

Pemberdayaan UMKM Lokal Melalui Manajemen Kewirausahaan Berbasis Nilai-Nilai Pancasila: Studi Kasus Cafe Tongkrongan di Serang, Banten

Empowering Local Smes Through Entrepreneurship Management Based On Pancasila Values: A Case Study of Cafe Tongkrongan in Serang, Banten

Muhammad Adhitya Adzakwan¹, Muhammad Agam Dwi Ananda², Faris Barianto³,
Nuhayah⁴

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Kota Serang, Provinsi Banten, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received September 20, 2025

Revised 25 September 2025

Accepted 25 September 2025

Available online 12 Oktober. 2025

Kata Kunci:

Pemberdayaan UMKM, Manajemen Kewirausahaan, Nilai-nilai Pancasila, Ekonomi Lokal, Cafe Tongkrongan.

Keywords:

SME Empowerment, Entrepreneurial Management, Pancasila Values, Local Economy, Cafe Tongkrongan.



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis implementasi nilai-nilai Pancasila dalam manajemen kewirausahaan UMKM dengan studi kasus pada Cafe Tongkrongan di Serang, Banten. Sektor UMKM kuliner memiliki peran strategis dalam ekonomi Indonesia dengan kontribusi 61,07% terhadap PDB dan penyerapan 97% tenaga kerja nasional. Namun, masih terbatas penelitian empiris tentang implementasi konkret nilai-nilai Pancasila dalam praktik manajemen UMKM. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan wawancara terstruktur pada pemilik Cafe Tongkrongan yang telah beroperasi 8 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi kelima sila Pancasila dapat diwujudkan secara konkret dalam praktik bisnis UMKM, meliputi: kejujuran dalam penetapan harga (Sila 1), perlakuan manusiawi terhadap karyawan (Sila 2), prioritas supplier lokal (Sila 3), pengambilan keputusan demokratis (Sila 4), dan kontribusi sosial kepada masyarakat (Sila 5). Cafe Tongkrongan berhasil mencapai omzet Rp6-7 juta/hari dengan 8 karyawan lokal dan 130-140 menu. UMKM ini bahkan menjadi mentor bagi UMKM lainnya tanpa mengandalkan bantuan modal pemerintah. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan framework pemberdayaan UMKM berbasis nilai-nilai Pancasila yang sustainable dan memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal.

ABSTRACT

This study analyzes the implementation of Pancasila values in entrepreneurial management of SMEs through a case study at Cafe Tongkrongan in Serang, Banten. The culinary SME sector has a strategic role in the Indonesian economy, contributing 61.07% to GDP and absorbing 97% of the national workforce. However, empirical research on the concrete implementation of Pancasila values in SME management practices remains limited. The research method employs a descriptive qualitative approach with structured interviews with the owner of Cafe Tongkrongan, which has been operating for 8 years. The results show that the implementation of the five principles of Pancasila can be concretely realized in SME business practices, including: honesty in pricing (1st Principle), humane treatment of employees (2nd Principle), priority for local suppliers (3rd Principle), democratic decision-making (4th Principle), and social contribution to society (5th Principle). Cafe Tongkrongan successfully achieves a turnover of IDR 6-7 million/day with 8 local employees and 130-140 menu items. This SME has even become a mentor for other SMEs without relying on government capital assistance. This research contributes to developing a framework for SME empowerment based on Pancasila values that is sustainable and provides positive impacts on the local economy.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia dengan kontribusi sebesar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap sekitar 97% tenaga kerja nasional atau setara dengan 117 juta pekerja pada tahun 2024 (Kadin Indonesia, 2025). Peran tersebut menunjukkan bahwa UMKM merupakan pilar utama yang menjaga stabilitas dan pertumbuhan ekonomi nasional. Keberadaannya tidak hanya mendorong produktivitas, tetapi juga menciptakan pemerataan kesejahteraan di berbagai lapisan masyarakat.

Salah satu sektor UMKM yang memiliki peran strategis adalah sektor kuliner, khususnya warung makan dan kafe yang tumbuh pesat di berbagai daerah. Sektor ini menunjukkan kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perubahan perilaku konsumen dan kondisi ekonomi, sehingga mampu bertahan di tengah

*Corresponding author

Email: 5551230044@untirta.ac.id, 5551230071@untirta.ac.id, 5551240214@untirta.ac.id, nuhiyah@untirta.ac.id

persaingan pasar. Selain berkontribusi secara ekonomi, UMKM kuliner juga memperkuat identitas sosial dan kebudayaan lokal melalui produk serta interaksi yang mencerminkan karakter masyarakat setempat.

