

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM SEKTOR KULINER DI KELURAHAN LASIANA KOTA KUPANG

Maria Theodosia Maneak^{1*}, Adrianus Ketmoen², Agnes Susanti Indrawati³

Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Katolik Widya Mandira Kupang
desimaneak@gmail.com*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor kuliner di Kelurahan Lasiana dengan menggunakan pendekatan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats). Metode penelitian yang diterapkan bersifat kualitatif, dengan teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam, observasi lapangan, serta telaah dokumentasi terhadap pelaku UMKM kuliner yang dipilih secara purposive berdasarkan kriteria tertentu. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan kerangka SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan yang relevan dan aplikatif bagi peningkatan daya saing UMKM di wilayah tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama UMKM kuliner di Kelurahan Lasiana terletak pada lokasi usaha yang strategis, harga produk yang kompetitif, serta tingkat fleksibilitas operasional yang tinggi dalam menyesuaikan permintaan pasar. Namun demikian, masih terdapat sejumlah kelemahan yang perlu diperhatikan, seperti rendahnya tingkat inovasi produk, keterbatasan kemampuan manajerial, serta pemanfaatan teknologi digital yang belum optimal. Di sisi lain, terdapat peluang yang cukup besar untuk dikembangkan, antara lain peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui program pelatihan, diversifikasi produk yang lebih inovatif, optimalisasi pemasaran digital, perluasan jejaring pemasaran berbasis daring, serta penguatan inovasi produk secara berkelanjutan. Berdasarkan hasil analisis SWOT, terdapat beberapa strategi yang dapat direkomendasikan untuk mendorong percepatan pertumbuhan UMKM sektor kuliner di Kelurahan Lasiana. Pertama, peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui program pelatihan yang disediakan oleh pemerintah dan lembaga terkait. Kedua, pengembangan inovasi produk secara berkelanjutan guna memperluas segmen pasar dan meningkatkan daya tarik konsumen. Ketiga, optimalisasi pemanfaatan platform digital sebagai sarana promosi dan pemasaran untuk memperluas jangkauan pasar. Keempat, penguatan aspek manajerial melalui kegiatan pendampingan dan pelatihan kewirausahaan yang terstruktur. Dengan penerapan strategi tersebut secara konsisten, UMKM kuliner di Kelurahan Lasiana diharapkan mampu memperkuat daya saing, tumbuh secara berkelanjutan, serta memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap perekonomian lokal.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, UMKM, Kuliner, SWOT, Kelurahan Lasiana

Abstract

This study aims to analyze the internal and external factors that influence the growth of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the culinary sector in Lasiana Village using the SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) analysis approach. The research method applied is qualitative, with data collection techniques including in-depth interviews, field observations, and documentation reviews of culinary MSMEs selected purposively based on specific criteria. The data obtained is then analyzed using the SWOT framework to formulate relevant and applicable development strategies for increasing the competitiveness of MSMEs in the region. The results of the study show that the main strengths of culinary MSMEs in Lasiana Village lie in their strategic business locations, competitive product prices, and high level of operational flexibility in adjusting to market demand. However, there are still a number of weaknesses that need to be addressed, such as low product innovation, limited managerial capabilities, and suboptimal use of digital technology. On the other hand, there are considerable opportunities for development, including improving the quality of human resources through training programs, diversifying more innovative products, optimizing digital marketing, expanding online marketing networks, and strengthening sustainable product innovation. Based on the results of the SWOT analysis, there are several strategies that can be recommended to accelerate the growth of culinary MSMEs in Lasiana Village. First, increasing human resource capacity through training programs provided by the government and related institutions. Second, developing sustainable product innovation to expand market segments and increase consumer appeal. Third, optimizing the use of digital platforms as a means of promotion and marketing to expand market reach. Fourth, strengthening managerial aspects through structured mentoring and entrepreneurship training activities. With the consistent implementation of these strategies, culinary MSMEs in Lasiana Village are expected to be able to strengthen their competitiveness, grow sustainably, and make a more significant contribution to the local economy.

Keywords: Development Strategy, MSMEs, Culinary, SWOT, Lasiana Village

PENDAHULUAN

Kewirausahaan menjadi salah satu cara efektif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dengan mengedepankan inovasi dan kreativitas untuk menghadapi tantangan serta memanfaatkan peluang yang ada. Melalui kewirausahaan, lapangan kerja dapat tercipta, kesejahteraan individu meningkat, dan UMKM dapat berkembang sebagai salah satu solusi nyata bagi perekonomian. Supriyanto (2005), penguatan UMKM merupakan langkah strategi dalam memperkuat perekonomian nasional, khususnya dengan membuka peluang kerja, mengurangi ketimpangan sosial, dan mengatasi masalah kemiskinan.

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang yang telah direncanakan. David (2011), strategi bisnis meliputi berbagai tindakan seperti perluasan wilayah operasional, akuisisi perusahaan lain, inovasi produk, perluasan pasar, pengurangan kegiatan usaha, penjualan aset, penutupan usaha, hingga kerja sama atau pembentukan usaha patungan. Implementasi strategi ini memerlukan keputusan penting dari manajemen tertinggi serta dukungan sumber daya yang memadai.

Pemasaran menjadi salah satu tantangan bagi pelaku UMKM karena dinilai membutuhkan biaya yang besar. Namun, hadirnya media sosial yang menawarkan alternatif sebagai sarana promosi yang lebih hemat biaya sekaligus memiliki jangkauan audiens yang luas. Hanna et al. (2011), media sosial dapat dimanfaatkan secara efektif dalam kegiatan pemasaran. Selain itu, aspek interaktivitas pada media sosial, seperti yang dijelaskan oleh Liu dan Shrum (2002), memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pelaku usaha dan konsumen. Hal ini dapat diwujudkan melalui fitur-fitur seperti *replies* dan *mentions* (Lovejoy, Waters, & Saxton, 2012).

