

Peran Kepemimpinan Pelaku Usaha dalam Mendorong Internasionalisasi UMKM Kain Cual Ishadi di Bangka Belitung

Meisye Dhea Adhita¹, Mustika², Nezha Salwa³, Robert Tua Barasa⁴

^{1,2,3,4} Universitas Bangka Belitung, Indonesia

E-mail: meisyedhea89@gmail.com¹, m6048806@gmail.com², nezhasalwa45678@gmail.com³, robert-tuabarasa@ubb.ac.id⁴

Article History:

Received: 14 Maret 2026

Revised: 31 Maret 2026

Accepted: 18 April 2026

Keywords: Kepemimpinan pelaku usaha, Internasionalisasi UMKM, Kepemimpinan global, UMKM berbasis budaya lokal, Kinerja usaha

Abstract: Perkembangan globalisasi membuka peluang bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperluas pasar hingga ke tingkat internasional. Namun demikian, banyak UMKM masih menghadapi berbagai keterbatasan dalam mengakses pasar global, sehingga peran kepemimpinan pelaku usaha menjadi faktor penting dalam mendorong proses internasionalisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kepemimpinan pelaku usaha dalam mendorong internasionalisasi UMKM berbasis budaya lokal, khususnya pada usaha kain cual di Bangka Belitung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha Ishadi Kain Cual serta didukung oleh data sekunder dari literatur ilmiah dan dokumen terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan pelaku usaha berperan penting dalam menentukan strategi pengembangan usaha melalui inovasi produk, pembangunan jejaring kerja sama, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran. Selain itu, dukungan institusional serta partisipasi dalam berbagai pameran turut berkontribusi dalam memperluas jangkauan pasar hingga tingkat internasional.. Meskipun demikian, pelaku usaha masih menghadapi beberapa tantangan seperti tingginya biaya promosi dan keterbatasan kapasitas produksi. Oleh karena itu, penguatan kapasitas kepemimpinan serta dukungan dari berbagai pihak sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing UMKM berbasis budaya lokal di pasar global.

PENDAHULUAN

Perkembangan globalisasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai sektor ekonomi, termasuk dalam cara organisasi dan pelaku usaha menjalankan aktivitas bisnisnya. Persaingan yang semakin terbuka membuat pelaku usaha tidak lagi hanya berorientasi pada pasar lokal, tetapi juga mulai mempertimbangkan peluang di pasar internasional. Keikutsertaan Usaha

Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam pasar internasional saat ini dinilai mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional, terutama melalui peningkatan devisa dan penciptaan lapangan kerja (Susilowati et al., 2025). Dalam konteks ini, kepemimpinan menjadi salah satu faktor penting yang menentukan kemampuan suatu organisasi atau usaha dalam beradaptasi dengan dinamika lingkungan global yang semakin kompleks.

Peran UMKM sebagai tulang punggung perekonomian Indonesia tercermin dari kontribusinya yang mencapai lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta kemampuannya menyerap hampir 97% tenaga kerja. Hingga saat ini jumlah UMKM di Indonesia tercatat lebih dari 64 juta unit usaha. Meskipun demikian, kontribusi UMKM terhadap ekspor nasional masih relatif rendah, yaitu sekitar 15,7% dari total ekspor Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat peluang yang besar bagi UMKM untuk meningkatkan partisipasinya dalam perdagangan internasional melalui berbagai strategi pengembangan usaha yang tepat (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2025). Rendahnya angka ekspor tersebut mengindikasikan bahwa UMKM masih menghadapi kendala internal dalam menembus pasar global, di mana faktor kepemimpinan menjadi aspek krusial yang menentukan visi dan kesiapan organisasi dalam berekspansi.