Penerapan nilai-nilai Pancasila dalam praktik bisnis UMKM menjadi aspek penting untuk mewujudkan kegiatan usaha yang berlandaskan moral dan kebangsaan. Nilai-nilai seperti gotong royong, keadilan sosial, dan kemanusiaan memberikan arah etis bagi pelaku usaha dalam membangun ekonomi yang berorientasi pada kesejahteraan bersama. Integrasi nilai-nilai tersebut diharapkan dapat membentuk karakter kewirausahaan yang berkelanjutan serta memperkuat daya saing nasional.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa UMKM yang menginternalisasi prinsip-prinsip Pancasila memiliki tingkat ketahanan yang lebih tinggi dan memberikan dampak sosial positif bagi lingkungan sekitar (Prasetyo & Sari, 2023). Namun, sebagian besar penelitian masih bersifat konseptual dan belum banyak yang mengkaji penerapan nilai-nilai Pancasila secara empiris dalam manajemen kewirausahaan, khususnya pada sektor kuliner. Kesenjangan penelitian ini menegaskan perlunya kajian mendalam untuk memahami bagaimana nilai-nilai Pancasila diterapkan secara nyata dalam kegiatan usaha.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan nilai-nilai Pancasila dalam praktik manajemen kewirausahaan pada Cafe Tongkrongan serta mengidentifikasi kontribusinya terhadap pemberdayaan ekonomi lokal. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kerangka empiris bagi pengembangan kewirausahaan berbasis nilai kebangsaan yang dapat diterapkan pada berbagai UMKM lainnya. Temuan ini juga diharapkan menjadi masukan bagi pemangku kepentingan dalam merancang program pemberdayaan yang relevan dan berkelanjutan.

KAJIAN TEORITIS

1. Konsep Pemberdayaan UMKM

Pemberdayaan UMKM didefinisikan sebagai proses memberikan atau mengalihkan kekuatan, kekuasaan, dan kemampuan kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah agar dapat mandiri dalam mengembangkan usahanya (Santoso, 2025). Konsep pemberdayaan mencakup tiga dimensi utama, yaitu enabling yang berarti menciptakan suasana yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang, empowering yang berarti memperkuat potensi yang dimiliki masyarakat, dan protecting yang berarti melindungi masyarakat dari persaingan yang tidak seimbang. Ketiga dimensi tersebut saling melengkapi dalam upaya membangun kemandirian ekonomi lokal serta memperkuat daya tahan ekonomi masyarakat.

Program pemberdayaan UMKM yang dijalankan pemerintah Indonesia pada periode 2024 hingga 2025 meliputi penyaluran Kredit Usaha Rakyat sebesar Rp300 triliun dengan subsidi bunga Rp48 triliun, serta program digitalisasi yang menargetkan 70 persen UMKM terhubung dengan platform digital (Kemenko Perekonomian, 2025). Selain dukungan finansial, pemerintah juga memprioritaskan pelatihan manajemen dan perluasan akses pasar untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha. Kebijakan ini diharapkan mampu memperkuat daya saing UMKM di era ekonomi digital dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dari tingkat lokal.

2. Manajemen Kewirausahaan

Manajemen kewirausahaan merupakan penerapan prinsip-prinsip manajemen dalam kegiatan kewirausahaan yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya untuk mencapai tujuan usaha. Pada sektor UMKM, manajemen kewirausahaan meliputi pengelolaan operasional, keuangan, pemasaran, dan sumber daya manusia yang disesuaikan dengan skala usaha. Penyesuaian ini penting agar praktik manajemen tetap efisien tanpa membebani pelaku usaha dengan struktur organisasi yang kompleks dan berbiaya tinggi.

Strategi manajemen kewirausahaan yang efektif bagi UMKM antara lain fokus pada pasar lokal dan segmen tertentu, optimalisasi sumber daya yang terbatas, inovasi produk secara berkelanjutan, pembangunan hubungan yang kuat dengan pelanggan, serta kemampuan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Kelima strategi tersebut saling berkaitan dan membentuk sistem pengelolaan usaha yang tangguh. Dalam praktiknya, pelaku UMKM sering memanfaatkan kreativitas, jejaring sosial, dan kolaborasi komunitas untuk memperkuat posisi mereka di pasar dan menghadapi tantangan persaingan.