Bisnis kuliner merupakan jenis usaha yang fokus pada produk makanan dan minuman, baik melalui restoran, kafe, warung, layanan katering, maupun penjualan *bold*. Usaha ini menitikberatkan pada penyajian makanan yang menarik, berkualitas, serta sesuai dengan preferensi konsumen. Melalui inovasi produk, penerapan strategi pemasaran yang efektif, dan pelayanan yang optimal, bisnis ini memiliki potensi untuk berkembang dan menjangkau pasar yang lebih luas.

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT) menunjukkan potensi yang cukup besar, terutama pada sektor kuliner. Keberagaman kuliner tradisional menjadi salah satu daya tarik utama bagi para wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut. Tahun 2023 jumlah pelaku UMKM di Prov. NTT mencapai 98.270 unit yang tersebar pada 22 kabupaten/kota. Kota Kupang pada tahun 2024 jumlah yang terdata UMKM mencapai 17.606 unit dan sekitar 60% merupakan UMKM yang baru merintis. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024 jumlah UMKM mengalami fluktuasi dari tahun 2020 tercatat 2.315 unit kemudian meningkat pada tahun 2021 dengan jumlah 4.317 unit dan menurun pada tahun 2022 dengan jumlah 3.887 unit, hal ini disebabkan oleh berbagai faktor seperti kebijakan pemerintah dan tantangan ekonomi pasca pandemi serta tantangan ekonomi lainnya.

Data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Kupang tahun 2024, jumlah UMKM di sektor kuliner tercatat 2.588 unit yang tersebar di 6 kecamatan dan tersebar pada 37 kelurahan. Di Kelurahan Lasianan tercatat 79 unit UMKM pada sektor kuliner yang terdata. Data ini menunjukkan terdapat potensi yang cukup besar dalam pengembangan ekonomi lokal, khususnya pada sektor kuliner yang sering berkembang dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. UMKM dalam pengembangannya berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja, penurunan tingkat pengangguran, serta peningkatan produk lokal yang berdaya saing. Namun, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM, seperti akses permodalan, pengembangan sumber daya manusia, pemasaran produk, pemanfaatan teknologi serta kurangnya inovasi ketika bisnis dijalankan. Pemerintah sebagai pemegang pengaturan kebijakan dalam mengatur iklim usaha yang kondusif serta pemberi modal dalam pengembangan UMKM serta sebagai pintu dalam kerja sama dalam mendorong pertumbuhan UMKM.

Dalam berbagai studi literatur yang mengembangkan penelitian UMKM dari berbagai kajian dengan menggunakan metode SWOT ditemukan bahwa strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif pada sektor kuliner dengan tujuan mengidentifikasi analisis SWOT dengan teknik purposive sampling, menggunakan metode observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Hasil penelitian menemukan bahwa peningkatan kualitas produk dan kemasan, kolaborasi promosi antarpelaku usaha, pemanfaatan media sosial, serta inovasi varian rasa merupakan strategi kunci untuk memperkuat daya saing UMKM kuliner, yang perlu ditopang oleh dukungan dan perhatian pemerintah (Tohari et al., 2018). Setiawan & Rahmi (2023) dalam studi empiris yang dilakukan dalam menganalisis strategi pengembangan UMKM sektor makanan dan minuman di Desa Tamansari, Kota Bandung, yang

menghadapi kendala permodalan, pemasaran, legalitas usaha, dan kualitas SDM. Metode analisis SWOT terhadap 91 pelaku UMKM dan 52 konsumen, menemukan bahwa penerapan strategi SWOT dengan kajian strategi SO, ST, WO, dan WT dapat meningkatkan daya saing UMKM, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, dan memperkuat kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional.

Pada studi empiris lainnya dalam menganalisis UMKM dengan menggunakan metode lain serta variabel lain yang dapat mempengaruhi peningkatan kualitas UMKM dari berbagai sektor. Suyanto & Purwanti (2020) mengembangkan dan menguji model daya saing UMKM berbasis e-commerce pada 810 pelaku UMKM di 27 kecamatan di Kabupaten Lamongan menggunakan PLS. Hasil penelitian menemukan bahwa ketersediaan sumber daya, kondisi pasar, dan kemampuan wirausaha berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja UMKM, sedangkan e-commerce belum terbukti memberikan pengaruh signifikan, dengan kebijakan pemerintah, infrastruktur, dan dukungan eksternal berperan sebagai variabel moderasi. Indriyani et al. (2024) mengeksplorasi strategi peningkatan efisiensi operasional UMKM di era digital dengan menitikberatkan pada penerapan e-commerce dan pemanfaatan BI (*Business Intelligence*). Hasil penelitian menemukan bahwa BI berpotensi besar meningkatkan kinerja bisnis UMKM, tetapi keterbatasan sumber daya, kurangnya pemahaman manfaat BI, serta tantangan sebagai salah satu faktor dalam mempengaruhi peningkatan BI. Integrasi BI dan e-commerce dipandang mampu memberikan keunggulan kompetitif signifikan bagi UMKM, dengan adanya dukungan pemerintah, institusi pendidikan, dan jasa konsultan BI mampu mengatasi hambatan dalam implementasi. Nugroho & Utama (2025) mengkaji peran Business Intelligence (BI) dalam pengambilan keputusan dan kinerja organisasi melalui metode *thematic synthesis*. Hasil penelitian menemukan bahwa BI mampu meningkatkan efisiensi operasional dan menciptakan keunggulan bersaing. Namun, keberhasilan BI sangat bergantung pada dukungan manajemen, kesiapan teknologi, serta kompetensi sumber daya manusia.