Dalam kaitan ini, kepemimpinan global merujuk pada kemampuan seorang pemimpin untuk mengelola organisasi atau usaha dalam lingkungan yang melibatkan keberagaman budaya, sistem ekonomi, serta dinamika pasar internasional. Pemimpin dengan perspektif global dituntut mampu memahami perbedaan budaya, membangun jaringan lintas negara, serta mengambil keputusan strategis yang mampu meningkatkan daya saing organisasi di tingkat global. Menurut Sirait et al., (2024) kepemimpinan global menjadi aspek penting dalam menghadapi kompleksitas organisasi modern karena menuntut kemampuan adaptasi, pengelolaan tim multikultural, serta integrasi teknologi dan strategi organisasi dalam lingkungan global. Selain itu, perkembangan teknologi digital juga semakin mempengaruhi cara pelaku usaha menjalankan bisnisnya, sehingga kemampuan memanfaatkan teknologi menjadi bagian penting dalam kepemimpinan di era modern.

Dalam beberapa tahun terakhir, konsep kepemimpinan global tidak hanya relevan bagi perusahaan multinasional, tetapi juga semakin penting bagi sektor UMKM. UMKM saat ini didorong untuk mampu memperluas jangkauan pasar hingga ke tingkat internasional sebagai bagian dari upaya meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Memasuki pasar internasional tidak lagi sekadar menjadi pilihan, tetapi juga menjadi kebutuhan bagi UMKM yang ingin terus berkembang di tengah persaingan global (Susilowati et al., 2025). Salah satu pendekatan yang banyak dilakukan adalah melalui pengembangan produk berbasis budaya lokal yang memiliki keunikan serta identitas khas daerah. Produk berbasis warisan budaya bahkan memiliki potensi besar untuk berkembang di pasar global apabila didukung oleh strategi bisnis yang tepat serta inovasi desain yang mampu mengikuti perkembangan tren pasar (Putri & Salsabela, 2025).

Indonesia sebagai negara yang kaya akan keragaman budaya memiliki berbagai produk tradisional yang berpotensi untuk dikembangkan sebagai komoditas ekonomi kreatif. Produk-produk tersebut tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga mengandung nilai sejarah dan identitas budaya yang kuat. Salah satu contoh produk budaya lokal yang memiliki potensi untuk dikenal secara lebih luas adalah kain cual dari Provinsi Bangka Belitung. Kain cual merupakan kain tenun tradisional yang memiliki motif khas serta nilai budaya yang tinggi, sehingga berpotensi menjadi salah satu produk unggulan daerah dalam sektor ekonomi kreatif. Pengembangan produk budaya lokal seperti kain cual tidak terlepas dari peran pelaku usaha yang

mengelola dan memasarkan produk tersebut.

Dalam hal ini, kepemimpinan pelaku usaha menjadi faktor penting dalam menentukan arah pengembangan usaha, termasuk dalam menjaga kualitas produk, mengembangkan inovasi desain, serta memperluas jaringan pemasaran. Pemimpin usaha dituntut untuk mampu membaca peluang pasar, mengikuti tren yang berkembang, serta memanfaatkan berbagai peluang kerja sama untuk memperkenalkan produk lokal ke pasar yang lebih luas. Kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital dan literasi digital juga menjadi faktor yang mendukung kesiapan UMKM dalam menjangkau pasar yang lebih luas.

Upaya internasionalisasi produk budaya lokal dari Bangka Belitung juga mulai terlihat melalui berbagai kegiatan promosi dan peninjauan pasar internasional yang difasilitasi oleh pemerintah. Dalam konteks ini, kepemimpinan pelaku usaha memiliki peran penting dalam memanfaatkan berbagai peluang tersebut, baik melalui pembangunan jaringan kerja sama, partisipasi dalam kegiatan promosi internasional, maupun pengambilan keputusan strategis untuk memperluas jangkauan pasar. Salah satu contohnya adalah kegiatan business pitching yang diselenggarakan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bangka Belitung bekerja sama dengan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia di Kuala Lumpur, Malaysia. Dalam kegiatan tersebut, beberapa pelaku usaha kain cual dan batik dari Bangka Belitung mempresentasikan profil usaha serta produknya kepada Atase Perdagangan Indonesia di Kuala Lumpur guna menjajaki peluang ekspor. Salah satu pelaku usaha yang turut terlibat adalah CV Media 46 dengan merek Ishadi Cual. Meskipun demikian, dalam forum tersebut disampaikan bahwa kain cual premium yang memiliki harga sekitar RM1500 dinilai relatif tinggi untuk pasar Malaysia sehingga memerlukan strategi adaptasi produk serta strategi pemasaran yang lebih tepat agar dapat diterima oleh konsumen internasional.