3. Ekonomi Pancasila dan Implementasinya pada UMKM

Ekonomi Pancasila merupakan sistem ekonomi yang berlandaskan pada nilai-nilai Pancasila sebagai dasar filosofis dan etika dalam kegiatan ekonomi bangsa Indonesia. Penerapan nilai-nilai Pancasila pada UMKM dapat diwujudkan melalui pengamalan setiap sila, yaitu Sila Pertama dengan menjunjung tinggi integritas dan kejujuran dalam berbisnis, Sila Kedua dengan memperlakukan karyawan dan pelanggan secara adil serta manusiawi, Sila Ketiga dengan mengutamakan penggunaan produk dan pemasok lokal untuk memperkuat persatuan ekonomi, Sila Keempat dengan melibatkan partisipasi semua pihak dalam pengambilan keputusan usaha, dan Sila Kelima dengan memastikan keadilan dalam pembagian keuntungan serta kontribusi terhadap kesejahteraan sosial. Nilai-nilai tersebut membentuk kerangka moral yang menuntun pelaku UMKM dalam mencapai keberlanjutan usaha.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa UMKM yang menerapkan etika bisnis berdasarkan nilai-nilai Pancasila memiliki kinerja yang lebih berkelanjutan dan ketahanan yang lebih baik terhadap krisis ekonomi (Prasetyo dan Sari, 2023). Nilai-nilai tersebut juga terbukti meningkatkan kepercayaan pelanggan dan loyalitas karyawan dalam jangka panjang. Temuan tersebut menegaskan bahwa penerapan nilai kebangsaan menjadi faktor penting bagi penguatan karakter kewirausahaan di era modern.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus pada Cafe Tongkrongan di Kota Serang, Provinsi Banten. Pemilihan objek penelitian dilakukan secara purposive berdasarkan kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah yang telah beroperasi minimal lima tahun serta memiliki jumlah karyawan lebih dari lima orang. Kriteria tersebut ditetapkan untuk memastikan bahwa objek penelitian memiliki tingkat kompleksitas manajemen yang memadai sehingga dapat memberikan data yang mendalam dan relevan bagi analisis penelitian.

Cafe Tongkrongan dipilih sebagai objek penelitian karena dianggap mampu merepresentasikan UMKM kuliner yang berhasil bertahan dan berkembang secara konsisten. Usaha ini tidak hanya menunjukkan keberhasilan dari sisi ekonomi, tetapi juga berperan sebagai mentor bagi pelaku UMKM lain di wilayah sekitarnya. Lokasinya di Kota Serang memberikan gambaran mengenai dinamika UMKM di luar Jakarta, dengan karakteristik pasar yang unik dan potensi ekonomi lokal yang khas.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terstruktur dengan pemilik Cafe Tongkrongan menggunakan daftar pertanyaan yang terdiri atas dua puluh lima butir. Pertanyaan tersebut mencakup lima tema utama, yaitu profil usaha dan latar belakang, implementasi nilai-nilai Pancasila, praktik manajemen kewirausahaan, pengalaman mengikuti program pemberdayaan pemerintah, serta tantangan dan kontribusi terhadap ekonomi lokal. Data lapangan juga dilengkapi dengan hasil observasi langsung dan dokumentasi yang relevan untuk memperkaya informasi penelitian.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik analisis tematik yang berfokus pada proses pengelompokan temuan berdasarkan kerangka teoretis yang telah ditentukan sebelumnya. Setiap data yang diperoleh dibandingkan dan diverifikasi melalui triangulasi sumber, yaitu membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan data sekunder seperti statistik UMKM nasional dan kebijakan pemerintah yang berlaku. Langkah ini dilakukan untuk memastikan keabsahan, konsistensi, serta reliabilitas hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil dan Karakteristik Cafe Tongkrongan

Cafe Tongkrongan telah beroperasi sejak tahun 2017 dan hingga kini telah berjalan selama delapan tahun. Usaha ini memiliki karakteristik unik sebagai UMKM yang menargetkan mahasiswa sebagai segmen pasar utama. Nama "Tongkrongan" dipilih untuk mencerminkan posisinya sebagai tempat berkumpul dan bersosialisasi yang dekat dengan budaya mahasiswa Indonesia. Dengan delapan karyawan yang bekerja secara bergiliran dari pukul 07.00 hingga 22.00, Cafe Tongkrongan mampu mencapai omzet rata-rata enam hingga tujuh juta rupiah per hari pada masa aktif perkuliahan.