Rosmita et al. (2024) menganalisis strategi pengembangan UMKM kuliner di Kota Pekanbaru. Data penelitian diperoleh melalui teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian diolah untuk mengidentifikasi strategi pengembangan yang relevan. Temuan penelitian menunjukkan perlunya perumusan strategi yang berangkat dari identifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan UMKM, khususnya terkait permodalan, inovasi usaha, dan pemanfaatan media sosial. Hasil penelitian menegaskan bahwa dukungan berkelanjutan dari pemerintah dalam mendukung akses modal, pengembangan produk, serta pendampingan pemanfaatan media digital dapat mempengaruhi pengembangan UMKM. Fani et al. (2024) mengkaji strategi pengembangan UMKM di Huntep Pombewe, Kabupaten Sigi, sebagai kawasan relokasi pascabencana yang mayoritas warganya bergerak di sektor pertanian, peternakan, dan UMKM. Hasil studi menunjukkan bahwa UMKM di Huntep Pombewe menghadapi kendala utama pada aspek permodalan, pemasaran, dan produksi. Selain itu dukungan pemerintah untuk memperkuat program pendukung UMKM melalui pelatihan, bantuan keuangan, penyediaan peralatan, serta evaluasi berkala terhadap capaian program. Hira (2023) menganalisis metode pengembangan dan pemberdayaan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar dalam meningkatkan jumlah pelaku UMKM. Penelitian ini mengembangkan identifikasi berbagai program pembinaan dan pemberdayaan yang dijalankan instansi terkait. Hasilnya menunjukkan bahwa berbagai program pengembangan dan pemberdayaan berkontribusi pada peningkatan jumlah pelaku UMKM di Kota Makassar.

Oleh sebab itu, dalam merancang strategi pengembangan UMKM yang berkelanjutan peneliti mengidentifikasi beberapa indikator dalam mengatasi beberapa tantangan yang dihadapi pelaku UMKM di Kelurahan Lasiana dalam mengembangkan usahanya. Perkembangan UMKM di Lasiana mengalami peningkatan seiring dengan mobilitas masyarakat, namun memiliki beberapa tantangan seperti keterbatasan modal, kurangnya inovasi, rendahnya akses pasar, dan belum optimalnya pemanfaatan teknologi digital.

Penelitian ini memiliki urgensi yang disebabkan kajian secara akademik yang diidentifikasi dari faktor seperti *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), and *Threats* (Ancaman) SWOT yang dihadapi pelaku UMKM pada sektor kuliner di Kelurahan Lasiana. Hal ini disebabkan oleh strategi dalam pengembangannya UMKM pada sektor kuliner yang berbasis data lapangan dalam memperkuat daya saing. Dengan memahami kondisi secara aktual dan merumuskan strategi yang relevan untuk dapat diterapkan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian pemerintah, lembaga pemberdayaan serta pelaku usaha dalam pengembangan UMKM yang berkelanjutan.

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Kelurahan Lasiana, Kota Kupang dalam periode waktu enam bulan terhitung dari Januari sampai Juni 2025. Pemilihan Lokasi penelitian di dasarkan dari hasil observasi peneliti yang diamati menunjukkan bahwa adanya perkembangan UMKM di lokasi penelitian, selain itu terdapat perkembangan pada jumlah UMKM. Hasil dari observasi ini dinilai memiliki kontribusi signifikan terhadap peningkatan perekonomian daerah.

Jenis dan Sumber Data

A. Jenis Data

Data penelitian yang digunakan oleh peneliti ialah data primer dan data sekunder. Data Primer melalui studi lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Kupang. Instansi ini merupakan salah satu lembaga pemerintahan dalam membina para pelaku UMKM di Kota Kupang melalui pelatihan ataupun hal lain dalam peningkatan UMKM.

B. Sumber Data

Sumber data primer diperoleh melalui observasi secara langsung, wawancara kepada pelaku UMKM, serta studi dokumentasi. Data sekunder melalui studi pustaka terkait dengan strategi pengembangan UMKM yang dirancang oleh Dinas Koperasi dan UKM Kota Kupang.

C. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini terdapat 79 populasi yang merupakan pelaku UMKM pada sektor kuliner di Kelurahan Lasiana. Sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yakni pengambilan sampel penelitian berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk memperoleh informasi yang relevan. Sampel yang digunakan mencakup strategi pengembangan UMKM, pertumbuhan UMKM, serta dampak UMKM sektor kuliner terhadap perekonomian di Kelurahan Lasiana. Pada 79 populasi dalam penelitian ini diambil 15 UMKM sebagai sampel penelitian berdasarkan kriteria peneliti, sebagai berikut:

a. Jenis Usaha Kuliner

Sampel pertama merupakan usaha yang dikelola oleh pelaku usaha, seperti warung makan, catering, penjual kue, minuman dingin, nasi kuning, atau makanan siap saji lainnya. Kriteria sampel yang dipilih untuk mencerminkan keberagaman produk kuliner serta perbedaan strategi dan kendala dalam pengembangan.

b. Lama Usaha Berjalan

Sampel kedua ini diambil dari lamanya usaha dimana peneliti menggunakan lama usaha yang dijalani minimal satu tahun. Lama usaha diambil sebagai kriteria sampel untuk memastikan bahwa pelaku usaha telah memiliki pengalaman dan pemahaman terhadap dinamika usaha, baik dari aspek manajerial, pemasaran, serta tantangan operasional.

c. Skala Usaha (Mikro atau Kecil)

Sampel ketiga merupakan skala usaha. Responden merupakan pelaku usaha berskala mikro atau kecil sesuai UU No. 20 Tahun 2008. Usaha mikro memiliki modal di bawah Rp50 juta dan maksimal 4 tenaga kerja, sedangkan usaha kecil memiliki modal Rp50–500 juta dengan maksimal 19 tenaga kerja.

Metode Pengumpulan Data

A. Wawancara

Metode ini dilakukan melalui komunikasi langsung antara peneliti dan responden untuk memperoleh data secara lisan. Responden utama adalah pemilik UMKM kuliner sesuai dengan kriteria sampel yang ditetapkan oleh peneliti di Kelurahan Lasiana.

B. Observasi

Peneliti melakukan pengamatan langsung di lapangan, dimulai dari observasi tidak terstruktur untuk memahami profil informan, dilanjutkan dengan observasi terstruktur terhadap lokasi, aktivitas usaha, dan faktor pendukung lainnya.