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan pelaku usaha kain cual di Pangkalpinang, diketahui bahwa proses pengembangan usaha menuju pasar yang lebih luas tidak hanya bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada kemampuan pemimpin usaha dalam mengambil keputusan strategis. Pelaku usaha menjelaskan bahwa pengembangan produk dilakukan dengan mengadaptasi motif kain cual tradisional menjadi desain yang lebih modern agar tetap relevan dengan tren pasar. Selain itu, upaya promosi dilakukan melalui berbagai pameran nasional maupun internasional, termasuk partisipasi dalam pameran berskala global serta kolaborasi dengan desainer yang membawa produk kain cual ke berbagai ajang fashion internasional. Namun demikian, pelaku usaha juga menghadapi berbagai tantangan, terutama terkait dengan tingginya biaya promosi dan keterbatasan akses pasar internasional, sehingga dukungan dari pemerintah serta pemanfaatan platform digital menjadi faktor penting dalam mendukung pengembangan usaha tersebut.

Dalam praktiknya, upaya internasionalisasi UMKM sering kali menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan sumber daya dan akses terhadap pasar global. Keberhasilan penetrasi pasar internasional bagi UMKM memerlukan kombinasi strategi yang melibatkan akumulasi pengetahuan pasar secara bertahap serta pembangunan relasi atau jaringan lokal yang kredibel (Zefanya et al., 2025). Selain itu, dukungan dari berbagai pihak seperti pemerintah juga memiliki peran penting dalam memperkuat ekosistem pengembangan UMKM, baik melalui program pelatihan, penyediaan infrastruktur, maupun fasilitasi promosi produk. Oleh karena itu, sinergi antara kesiapan pelaku usaha dan dukungan eksternal menjadi faktor penting dalam keberhasilan pengembangan UMKM di tingkat internasional.

Meskipun berbagai penelitian telah membahas pentingnya kepemimpinan global serta peran digitalisasi dalam pengembangan UMKM, kajian yang secara khusus mengkaji hubungan

antara kepemimpinan pelaku usaha dan proses internasionalisasi UMKM berbasis budaya lokal masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian lebih banyak berfokus pada perusahaan besar atau pada aspek strategi bisnis secara umum, sementara studi yang menyoroti peran kepemimpinan dalam pengembangan produk budaya lokal menuju pasar internasional masih belum banyak dilakukan. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang lebih mendalam mengenai bagaimana kepemimpinan pelaku usaha berperan dalam mendorong internasionalisasi UMKM berbasis budaya lokal, khususnya pada produk kain cual di Bangka Belitung.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kepemimpinan pelaku usaha dalam mendorong internasionalisasi UMKM berbasis budaya lokal, dengan mengambil studi kasus pada usaha kain cual di Bangka Belitung.)

LANDASAN TEORI

Kepemimpinan Global dan Manajemen Kinerja

Kepemimpinan global merupakan kemampuan seorang pemimpin dalam mengelola organisasi yang beroperasi pada lingkungan internasional yang kompleks dan beragam. Dalam era globalisasi dan digitalisasi saat ini, organisasi dituntut untuk memiliki pemimpin yang mampu beradaptasi dengan dinamika pasar global, perkembangan teknologi, serta keragaman budaya yang ada dalam lingkungan kerja.

