarkan konten yang berpotensi merugikan UMKM lokal di media sosial; dan (3) berpartisipasi aktif dalam ekosistem UMKM lokal tidak hanya sebagai konsumen pasif, tetapi juga sebagai mitra yang mendukung keberlanjutan dan pengembangan UMKM melalui ulasan positif, rekomendasi, dan umpan balik konstruktif.

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk: (1) melakukan penelitian komparatif yang melibatkan lebih banyak UMKM dari berbagai sektor dan daerah untuk mendapatkan temuan yang lebih representatif dan dapat digeneralisasikan; (2) mengembangkan instrumen pengukuran kontribusi UMKM terhadap ketahanan nasional yang lebih terukur dan terstandarisasi, mengintegrasikan variabel ekonomi, sosial, dan budaya; (3) mengkaji secara lebih mendalam dimensi literasi digital UMKM dalam konteks ketahanan informasi nasional; dan (4) mengeksplorasi model kolaborasi antar-UMKM yang efektif dalam membangun ketahanan kolektif terhadap guncangan ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

Ardiansyah, M., & Suryana, R. (2022). Peran UMKM dalam mendukung ketahanan pangan regional: Studi kasus di Jawa Timur. Jurnal Ketahanan Pangan Nasional, 8(2), 45–58.

Badan Ketahanan Pangan. (2022). Laporan ketahanan pangan nasional 2022. Kementerian Pertanian RI.

Budiman, A. (2021). Implementasi nilai-nilai Pancasila dalam pengelolaan usaha mikro dan kecil di era globalisasi. Jurnal Kewarganegaraan dan Ekonomi Kerakyatan, 5(1), 12–25.

Cahyono, H., & Wahyuni, S. (2022). Analisis tekanan ganda terhadap ketahanan finansial UMKM pasca-pandemi di Indonesia. Jurnal Manajemen UMKM Indonesia, 7(1), 33–48.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches (4th ed.). SAGE Publications.

Dewi, R. P., & Santoso, B. (2023). Pengaruh media sosial terhadap perubahan selera konsumen kuliner di kalangan generasi Z. Jurnal Pemasaran Digital Indonesia, 4(2), 78–92.

Djanalis, J. (2020). Efek pengganda UMKM terhadap perekonomian lokal: Analisis ekonometrika di Jawa. Jurnal Ekonomi Kerakyatan, 3(1), 67–82.

Firmansyah, A. (2022). Tantangan kuliner lokal menghadapi dominasi merek global dan nasional. Jurnal Pariwisata dan Kuliner Indonesia, 6(1), 23–37.

Hadiwijaya, R. (2021). Konsep ketahanan nasional dalam perspektif dinamis: Kajian teoritis dan implementasi. Jurnal Kajian Lemhannas RI, 9(2), 1–18.

Hartono, A., & Kurniawan, D. (2021). Kepatuhan hukum dan legalitas sebagai faktor ketahanan usaha UMKM. Jurnal Hukum dan Bisnis Indonesia, 12(3), 45–59.

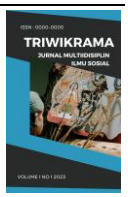
Haryanto, T. (2020). Dampak fluktuasi harga bahan baku terhadap profitabilitas UMKM kuliner. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 15(2), 89–104.

Kementerian Kesehatan RI. (2021). Pedoman keamanan pangan untuk usaha kecil dan menengah. Kemenkes RI.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.). SAGE Publications.

Mulyadi, R., & Setiawan, E. (2021). Kesejahteraan karyawan UMKM di tengah ketidakpastian ekonomi: Perspektif psikologi industri. Jurnal Psikologi dan Manajemen SDM, 8(1), 23–36.

Nugroho, A. P., & Pramudita, K. (2022). Manajemen reputasi digital UMKM: Tantangan dan strategi di era media sosial. Jurnal Komunikasi Digital, 3(1), 12–28.



Nurhayati, I., & Syarifuddin, A. (2022). Literasi digital dan ketahanan informasi UMKM dalam menghadapi hoaks di media sosial. Jurnal Literasi Digital Indonesia, 4(1), 34–48.

Pradana, M., & Rizal, M. (2021). Pengelolaan reputasi online sebagai strategi ketahanan UMKM di era digital. Jurnal Manajemen Pemasaran, 9(2), 67–80.

Prasetyo, D., & Wahyuni, E. (2022). Modal sosial dan loyalitas pelanggan berbasis nilai pada UMKM kuliner. Jurnal Sosiologi Ekonomi, 5(2), 44–58.

Ramli, A., & Lubis, P. (2021). Hambatan literasi digital UMKM di daerah: Identifikasi dan solusi. Jurnal Pengembangan UMKM, 4(1), 15–29.

Rofiq, A., & Prasetyo, B. (2022). Standarisasi dan pengendalian kualitas produk sebagai keunggulan kompetitif UMKM kuliner. Jurnal Manajemen Produksi, 7(2), 56–70.

Rosita, R. (2020). Pengaruh pandemi COVID-19 terhadap UMKM di Indonesia. Jurnal Lentera Bisnis, 9(2), 109–120.

Santoso, H., & Wulandari, D. (2022). Rantai nilai lokal dan ketahanan pasokan UMKM berbasis bahan baku lokal. Jurnal Agribisnis Indonesia, 10(1), 23–37.

Sari, D. K., & Hartanto, B. (2022). Perubahan perilaku konsumsi masyarakat pasca-pandemi dan implikasinya terhadap UMKM. Jurnal Ekonomi dan Pembangunan, 13(1), 78–92.

Sari, F., & Nugraha, A. (2023). Optimalisasi pemasaran digital UMKM kuliner melalui media sosial: Hambatan dan peluang. Jurnal Digital Bisnis, 2(1), 45–59.

Septiani, R., & Wuryandari, T. (2021). Manajemen keuangan berbasis disiplin sebagai pondasi ketahanan UMKM. Jurnal Akuntansi UMKM, 3(2), 12–26.

Soekamto, B. (2021). Bela negara di bidang ekonomi: Peran UMKM dalam konteks ketahanan nasional. Jurnal Pertahanan dan Bela Negara, 11(1), 23–38.

Sugiyono. (2020). Metode penelitian kualitatif (3rd ed.). Alfabeta.

Sulistyo, H., & Ayuni, D. (2020). Peran strategis UMKM dalam perekonomian nasional dan ketahanan nasional Indonesia. Jurnal Ekonomi Pembangunan, 12(1), 45–60.

Utami, H., & Mulyani, S. (2021). Densitas kompetitor dan ketahanan UMKM kuliner: Studi empiris di Jawa Timur. Jurnal Kewirausahaan Indonesia, 6(2), 55–70.

Wahyuningsih, E., & Kartono, H. (2021). Pelestarian kuliner tradisional sebagai komponen ketahanan budaya bangsa. Jurnal Kebudayaan Indonesia, 8(2), 56–70.

Wibisono, Y. (2020). Etika bisnis dalam perspektif manajemen modern. Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan, 7(3), 34–48.

Wibowo, S., & Susilowati, M. (2022). Warisan kuliner sebagai identitas budaya lokal: Studi pada daerah-daerah di Jawa Timur. Jurnal Antropologi Budaya, 6(1), 23–37.