C. Dokumentasi

Teknik ini digunakan untuk melengkapi data penelitian melalui dokumen tertulis, arsip, serta dokumentasi kegiatan di lapangan yang relevan sesuai dengan fokus penelitian.

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan dua pendekatan analisis, yakni: analisis SWOT dan analisis data secara kualitatif dengan metode Miles, Huberman, dan Saldana (2018).

A. Analisis SWOT

Digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman UMKM dengan langkah-langkah berikut:

- a. Identifikasi faktor *Strenght* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunity* (Peluang), *Threat* (Ancaman)
- b. Penentuan bobot dan skor (rating)
- c. Perhitungan nilai total (Bobot x Skor)
- d. Penempatan posisi dalam kuadran SWOT untuk perumusan strategi SO (*Strenght-Opportunity*), WO (*Weakness-Opportunity*), ST (*Strenght-Threat*), WT (*Weakness-Therat*)

B. Analisis Data Kualitatif

Analisis data ini berdasarkan metode analisis Miles, Huberman & Saldana:

- a. Reduksi Data: menyaring dan merangkum data penting dari hasil observasi dan wawancara.
- b. Penyajian Data: menampilkan data dalam bentuk narasi atau grafik untuk mempermudah pemahaman.
- c. Penarikan Kesimpulan: berdasarkan data yang valid dan konsisten, menghasilkan temuan yang kredibel.

HASIL dan PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sektor kuliner di Kelurahan Lasiana, Kota Kupang merupakan salah satu penggerak utama perekonomian masyarakat setempat. UMKM kuliner membantu menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan pelaku usaha, serta memanfaatkan potensi lokal seperti bahan baku makanan lokal yang digunakan dan teknik pengolahan makanan lokal. Pelaku UMKM di sektor ini biasanya adalah individu atau kelompok keluarga yang menjalankan bisnis seperti warung makan, penjual kue tradisional, catering, serta toko makanan ringan.

Secara umum, pengembangan UMKM sektor kuliner di kelurahan lasiana dapat dikembangkan dengan meningkatkan kualitas SDM, meningkatkan dalam mengakses modal, dan memperluas jaringan pemasaran. UMKM kuliner di wilayah ini memiliki potensi besar untuk tumbuh dan berkontribusi lebih banyak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat dan perekonomian lokal dengan dukungan yang tepat dan berkelanjutan. Berikut ini hasil wawancara yang dirangkum dari 15 responden pelaku UMKM dalam penelitian yang diteliti oleh peneliti, sebagai berikut :

Dari 15 responden yang peneliti teliti terdapat berbagai ragam usaha yang dijalani seperti: Warung makan, penjual kue, warung makan non halal, penjual jajanan dan minuman ringan, penjual es kelapa muda, Salome dan lain sebagainya di sektor kuliner.

1. Bagaimana gambaran dari perkembangan UMKM di Kelurahan Lasiana, rata-rata 15 responden memberikan jawaban yang secara garis besar mengenai gambaran usahanya berawal dari usaha rumahan yang dimana yang awalnya untuk memenuhi kebutuhan dalam rumah dan pesanan sesuai dengan kebutuhan namun seiring waktu usaha tersebut mengalami perkembangan dengan memiliki pelanggan tetap sehingga pelaku usaha berusaha mempertahankan cita rasa serta membuka varian menu lainnya sehingga semakin banyak pelanggan dan lokasi UMKM yang berdekatan dengan lokasi wisata, perkantoran, serta kampus-kampus yang cukup terkenal di Kota Kupang sehingga menambah daya tarik tersendiri dalam menjalankan usahanya. Disisi lain ada pelaku UMKM yang awalnya menjalankan usaha lain namun tidak ada perkembangan kemudian pelaku usaha tersebut menemukan usaha lain yang belum dibuka disekitaran lokasi penelitian dengan modal yang tidak terlalu besar akan tetapi keuntungan yang besar dan mengalami perkembangan selain itu membantu para petani lokal dalam menjalankan usaha pertaniannya.
2. Bagaimana strategi pengembangan usahanya, semua responden yang diteliti peneliti, memberikan strategi yang dijalani oleh pelaku usaha dengan mempertahankan cita rasa dari kuliner yang dikelolah, selain itu mereka menambah varian menu lain untuk memperkaya menu dari usaha kuliner mereka dan memberikan promo kepada pelanggan tetap mereka. Selain itu, mereka memberikan promosi kepada pelanggan tetap melalui sosial media seperti *whatsapp*, *facebook*, dan lain sebagainya. Selain mempertahankan cita rasa kuliner mereka juga menjaga agar tempat yang mereka kelola selalu bersih dan tetap terjaga kebersihannya serta menjaga ketersediaan bahan baku dan menjaga agar bahan baku tetap terjaga kualitasnya.
3. Faktor pendukung dan penghambat dalam membangun usaha, dari 15 responden yang diteliti oleh peneliti terdapat beberapa faktor dalam mendukung pengembangan usaha UMKM yakni lokasi yang dibangun oleh pelaku usaha yang sangat strategis yang dimana di area penelitian berdekatan dengan lokasi wisata, perkantoran, sekolah serta kampus-kampus ternama yang mendukung pengembangan usaha tersebut. Selain itu, terdapat pelanggan tetap yang mendukung usaha pengembangan yang dilakukan serta pengembangan varian menu yang mengikuti *trend market* sehingga mendukung pengembangan usaha. Adapun faktor internal yakni dari keluarga yang selalu mendukung pengembangan usaha agar tetap berjalan. Adapun faktor penghambat dari menjalankan usaha ini dari 15 responden terdapat beberapa faktor penghambat dalam menjalankan usaha ini yakni bahan baku utama yang selalu mengalami fluktuasi harga sehingga para pelaku usaha selalu dapat mengatur agar harga tetap terjangkau dan tetap memiliki pelanggan, selain itu keterlambatan bahan baku terkadang membuat permintaan dari pelanggan menjadi sedikit terhambat. Faktor cuaca, perizinan usaha bagi kuliner non halal dan persaingan usaha di area penelitian menjadi salah satu faktor penghambat dalam mengembangkan usaha.