Menurut Sirait et al., (2024) kepemimpinan global adalah kemampuan pemimpin untuk mengelola organisasi dalam konteks internasional yang dinamis serta mampu mempengaruhi individu dari berbagai latar belakang budaya untuk mencapai tujuan organisasi. Pemimpin dengan kompetensi global cenderung memiliki kemampuan dalam mengelola tim multikultural, memanfaatkan teknologi digital, serta mengambil keputusan strategis yang adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Kepemimpinan global juga memiliki hubungan yang erat dengan manajemen kinerja organisasi. Pemimpin yang memiliki perspektif global dapat mendorong peningkatan produktivitas melalui inovasi, kolaborasi lintas budaya, serta penerapan sistem manajemen kinerja yang lebih efektif. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital dalam proses manajemen organisasi memungkinkan peningkatan efisiensi kerja serta pengambilan keputusan berbasis data.

Dengan demikian, kepemimpinan global menjadi faktor penting dalam meningkatkan kinerja organisasi, terutama pada organisasi yang beroperasi dalam lingkungan internasional yang kompetitif.

Pengembangan Kompetensi Kepemimpinan

Pengembangan kompetensi kepemimpinan merupakan salah satu upaya strategis yang dilakukan organisasi untuk meningkatkan kualitas pemimpin dalam menghadapi berbagai tantangan, khususnya dalam lingkungan global yang dinamis dan kompleks. Program pengembangan kepemimpinan bertujuan untuk meningkatkan kemampuan individu sebagai pemimpin sekaligus memperkuat kapasitas organisasi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Abdullah, (2018) pengembangan kompetensi kepemimpinan merupakan program terpadu yang dirancang untuk meningkatkan kemampuan individu dalam memimpin organisasi secara efektif. Program ini menekankan pada peningkatan kualitas sumber daya manusia, penguatan pola pikir kepemimpinan, serta kemampuan pemimpin dalam menghadapi perubahan lingkungan organisasi.

Seiring dengan meningkatnya kompleksitas lingkungan bisnis global, organisasi semakin membutuhkan pemimpin yang memiliki kemampuan adaptasi, inovasi, serta kemampuan dalam mengelola perubahan. Oleh karena itu, program pengembangan kepemimpinan menjadi penting untuk membangun pemimpin yang mampu berpikir strategis, inovatif, serta memiliki kemampuan dalam menghadapi ketidakpastian.

Penelitian menunjukkan bahwa program pelatihan kepemimpinan yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan kapasitas kepemimpinan individu serta mendukung peningkatan kinerja organisasi secara keseluruhan (Abdullah, 2018).

Manajemen Sumber Daya Manusia Global

Manajemen Sumber Daya Manusia Global (MSDM Global) merupakan pendekatan strategis dalam mengelola sumber daya manusia pada organisasi yang beroperasi di berbagai negara dengan latar belakang budaya, sosial, dan sistem hukum yang berbeda. Dalam era globalisasi, organisasi dituntut untuk mampu mengelola tenaga kerja secara efektif agar tetap kompetitif di pasar internasional.

Menurut Mariska et al. (2024), manajemen sumber daya manusia global bertujuan untuk menyelaraskan kebijakan sumber daya manusia dengan strategi global organisasi. Hal ini dilakukan melalui berbagai kegiatan seperti proses rekrutmen, pelatihan, pengembangan kompetensi, serta evaluasi kinerja karyawan di tingkat internasional.

Selain itu, pengelolaan sumber daya manusia global juga berupaya untuk mengatasi perbedaan budaya dalam organisasi multinasional serta menciptakan lingkungan kerja yang inklusif. Beberapa komponen penting dalam MSDM global antara lain pengelolaan talenta global, pengembangan kepemimpinan, sistem kompensasi yang sesuai dengan standar internasional, serta pengelolaan hubungan industrial yang disesuaikan dengan regulasi ketenagakerjaan di masing-masing negara.