Diversifikasi produk yang mencapai sekitar 130 hingga 140 jenis menu menunjukkan adanya strategi diferensiasi yang kuat di tengah persaingan pasar kuliner. Menu unggulan seperti ayam mentega, ayam rica, mie goreng, dan soto ayam menggambarkan kemampuan adaptasi terhadap selera lokal dengan tetap menjaga harga yang terjangkau bagi kalangan mahasiswa. Strategi inovasi produk ini memperkuat loyalitas pelanggan dan menjadi keunggulan kompetitif utama.

Daya tahan bisnis Cafe Tongkrongan juga terlihat dari kemampuannya untuk bertahan dan bangkit kembali setelah sempat tutup selama dua tahun akibat pandemi Covid-19. Ketahanan tersebut menunjukkan fondasi bisnis yang solid dan kemampuan adaptasi yang tinggi. Kondisi ini selaras dengan karakteristik UMKM Indonesia yang dikenal tangguh dalam menghadapi tekanan ekonomi, sekaligus menjadi pelajaran penting bagi pengembangan strategi manajemen krisis di masa depan.

Implementasi Nilai-Nilai Pancasila dalam Praktik Bisnis

a. Sila Pertama (Ketuhanan yang Maha Esa)

Komitmen terhadap nilai kejujuran terlihat dalam kebijakan menjaga harga dan porsi meskipun harga bahan baku meningkat hingga lima puluh ribu rupiah per kilogram. Harga jual tetap dipertahankan sebesar sebelas ribu rupiah per porsi agar tetap terjangkau bagi mahasiswa. Pemilik juga mengekspresikan rasa syukur dengan menyatakan bahwa usaha ini menjadi sumber rezeki yang memungkinkan keluarga untuk berlibur dan menikmati waktu bersama.

b. Sila Kedua (Kemanusiaan yang Adil dan Beradab).

Perlakuan manusiawi terhadap karyawan tercermin dari pemberian upah seratus ribu rupiah per hari disertai fasilitas makan dan minum gratis. Pemilik juga menjaga martabat karyawan dengan tidak menegur mereka di depan pelanggan. Perlakuan yang sama terhadap seluruh pelanggan tanpa membedakan status sosial memperlihatkan penghormatan terhadap nilai kemanusiaan dan memperkuat hubungan emosional antar anggota tim.

c. Sila Ketiga (Persatuan Indonesia).

Pemilik Cafe Tongkrongan memprioritaskan penggunaan bahan dari pemasok lokal dengan berbelanja di Pasar Rau Serang dan pasar tradisional sekitar. Kebijakan ini memperkuat ekonomi lokal dan mempererat hubungan dengan komunitas setempat. Hubungan harmonis dengan kompetitor didasari keyakinan bahwa rezeki sudah diatur oleh Tuhan, yang mencerminkan semangat persatuan dalam kompetisi yang sehat.

d. Sila Keempat (Kerakyatan yang Dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan).

Pengambilan keputusan di Cafe Tongkrongan dilakukan secara musyawarah dalam lingkup keluarga antara pemilik, istri, dan anak. Keputusan strategis, termasuk penetapan harga, mempertimbangkan daya beli mahasiswa agar usaha tetap inklusif dan berorientasi pada kepentingan bersama. Proses ini menunjukkan adanya kepemimpinan partisipatif yang memperkuat keterlibatan anggota keluarga dalam manajemen usaha.

e. Sila Kelima (Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia).

Penerapan nilai keadilan sosial diwujudkan melalui pemberian makanan gratis kepada pemulung, pengemis, dan badut jalanan di sekitar lokasi usaha. Selain itu, strategi penetapan paket hemat juga diterapkan untuk menjaga keterjangkauan harga meskipun biaya bahan baku meningkat. Upaya ini menunjukkan bahwa usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga pada pemerataan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar.

Strategi Manajemen Kewirausahaan Berbasis Nilai Lokal

a. Manajemen Operasional.