Pembahasan

A. Gambaran dari Perkembangan UMKM Sektor Kuliner di Kelurahan Lasiana

Jumlah pelaku usaha, lama beroperasi, pertumbuhan pendapatan, dan jangkauan pasar adalah beberapa indikator yang menunjukkan perkembangan UMKM sektor kuliner di Kelurahan Lasiana. Sebagai hasil dari informasi yang dikumpulkan. Sebagian besar pelaku usaha adalah usia produktif dengan tingkat pendidikan menengah yang memulai bisnis dengan modal yang terbatas. Namun, mereka tetap bertahan dan mengembangkan usahanya secara bertahap dengan inovasi dan mengikuti *trend* yang ada di masyarakat. Hal ini menggambarkan daya tahan dan motivasi dalam meningkatkan usaha.

Sebagian besar pelaku UMKM memulai usahanya dari lingkungan rumah tangga atau secara informal sebelum berkembang menjadi usaha yang lebih terstruktur. Jenis usaha tersebut meliputi warung makan, jasa katering, serta penjualan makanan ringan. Data UMKM di Kelurahan Lasiana berjumlah 413 unit. UMKM ini tersebar di 36 RT, meskipun banyak dari mereka belum memiliki izin usaha resmi, keberadaan mereka sangat membantu ekonomi lokal.

Pertumbuhan penjualan bervariasi tergantung pada lokasi bisnis, strategi pemasaran, dan kemampuan pelaku usaha dalam berinovasi. Memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi

menghasilkan peningkatan penjualan bagi beberapa pelaku usaha. Disisi lain masih banyak pelaku usaha yang belum terbiasa dengan teknologi digital, berdampak pada perkembangan usahanya cenderung melambat.

Di samping itu, ukuran usaha dan kapasitas produksinya masih tergolong kecil, dengan jumlah tenaga kerja yang terbatas dan umumnya berasal dari anggota keluarga sendiri. Namun, para pelaku usaha menunjukkan motivasi untuk berkembang dengan berupaya mencari peluang baru, misalnya melalui partisipasi dalam pelatihan kewirausahaan yang diselenggarakan pemerintah atau melalui kerja sama dengan pihak lain. Salah satu pelaku UMKM menyampaikan: *“usaha saya mulai dari jualan kue ke tetangga, lama-lama orang pesan lebih banyak dan akhirnya saya mulai serius jualan dari rumah dan sekarang omzet saya bisa 1-2 juta seminggu kalau ramai”*.

Beberapa responden lain juga mengungkapkan pandangan serupa. Kondisi ini menunjukkan hal positif, di mana para pelaku UMKM tetap berupaya untuk menjalankan dan mempertahankan usahanya masing-masing, meskipun hal tersebut sekaligus menjadi tantangan bagi pemerintah. Melalui pelaksanaan program dan kegiatan yang tepat sasaran, Dinas Koperasi dan UKM berperan dalam membantu pemenuhan kebutuhan para pelaku UMKM agar dapat mengembangkan usahanya, dengan dukungan pemerintah sebagai penopang utama perekonomian masyarakat di Kelurahan Lasiana.

Tabel 5.1
Jenis-Jenis UMKM di Kelurahan Lasiana

No	Jenis Usaha	Jumlah	Keterangan
1	Warung Makan	15	Menyediakan makanan berat seperti nasi campur, ayam geprek, nasi babi.
2	Penjual Kue Tradisional	13	Menjual kue basah, kue kering, untuk pasar harian dan pesanan acara
3	Pedagang Gorengan	8	Menjual makanan ringan seperti pisang goreng, tahu isi, dan bakwan
4	Minuman Tradisional & Modern	9	Menjual es campur, es teh, pop ice, dan minuman kekinian
5	Pedagang Katering Rumahan	4	Menyediakan pesanan makanan untuk arisan, acara keluarga, syukuran
6	Usaha Makanan Ringan Kemasan	12	Produksi makanan ringan seperti keripik, snack local untuk dijual eceran, dll.
7	Depot Bakso/ Mie Ayam	6	Menjual bakso babi, bakso sapi, mie ayam sederhana
8	Penjual Makanan Keliling (Gerobak)	7	Penjual nasi kuning, makanan ringan keliling menggunakan sepeda motor/ gerobak
9	Warung Kopi dan Cemilan	5	Menjual kopi local, the, dan makanan ringan pendamping
Total		79	

Sumber: Data Primer 2025

B. Strategi Perkembangan UMKM Sektor Kuliner di Kelurahan Lasiana

Di Kelurahan Lasiana, strategi pengembangan UMKM di sektor kuliner difokuskan pada peningkatan daya saing melalui inovasi produk, penguatan kemitraan usaha, serta penerapan pemasaran digital. UMKM yang secara konsisten memperbarui variasi menu dan desain kemasan umumnya memiliki daya tarik lebih tinggi di pasar. Selain itu, penggunaan bahan baku lokal mencerminkan nilai budaya serta identitas daerah yang menjadi keunggulan tersendiri.

Pemanfaatan platform media sosial dan digital, seperti *whatsapp business*, *instagram*, dan *facebook* menjadi langkah strategis dalam proses pengembangan usaha. Meskipun demikian, pelaku UMKM masih memerlukan pelatihan serta pendampingan yang berkesinambungan karena sebagian dari mereka belum memiliki tingkat literasi digital yang memadai. Pemerintah telah

menginisiasi program digitalisasi bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melalui dinas yang berwenang. Sejumlah UMKM menerapkan strategi diversifikasi usaha dengan memproduksi makanan siap saji dan produk olahan yang memiliki daya tahan lebih lama, seperti makanan beku dan sambal kemasan. Langkah ini bertujuan untuk mengurangi ketergantungan terhadap fluktuasi penjualan harian.