Namun demikian, implementasi MSDM global juga menghadapi berbagai tantangan, seperti perbedaan budaya, regulasi ketenagakerjaan yang beragam, serta dinamika sosial yang berbeda di setiap negara. Oleh karena itu, organisasi memerlukan strategi pengelolaan sumber daya manusia yang fleksibel dan adaptif terhadap perubahan lingkungan global (Mariska et al., 2024).

Kepemimpinan dalam Pengembangan UMKM

Kepemimpinan memiliki peran penting dalam mendorong pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Pemimpin berperan dalam mengorganisasikan berbagai program pengembangan usaha, memberikan dukungan kepada pelaku usaha, serta mempermudah akses terhadap pasar dan sumber daya yang dibutuhkan untuk pengembangan bisnis.

Silfiah & Rohmah, (2024) menyatakan bahwa kepemimpinan memiliki kontribusi yang signifikan dalam pengembangan UMKM, terutama melalui penyediaan pelatihan, fasilitasi akses pasar, serta penguatan kerja sama antar pelaku usaha. Kepemimpinan yang proaktif dapat membantu memanfaatkan potensi lokal serta mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat di tingkat daerah.

Selain itu, kepemimpinan yang efektif juga dapat mendorong peningkatan kapasitas pelaku usaha melalui berbagai program pemberdayaan ekonomi. Dengan adanya dukungan kepemimpinan yang kuat, UMKM dapat lebih mudah mengembangkan usaha, meningkatkan kualitas produk, serta memperluas jangkauan pasar.

Kepemimpinan Transformasional dalam Organisasi

Kepemimpinan transformasional merupakan gaya kepemimpinan yang mampu mendorong perubahan positif dalam organisasi melalui pengaruh yang diberikan kepada anggota organisasi. Pemimpin transformasional biasanya memiliki kemampuan untuk menginspirasi, memotivasi, serta membangun komitmen anggota organisasi dalam mencapai tujuan bersama.

Menurut Alfiyah & Syafriani, (2019) kepemimpinan transformasional memiliki peran penting dalam memperkuat kelembagaan organisasi karena pemimpin mampu memberikan arahan yang jelas, memotivasi anggota organisasi, serta menciptakan lingkungan kerja yang kondusif bagi pengembangan organisasi.

Melalui kepemimpinan yang visioner dan inspiratif, organisasi dapat meningkatkan efektivitas kerja serta mendorong terciptanya inovasi dalam pelaksanaan berbagai program dan kegiatan. Oleh karena itu, kepemimpinan transformasional menjadi salah satu pendekatan yang penting dalam meningkatkan kinerja organisasi dan memperkuat struktur kelembagaan.

Orientasi Wirausaha dan Kapabilitas Jejaring Usaha

Orientasi wirausaha merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja usaha, khususnya pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Dalam lingkungan bisnis yang dinamis dan kompetitif, pelaku usaha dituntut untuk memiliki kemampuan dalam berinovasi, berani mengambil risiko, serta mampu memanfaatkan peluang bisnis yang ada.

Menurut Lukiastuti, (2012) orientasi wirausaha memiliki hubungan positif dengan peningkatan kinerja usaha. Pelaku usaha yang memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi cenderung lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis serta mampu mengembangkan strategi bisnis yang lebih inovatif.

Selain orientasi wirausaha, kapabilitas jejaring usaha juga merupakan faktor penting dalam meningkatkan kinerja UKM. Kapabilitas jejaring usaha merujuk pada kemampuan suatu perusahaan dalam membangun dan memanfaatkan hubungan kerja sama dengan berbagai pihak seperti pemasok, pelanggan, mitra bisnis, serta lembaga pendukung lainnya.

Melalui jaringan usaha yang kuat, UKM dapat memperoleh akses terhadap informasi, sumber daya, serta peluang pasar yang lebih luas. Hal ini dapat membantu pelaku usaha dalam memperluas pasar, termasuk menjangkau pasar internasional.