Sistem kerja di Cafe Tongkrongan diatur secara efisien. Karyawan mulai bekerja pukul enam pagi untuk menyiapkan bahan dan menggoreng ayam serta bumbu yang dapat digunakan selama tiga hingga empat hari. Penerapan konsep fresh cooking untuk beberapa menu memastikan kualitas rasa dan kesegaran produk tetap terjaga. Strategi ini menunjukkan keseimbangan antara efisiensi biaya dan kepuasan pelanggan.

b. Manajemen Keuangan.

Seluruh transaksi keuangan dicatat secara manual oleh istri pemilik, mencakup transaksi tunai maupun transfer melalui rekening bank. Pencatatan dilakukan setiap hari dan dilaporkan secara rutin. Keputusan untuk tidak mengambil pinjaman melalui program Kredit Usaha Rakyat meskipun mendapat tawaran menunjukkan kehati-hatian finansial dan komitmen untuk menghindari risiko utang. Pendekatan ini menjaga likuiditas dan kestabilan keuangan usaha.

c. Manajemen Pemasaran.

Strategi pemasaran berfokus pada penetapan harga terjangkau, cita rasa yang konsisten, lokasi yang strategis, serta promosi dari mulut ke mulut. Pendekatan ini menyesuaikan dengan karakteristik target pasar mahasiswa yang sensitif terhadap harga. Keberhasilan mempertahankan harga paket sebelas ribu rupiah meskipun margin keuntungan menurun memperlihatkan orientasi jangka panjang terhadap loyalitas pelanggan.

Dampak Program Pemberdayaan dan Kontribusi Ekonomi Lokal

Cafe Tongkrongan tidak hanya menjadi penerima manfaat program pemberdayaan, tetapi juga berperan sebagai mentor bagi UMKM lain. Pemilik usaha pernah diminta oleh pihak Bank Rakyat Indonesia untuk berbagi pengalaman dan strategi usaha dalam kegiatan pelatihan. Peran ganda ini menunjukkan keberhasilan konsep pemberdayaan berkelanjutan, di mana UMKM yang maju dapat membantu sesama pelaku usaha agar turut berkembang.

Kontribusi terhadap ekonomi lokal terlihat dari penyerapan tenaga kerja sebanyak delapan orang yang seluruhnya berasal dari lingkungan sekitar. Selain itu, kebijakan membeli bahan baku dari pasar tradisional lokal memberikan dampak positif terhadap pedagang dan petani setempat. Keterkaitan antara produksi, tenaga kerja, dan pemasok ini membentuk jaringan ekonomi yang inklusif dan saling menguatkan di tingkat lokal.

SIMPULAN

Penelitian terhadap Cafe Tongkrongan menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai Pancasila dalam manajemen kewirausahaan UMKM dapat dilakukan secara nyata tanpa mengurangi profitabilitas maupun

keberlanjutan usaha. Cafe Tongkrongan berhasil mengintegrasikan kelima sila Pancasila ke dalam strategi operasional dan pengambilan keputusan bisnis dengan tetap mempertahankan kinerja keuangan yang stabil. Hasil ini membuktikan bahwa keberhasilan pemberdayaan UMKM tidak selalu bergantung pada dukungan modal eksternal, melainkan pada penguatan kapasitas manajemen, pemahaman terhadap kebutuhan pasar, serta komitmen terhadap nilai-nilai etika dan kemanusiaan. Model pengelolaan seperti yang diterapkan Cafe Tongkrongan dapat dijadikan contoh replikasi bagi UMKM lain, sehingga menciptakan efek pemberdayaan berkelanjutan dan memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi lokal.

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2025). Statistik Indonesia 2025. Jakarta: BPS.
- Kadin Indonesia. (2025, September 7). UMKM Indonesia. Retrieved from <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2025). Kebijakan Pemerintah Terbaru untuk UMKM 2025: Peluang dan Tantangan Baru. Jakarta: Kemenko Perekonomian.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2025). APBN - Pengembangan UMKM NKRI. Jakarta: KSAP.
- Prasetyo, A., & Sari, D. (2023). Implementasi Etika Bisnis Berkarakteristik Pancasila pada UMKM Produksi Kerupuk. *Jurnal Trilogi*, 4(2), 45-62.
- Santoso, B. (2025). Strategi Penerapan Ekonomi Pancasila dalam Pemberdayaan UMKM. *Jurnal Emas*, 6(1), 23-40.
- Widayanti, S. (2024). Peran Strategis UMKM dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 8(3), 112-128.