Lebih lanjut, hasil wawancara dengan Ibu Dra. Fredrika K. Zogara dari Dinas Koperasi dan UKM Kota Kupang memberikan gambaran mengenai strategi yang diterapkan dalam pengembangan UMKM sektor kuliner. Menurut penjelasan beliau: *“Strategi yang kami terapkan setiap tahun adalah mengadakan pelatihan, kemudian melakukan monitoring terhadap jumlah usaha yang dijalankan di lapangan, khususnya bagi peserta yang telah mengikuti pelatihan. Kami mengevaluasi apakah setelah mengikuti pelatihan tersebut, usaha mereka mengalami perkembangan atau tidak. Selain itu, kami juga bekerja sama dengan pihak Kelurahan, yang turut menyelenggarakan pelatihan di bidang kuliner. Kami memantau perkembangan UMKM yang terdaftar dalam database kami untuk melihat sejauh mana pertumbuhannya setiap tahun, apakah mengalami peningkatan atau tidak.”*

Pemerintah, pihak kelurahan, serta Dinas Koperasi dan UKM telah melaksanakan berbagai program pelatihan dan pemberian bantuan modal meskipun dengan cakupan yang masih terbatas, sehingga hanya sebagian kecil pelaku UMKM yang dapat merasakannya. Untuk menciptakan strategi pengembangan yang lebih terarah dan tepat sasaran, para pelaku UMKM mengharapkan adanya peningkatan pembinaan serta pendampingan yang lebih bersifat personal. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelaku UMKM yang telah mengikuti pelatihan dari pemerintah, mereka menyampaikan bahwa: *“waktu ikut pelatihan dari dinas, saya belajar cara buat akun IG bisnis, ternyata bisa langsung dapat pembeli dari situ. Tapi sayangnya belum semua dapat pelatihan begitu”*.

C. Faktor Pendukung dan Penghambat Perkembangan UMKM Kuliner di Lasiana

Pertumbuhan UMKM sektor kuliner di Kelurahan Lasiana didukung oleh faktor lingkungan sosial yang kondusif, semangat kewirausahaan para pelaku usaha, serta potensi pasar yang cukup luas. Kebiasaan masyarakat setempat yang gemar mengonsumsi makanan di luar rumah, khususnya pada akhir pekan, membuka peluang besar bagi pengembangan usaha kuliner. Selain itu, ketersediaan bahan baku lokal yang melimpah turut memperkuat keberlanjutan kegiatan produksi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Vera selaku pemilik UMKM Warung Berkat, diperoleh informasi mengenai berbagai faktor pendukung serta kendala yang dihadapi dalam menjalankan usahanya. Beliau mengungkapkan bahwa: *“bahwa faktor pendukung yang paling membantu bisnis saya adalah pelanggan tetap yang telah menjadi langganan saya sejak awal saya jualan. Mereka suka makanan saya yang enak dan harganya masih terjangkau dan lokasinya yang strategis, dekat kantor-kantor, menarik banyak pembeli saat jam makan siang. Selain itu, ada keluarga yang selalu membantu saya jika memiliki banyak pelanggan, sedangkan salah satu masalah terbesar adalah harga bahan baku yang terus meningkat. Ada saat-saat ketika harga beras, minyak, atau ayam tiba-tiba meningkat jadi saya harus bertindak dengan cermat supaya saya tetap untuk tetapi tidak membuat harga makanan terlalu mahal. Selain itu, persaingan meningkat. Sekarang ada beberapa warung makan baru disekitar sini jadi saya harus terus menjaga kualitas makanan agar pelanggan tetap datang. Karena saya tidak terlalu mahir dalam pemasaran digital, promosi saya hanya melalui mulut ke mulut atau WhatsApp.”*

Program pemerintah seperti pelatihan kewirausahaan, bantuan alat produksi, dan promosi produk lokal melalui bazar menjadi salah satu faktor yang mendukung pengembangan UMKM. Namun, implementasi program tersebut belum berjalan maksimal karena adanya keterbatasan dana serta kurangnya sinergi antarinstansi. Akibatnya, masih terdapat pelaku UMKM yang belum mengetahui adanya program tersebut.

Program-program pemerintah, seperti pelatihan kewirausahaan, pemberian bantuan alat produksi, serta kegiatan promosi produk lokal melalui bazar, menjadi salah satu bentuk dukungan yang berperan dalam mendorong pengembangan UMKM. Namun, pelaksanaannya belum optimal akibat keterbatasan anggaran dan lemahnya koordinasi antarinstansi terkait. Kondisi ini menyebabkan sebagian pelaku UMKM belum memperoleh informasi mengenai program tersebut.

Tantangan lain yang dihadapi pelaku UMKM adalah ketergantungan terhadap kondisi cuaca dan musim, khususnya bagi mereka yang bergerak di sektor makanan kaki lima. Selain itu, upaya pengembangan usaha menjadi lebih sulit karena keterbatasan lokasi usaha yang strategis dan layak. Ketiadaan tempat berjualan permanen juga menyebabkan sebagian pelaku usaha terpaksa menghentikan kegiatan operasionalnya sementara waktu pada saat musim hujan.

D. Analisis SWOT

Berdasarkan hasil analisis SWOT terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sektor kuliner di Kelurahan Lasiana, ditemukan lima faktor yang menjadi kekuatan, empat faktor yang menjadi peluang, enam faktor yang termasuk dalam kelemahan, serta lima faktor yang dikategorikan sebagai ancaman.