Dengan demikian, kombinasi antara orientasi wirausaha dan kapabilitas jejaring usaha dapat menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing serta kinerja usaha UKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memahami secara mendalam fenomena kepemimpinan pelaku usaha dalam mendorong internasionalisasi UMKM berbasis budaya lokal, khususnya pada usaha kain cual di Bangka Belitung. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berupaya memahami makna, proses, serta dinamika sosial yang terjadi dalam pengembangan usaha berbasis budaya lokal menuju pasar internasional.

Metode penelitian kualitatif digunakan ketika peneliti ingin memahami suatu fenomena sosial secara mendalam dalam situasi yang kompleks dan penuh makna. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menggali informasi secara lebih komprehensif melalui interaksi langsung dengan sumber data sehingga dapat menemukan pola, makna, dan pemahaman yang lebih luas mengenai fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2013). Selain itu, metode kualitatif juga

cocok digunakan ketika permasalahan penelitian masih bersifat dinamis dan memerlukan eksplorasi lebih lanjut terhadap situasi sosial yang terjadi di lapangan .

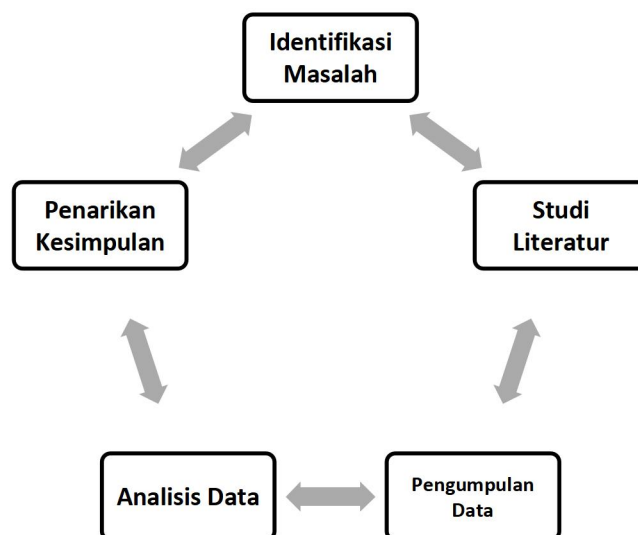
Penelitian ini dilakukan pada Galeri dan Museum Ishadi Cual, yang beralamat di Jl. A. Yani No. 46, Kelurahan Batin Tikal, Kecamatan Taman Sari, Kota Pangkalpinang, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Lokasi ini dipilih karena merupakan salah satu pusat pengembangan dan pelestarian kain cual yang juga aktif melakukan promosi produk budaya lokal hingga ke tingkat nasional dan internasional.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan informan utama yaitu Isnawaty, selaku owner Ishadi Kain Cual Bangka Belitung. Wawancara dilakukan melalui komunikasi telepon untuk menggali informasi terkait strategi pengembangan usaha, proses inovasi produk, serta peran kepemimpinan dalam memperluas jangkauan pasar hingga ke tingkat internasional. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti literatur ilmiah, jurnal penelitian, dokumen resmi, serta sumber informasi lain yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif pada umumnya dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik-teknik tersebut digunakan untuk memperoleh data yang lebih lengkap serta memahami fenomena yang diteliti secara menyeluruh (Sugiyono, 2013) . Dalam penelitian ini, teknik utama yang digunakan adalah wawancara mendalam, yang dilakukan secara semi-terstruktur agar peneliti dapat memperoleh informasi yang lebih luas dan mendalam mengenai pengalaman serta pandangan informan terkait pengembangan usaha kain cual menuju pasar internasional.