Tabel 5.2

Faktor-faktor dalam analisis SWOT UMKM Sektor Kuliner di Kelurahan Lasiana

Faktor Internal		Faktor Eksternal	
Kekuatan (<i>Strengths</i>)	S	Peluang (<i>Opportunities</i>)	O
Lokasi usaha strategis di dekat pemukiman dan jalan utama	S1	Dukungan pelatihan dari pemerintah dan mitra komunitas	O1
Harga produk yang kompetitif dan bervariasi	S2	Kemudahan perizinan usaha mikro	O2
Fleksibilitas operasional dan jam kerja	S3	Perkembangan media sosial dan digital marketing	O3
Variasi jenis usaha kuliner	S4	Minat masyarakat terhadap produk lokal	O4
Relasi sosial pelaku usaha yang kuat	S5	Peningkatan jumlah konsumen lokal dan wisatawan	O5
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	W	Ancaman (<i>Threats</i>)	T
Keterbatasan modal awal dan akses pembiayaan	W1	Persaingan ketat antar pelaku UMKM sejenis	T1
Minimnya inovasi produk dan menu	W2	Fluktuasi harga bahan baku pokok	T2
Lemahnya manajemen keuangan dan operasional	W3	Keterbatasan distribusi dan promosi ke pasar luas	T3
Kurangnya pemanfaatan teknologi digital	W4	Ketergantungan pada penjualan langsung	T4
Tidak adanya sistem pencatatan usaha yang tertib	W5	Keterbatasan literasi digital dan pemasaran online	T5

Sumber: Analisis Data Primer 2025

Tabel 5.3

Matriks SWOT Strategi Pengembangan UMKM Sektor Kuliner di Kelurahan Lasiana

Strategi SWOT	Penjabaran Strategi
Strategi SO (<i>Strengths – Opportunities</i>)	Memanfaatkan lokasi strategis (S1) dan harga kompetitif (S2) untuk menjangkau pasar melalui pelatihan (O1) dan promosi digital (O3). Meningkatkan variasi produk (S4) untuk menarik konsumen lokal dan wisatawan (O5).
Strategi WO (<i>Weaknesses – Opportunities</i>)	Mengikuti pelatihan (O1) untuk meningkatkan inovasi (W2), pemanfaatan teknologi (W4), dan manajemen usaha (W3). Memanfaatkan kemudahan perizinan (O2) untuk melegalkan usaha dan membuka akses bantuan modal.
Strategi ST (<i>Strengths – Threats</i>)	Mengoptimalkan relasi sosial (S5) dan fleksibilitas operasional (S3) untuk mengatasi persaingan (T1) dan distribusi terbatas (T3). Menjaga harga kompetitif (S2) saat menghadapi fluktuasi bahan baku (T2).

Strategi WT (<i>Weaknesses – Threats</i>)	Meningkatkan pendampingan usaha untuk mengatasi lemahnya manajemen (W3) dan rendahnya literasi digital (W4), serta mengembangkan komunitas UMKM untuk kerja sama distribusi dan pemasaran guna menghadapi ancaman T3 dan T5.
---	--

Sumber: Analisis Data Primer 2025

Tabel 5.4
Analisis faktor internal UMKM sektor kuliner di Kelurahan Lasiana

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
1. Lokasi usaha strategis	0,15	4	0,60
2. Harga produk kompetitif dan terjangkau	0,13	4	0,52
3. Fleksibilitas usaha yang tinggi (mudah beradaptasi)	0,12	3	0,36
4. Ketersediaan bahan baku lokal	0,10	3	0,30
Kelemahan			
1. Tingkat inovasi produk yang masih rendah	0,15	2	0,30
2. SDM terbatas dalam manajemen dan pemasaran	0,13	2	0,26
3. Kurangnya branding produk	0,12	2	0,24
4. Kurangnya penggunaan teknologi digital	0,10	2	0,20
Total	1,00		2,78

Sumber: Analisis Data Primer 2025

Hasil analisis faktor internal pada UMKM sektor kuliner di Kelurahan Lasiana, sebagaimana tercantum pada tabel di atas, menunjukkan bahwa penilaian kekuatan dan kelemahan dilakukan melalui metode pembobotan dan pemberian rating. Faktor kekuatan utama yang dimiliki antara lain lokasi usaha yang strategis (skor 0,60), harga produk yang kompetitif (skor 0,52), fleksibilitas bisnis yang tinggi (skor 0,36), serta ketersediaan bahan baku lokal (skor 0,30). Di sisi lain, faktor yang paling menonjol dalam aspek kelemahan meliputi rendahnya tingkat inovasi produk dengan skor (0,30), keterbatasan sumber daya manusia dalam bidang manajemen dan pemasaran dengan skor (0,26), serta kurangnya upaya dalam membangun branding produk dengan skor (0,24). Total skor faktor internal sebesar 1,00 mencerminkan hasil evaluasi komprehensif terhadap komponen-komponen yang memengaruhi kinerja UMKM tersebut.

Tabel 5.5
Analisis faktor eksternal UMKM sektor kuliner di Kelurahan Lasiana

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
1. Dukungan pemerintah untuk UMKM	0,18	4	0,72
2. Meningkatnya tren wisata kuliner local	0,17	4	0,68
3. Meningkatnya penggunaan media sosial untuk promosi	0,15	4	0,60
4. Kemungkinan adanya kolaborasi dengan platform digital	0,10	3	0,30
Ancaman			
1. Persaingan usaha kuliner yang ketat	0,15	2	0,30
2. Variasi dalam biaya bahan baku	0,10	2	0,20
3. Perubahan cepat dalam preferensi pelanggan	0,08	2	0,16
4. Ketersediaan infrastruktur teknologi yang terbatas di beberapa wilayah	0,07	2	0,14
Total	1,00		3,10

Sumber: Analisis Data Primer 2025

Tabel di atas menggambarkan hasil analisis terhadap faktor eksternal yang memengaruhi UMKM sektor kuliner di Kelurahan Lasiana, meliputi aspek peluang dan ancaman yang dianalisis

melalui pembobotan, pemberian rating, serta perhitungan skor. Pada aspek peluang, ditemukan beberapa faktor utama, yaitu adanya dukungan dari pemerintah dengan (skor 0,72), meningkatnya tren wisata kuliner lokal dengan (skor 0,68), semakin luasnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dengan (skor 0,60), serta peluang kolaborasi dengan platform digital yang memiliki (skor 0,30). Sementara itu, pada aspek ancaman, beberapa faktor utama yang dihadapi oleh UMKM sektor kuliner meliputi tingginya tingkat persaingan usaha kuliner dengan (skor 0,30), fluktuasi biaya bahan baku dengan (skor 0,20), perubahan cepat dalam preferensi konsumen dengan (skor 0,16), serta keterbatasan infrastruktur teknologi di beberapa wilayah dengan (skor 0,14). Total skor faktor eksternal sebesar 1,00 menggambarkan tingkat pengaruh keseluruhan faktor-faktor eksternal terhadap kinerja UMKM tersebut.