Instrumen utama dalam penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri (human instrument) yang berperan dalam menentukan fokus penelitian, mengumpulkan data, menganalisis data, serta menafsirkan hasil penelitian (Sugiyono, 2013) . Oleh karena itu, peneliti berperan secara langsung dalam proses pengumpulan dan interpretasi data yang diperoleh dari informan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis dilakukan secara berkelanjutan sejak tahap pengumpulan data hingga tahap akhir penelitian sehingga memungkinkan peneliti untuk memahami pola dan makna dari informasi yang diperoleh secara lebih komprehensif (Sugiyono, 2013) .

Flowchart Metode Penelitian**Gambar 1 Alur Metode Penelitian****HASIL DAN PEMBAHASAN****Peran Kepemimpinan Pelaku Usaha dalam Pengembangan Kain Cual**

Berdasarkan hasil wawancara, usaha kain cual di Bangka Belitung mulai dirintis pada November 2020. Pada awalnya, pemasaran produk difokuskan pada pasar lokal untuk memperkenalkan kembali kain cual kepada masyarakat. Seiring berkembangnya usaha, pemasaran diperluas melalui partisipasi dalam berbagai pameran di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, dan Bali. Hal ini menunjukkan bahwa kepemimpinan pelaku usaha memiliki peran penting dalam menentukan strategi pengembangan usaha dan perluasan pasar. Pemimpin usaha berperan dalam mengambil keputusan strategis, mengelola sumber daya, serta memotivasi tim produksi agar mampu memenuhi permintaan pasar.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa kepemimpinan berperan penting dalam meningkatkan kinerja dan produktivitas UMKM melalui pengambilan keputusan yang tepat serta kemampuan mendorong inovasi usaha (Maulana et al., 2025). Selain itu, kepemimpinan juga dapat membantu pelaku usaha dalam memanfaatkan potensi lokal dan memperluas akses pasar (Silfiah & Rohmah, 2024).

Strategi Inovasi Produk

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pelaku usaha kain cual menerapkan strategi menjaga kualitas dan kuantitas produksi agar mampu memenuhi pesanan dalam jumlah besar. Selain itu, pelaku usaha juga melakukan inovasi desain dengan memodifikasi motif kain cual tradisional agar sesuai dengan tren modern. Strategi ini bertujuan untuk mempertahankan identitas budaya lokal sekaligus menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar. Inovasi produk merupakan faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM dan menjaga keberlanjutan usaha (Maulana et al., 2025).

Jejaring dan Dukungan Institusional

Pelaku usaha kain cual juga memanfaatkan jejaring kerja sama dengan pemerintah dan BUMN untuk mendukung kegiatan promosi melalui pameran. Produk kain cual bahkan pernah mengikuti pameran internasional seperti kegiatan IMF di Bali serta dipasarkan hingga ke Singapura dan Paris melalui kolaborasi dengan desainer dari Jakarta. Hal ini menunjukkan bahwa jejaring kerja sama memiliki peran penting dalam memperluas akses pasar UMKM. Pemimpin usaha yang mampu membangun hubungan dengan berbagai pihak dapat meningkatkan peluang promosi dan pengembangan usaha (Silfiah & Rohmah, 2024).

Pemanfaatan Digital Marketing

Selain promosi melalui pameran, pelaku usaha juga memanfaatkan berbagai platform digital seperti TikTok, Facebook, NetSource, dan Nikkei untuk memasarkan produk. Penggunaan media digital memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa terbatas oleh wilayah geografis. Pemanfaatan teknologi digital menjadi strategi penting dalam meningkatkan visibilitas produk serta memperluas jangkauan pemasaran UMKM (Hidayat et al., 2025).

Tantangan Pengembangan Usaha

Meskipun memiliki potensi besar untuk berkembang, usaha kain cual masih menghadapi beberapa tantangan, seperti tingginya biaya promosi dan keterbatasan kapasitas produksi. Saat ini usaha tersebut memiliki satu manajer, satu staf administrasi, satu staf promosi, serta enam karyawan tetap di bagian produksi. Keterbatasan sumber daya dan anggaran promosi merupakan tantangan yang umum dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usaha (Maulana et al., 2025; Silfiah & Rohmah, 2024).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kepemimpinan pelaku usaha memiliki peran penting dalam pengembangan usaha kain cual di Bangka Belitung. Pemimpin usaha berperan dalam menentukan strategi produksi, melakukan inovasi produk, serta membangun jejaring kerja sama untuk memperluas pemasaran.

Selain itu, pemanfaatan teknologi digital melalui media sosial dan platform online juga membantu memperluas jangkauan pasar produk kain cual (Hidayat et al., 2025). Namun demikian, usaha ini masih menghadapi beberapa tantangan seperti tingginya biaya promosi dan keterbatasan kapasitas produksi. Oleh karena itu, dukungan pemerintah dan penguatan kapasitas internal usaha sangat diperlukan agar produk kain cual dapat terus berkembang dan memiliki daya saing di pasar yang lebih luas.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, M. (2018). Pola pengembangan kompetensi kepemimpinan bagi aparatur pemerintah dalam menghadapi tantangan global (Studi kasus pada penyelenggaraan diklat kepemimpinan tingkat IV di Kementerian Energi dan Sumber Daya Mineral). *Jurnal Wacana Kinerja*, 21(1), 18–48. <https://doi.org/10.31845/jwk.v21i1.63>
- Alfiyah, N. I., & Syafriani, I. (2019). Peran pemimpin transformasional dalam penguatan kelembagaan (Studi di Dinas Koperasi UMKM Kabupaten Sumenep). *Journal of Governance Innovation*, 1(2). <https://doi.org/10.36636/jogiv.v1i2.341>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025). *Pemerintah dorong UMKM naik kelas, tingkatkan kontribusi terhadap ekspor Indonesia*.

<https://www.ekon.go.id>

- Lukiastuti, F. (2012). *Pengaruh orientasi wirausaha dan kapabilitas jejaring usaha terhadap peningkatan kinerja UKM dengan komitmen perilaku sebagai variabel intervening (Studi empiris pada sentra UKM batik di Sragen, Jawa Tengah)*.
- Maulana, A. J., Effendi, I. R., Widyanto, R., & Wahyudi. (2025). Peran kepemimpinan dalam meningkatkan kinerja dan produktivitas UMKM di Kabupaten Banjar. *Jurnal Pajak & Bisnis (Tax and Business Journal)*, 6(1), 300–308. <https://doi.org/10.216.40/jpb.v6i1.317>
- Putri, P. L., & Salsabela, R. N. (2025). Dari kearifan lokal menuju pasar global: Memanfaatkan strategi bisnis berbasis warisan budaya untuk pertumbuhan UMKM di Banyumas. *Jurnal Manajemen Bisnis Kewirausahaan*, 4(1), 533–551.
- Silfiah, R. I., & Rohmah, M. (2024). Peran kepemimpinan kepala desa dalam pengembangan UMKM Desa Suwayuwo Kecamatan Sukorejo Kabupaten Pasuruan. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara Asia*, 12(2). <https://doi.org/10.47828/jianaasian.v12i2.237>
- Sirait, A. A., Safitri, D., Batubara, E. P., Gresya, D., Falah, R., Siregar, K. G., & Robain, W. (2024). Kepemimpinan global dan pengaruhnya terhadap manajemen kinerja dalam organisasi internasional. *Yos Soedarso Economics Journal*, 6(3).
- Susilowati, T., Mustafa, F., Hendratni, T. W., Santosa, M. H., Nugraha, J. P., & Windreis, C. (2025). Pelatihan dan penguatan literasi digital untuk meningkatkan kapasitas UMKM menuju pasar internasional. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 2554–2558. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2001>
- Zefanya, A., Kennedy, P. S. J., Simanullang, R. M., Lumbantoruan, R., & Elizabeth, J. T. (2025). *Strategi internasionalisasi UMKM Indonesia ke pasar Rusia: Integrasi model Uppsala, jaringan sosial dan adaptasi pemasaran*.