Kebaruan penelitian ini terletak pada penerapan analisis SWOT yang diperkaya dengan temuan lapangan dari wawancara langsung bersama pelaku UMKM sektor kuliner di Kelurahan Lasiana. Penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, tetapi juga merumuskan strategi pengembangan yang relevan dengan kondisi dan potensi lokal. Studi ini berbeda dari penelitian-penelitian sebelumnya yang cenderung berfokus pada UMKM di kota-kota besar, karena memberikan perspektif baru serta kontribusi terhadap penguatan literatur dan implementasi kebijakan UMKM di wilayah daerah.

Kebaruan lain dari penelitian ini terletak pada perumusan strategi yang disusun berdasarkan klasifikasi SWOT dan disesuaikan dengan kondisi faktual UMKM kuliner di Kelurahan Lasiana. Faktor-faktor seperti keterbatasan modal, pemanfaatan media sosial yang masih minim, serta kekuatan berupa lokasi usaha yang strategis dan keragaman jenis usaha menjadi dasar dalam penyusunan strategi tersebut. Dengan demikian, strategi yang dihasilkan bersifat lebih aplikatif dan relevan terhadap kebutuhan pengembangan usaha yang berkelanjutan di tingkat kelurahan.

SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM sektor kuliner di Kelurahan Lasiana, Kota Kupang, mengalami perkembangan positif yang ditandai oleh meningkatnya keterlibatan masyarakat usia produktif dalam berbagai jenis usaha kuliner. Meskipun sebagian besar masih berskala kecil dan dikelola secara tradisional, semangat kewirausahaan tetap tinggi. Namun, tantangan seperti keterbatasan modal, rendahnya inovasi produk, lemahnya manajemen, serta pemanfaatan teknologi digital yang belum optimal masih menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha.

Analisis SWOT menghasilkan strategi pengembangan UMKM yang komprehensif, dengan menekankan pemanfaatan kekuatan dan peluang untuk memperkuat daya saing usaha. Sementara itu, penanganan terhadap kelemahan dan ancaman dilakukan melalui kerja sama multipihak, seperti pelatihan berkelanjutan, pendampingan usaha, dan kolaborasi antara pemerintah serta pelaku UMKM agar pengembangan sektor kuliner dapat berjalan secara berkelanjutan.

Keterbatasan penelitian ini meliputi waktu pelaksanaan yang terbatas, jangkauan responden UMKM yang belum merata, serta ketersediaan data sekunder yang belum sepenuhnya terkini. Aspek-aspek tersebut menjadi catatan penting bagi penelitian selanjutnya untuk meningkatkan kedalaman dan representativitas hasil kajian.

Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memetakan kondisi aktual UMKM sektor kuliner pada tingkat kelurahan serta merumuskan strategi pengembangan berbasis analisis SWOT. Hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan bagi pemerintah daerah dan pemangku kepentingan lainnya dalam merancang program pemberdayaan yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan lokal. Selain itu, penelitian ini membuka ruang bagi kajian lanjutan dengan pendekatan yang lebih inovatif, seperti penerapan digitalisasi dalam manajemen usaha, analisis rantai pasok produk kuliner, serta studi kelayakan pendirian inkubator bisnis berbasis komunitas di kawasan perkotaan seperti Kelurahan Lasiana.

DAFTAR PUSTAKA

- Fani, F., Rombe, E., Bachri, S., & Palawa, M. R. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Dihuntap Pombewe Kabupaten Sigi. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia*, 2(1), 178–184.
<https://doi.org/10.61132/jepi.v2i1.359>

- Hira, N. (2023). *STRATEGI PENGEMBANGAN SEKTOR USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PADA DINAS KOPERASI DAN UKM KOTA MAKASSAR PROVINSI SULAWESI SELATAN* [Skripsi]. UNIVERSITAS BOSOWA MAKASSAR.
- Indriyani, Wiranata, I. P. B., & Hiu, S. (2024). Strategi Peningkatan Efisiensi Operasional UMKM di Era Digital: Pendekatan Kualitatif dengan Business Intelligence dalam Implementasi E-Commerce. *Informatics for Educators And Professionals: Journal of Informatics*, 9(1), 22–32.
- Nugroho, A. W., & Utama, A. A. G. S. (2025). Business Intelligence Systems and Their Impact on Organizational Decision-Making and Performance Outcomes: Literature Review. *Owner*, 9(2). <https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2646>
- Rosmita, Suriani, L., Herman, & Adera, A. T. (2024). BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGIES OF CULINARY UMKM IN PEKANBARU CITY. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(3).
- Setiawan, A. K., & Rahmi, D. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Makanan dan Minuman di Kelurahan Tamansari Kota Bandung. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 133–142. <https://doi.org/10.29313/jrieb.v3i2.2796>
- Suyanto, U. Y., & Purwanti, I. (2020). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis E-Commerce (Studi Pada UMKM Kabupaten Lamongan). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 189–198. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.299>
- Tohari, M. A., Muslihun, & Hidayat, N. (2018). STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH BERBASIS EKONOMI KREATIF BIDANG KULINER DI KOTA BANDAR LAMPUNG. *JURNAL AZ-ZAHRA : JURNAL EKONOMI DAN BISNIS ISLAM*.