

ANALISIS FAKTOR INTERNAL DAN EKTERNAL YANG MEMPERNGARUHI KAPASITAS UMKM KULINER DI KOTA KENDARI: STUDI KASUS UMKM BAWANG GORENG TUNGGALA

Jhon Labo, Iskandar Zainuddin Rela*, Megafirmawanti Lasinta

¹ Jurusan Penyuluhan Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Halu Oleo, Kampus Hijau Bumi Tridharma, Kendari, 93231, Sulawesi Tenggara, Indonesia.

* **Corresponding Author:** iskandar_faperta@uho.ac.id

To cite this article:

Labo, J., Rela, I. Z., & Lasinta, M. (2026). Analisis Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Kapasitas UMKM Kuliner di Kota Kendari: Studi Kasus UMKM Bawang Goreng Tunggala. *JIIKPP (Jurnal Ilmiah Inovasi dan Komunikasi Pembangunan Pertanian)*, 5 (3), 297 – 313. <http://doi.org/10.56189/jiikpp.v5i3.68>

Received: 18 Maret 2026; **Accepted:** 17 Juni 2026; **Published:** 30 Juli 2026

ABSTRACT

The capacity of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) is a critical factor that determines a business's ability to manage resources, enhance competitiveness, and maintain business sustainability amid an increasingly dynamic business environment. The development of MSME capacity is influenced by a combination of internal and external factors. The present study aims to analyse the internal and external factors affecting the capacity of culinary MSMEs in Kendari City, using the Tunggala Fried Onion MSME as a case study. The research employs a qualitative approach, adopting a case study design. The present study involved a total of 20 informants, consisting of one key informant and 19 primary informants. The selection of these informants was conducted using purposive sampling. The data were collected through a variety of methods, including observation, in-depth interviews, documentation, and a comprehensive literature review. The analysis was conducted using the Miles and Huberman interactive model, which includes data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The validity of the data was established through the implementation of source triangulation and methodological triangulation. The research results indicate that the capacity of the Tunggala Fried Onion SME is classified as developed and adaptive, as demonstrated by the business's ability to maintain sustainability for more than eight years, improve production quality and quantity, expand its marketing network, adopt digital technology, and build institutional networks that support business development. Internal factors influencing the SME's capacity include human resources, financial management, production systems, and marketing. The human resources possess good production experience and skills, although they still face limitations in digital literacy. Structured financial management, standardized production processes, and marketing strategies that combine conventional and digital marketing further strengthen the business's capacity. Meanwhile, external factors influencing the capacity of MSMEs include technology, government support, socioeconomic conditions, and the role of supporting institutions. The use of production technology and marketing digitization improves efficiency and market access, while government support, conducive socioeconomic conditions, and assistance from relevant institutions contribute to strengthening business capacity. Enhancing the capacity of MSMEs requires synergy between internal and external factors to support the sustainability and competitiveness of businesses over the long term.

Keywords: *Digital Marketing, Financial Management, Human Resources, Institutional Support, Technology Adoption.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional yang memiliki kontribusi strategis terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, pemerataan

pendapatan, serta pengentasan kemiskinan (Aftitah et al., 2025). Di berbagai negara berkembang, termasuk Indonesia, UMKM berperan sebagai penggerak ekonomi lokal karena kemampuannya dalam menyerap tenaga kerja dan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga menjadi instrumen penting dalam memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat pada tingkat regional maupun nasional (Janah & Tampubolon, 2024). Pengalaman krisis ekonomi yang pernah terjadi di Indonesia menunjukkan bahwa sektor UMKM memiliki daya tahan yang relatif lebih baik dibandingkan usaha berskala besar karena fleksibilitasnya dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan kondisi ekonomi.

Perkembangan UMKM di Indonesia terus menunjukkan tren positif seiring meningkatnya aktivitas ekonomi masyarakat dan dukungan pemerintah terhadap sektor usaha kecil (Wati et al., 2024; Purba et al., 2025). Namun demikian, keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh jumlah unit usaha yang berkembang, tetapi juga oleh kapasitas usaha yang dimiliki oleh para pelakunya. Kapasitas UMKM menjadi aspek penting karena mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya, mengembangkan usaha, merespons perubahan pasar, serta mempertahankan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang (Yashinta, 2025). Susilowati et al (2025), kapasitas yang tinggi memungkinkan pelaku usaha untuk meningkatkan produktivitas, memperluas jaringan pemasaran, melakukan inovasi produk, dan meningkatkan daya saing usaha di tengah dinamika lingkungan bisnis yang semakin kompetitif.

Konsep kapasitas dalam pengembangan UMKM mengacu pada kemampuan individu maupun organisasi usaha dalam memanfaatkan sumber daya yang tersedia untuk mencapai tujuan usaha secara efektif dan berkelanjutan (Siagian et al., 2025). Kapasitas tidak hanya berkaitan dengan kemampuan teknis produksi, tetapi juga mencakup kemampuan manajerial, pengelolaan keuangan, pemasaran, penguasaan teknologi, serta kemampuan membangun jejaring dan kemitraan usaha. Dalam pembangunan ekonomi lokal, kapasitas usaha menjadi faktor kunci yang menentukan kemampuan UMKM untuk tumbuh, beradaptasi, dan bertahan menghadapi berbagai tantangan eksternal (Azzahra & Soemitra, 2024). Oleh karena itu, peningkatan kapasitas UMKM menjadi salah satu fokus utama dalam berbagai program pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Meskipun memiliki peranan yang sangat penting, sebagian besar UMKM di Indonesia masih menghadapi berbagai keterbatasan yang berpotensi menghambat pengembangan kapasitas usahanya. Keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya literasi digital, lemahnya pengelolaan keuangan, terbatasnya akses pasar, serta kurangnya kemampuan inovasi masih menjadi permasalahan yang umum ditemukan pada berbagai sektor UMKM (Agustina et al., 2025; Azis et al., 2025). Selain itu, perubahan perilaku konsumen yang semakin dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital menuntut pelaku usaha untuk memiliki kemampuan adaptasi yang lebih tinggi dibandingkan sebelumnya (Amory et al., 2025; Harahap et al., 2026). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan kapasitas UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh faktor yang berasal dari dalam usaha, tetapi juga oleh berbagai faktor eksternal yang membentuk lingkungan usaha.

Salah satu sektor UMKM yang mengalami perkembangan cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah sektor kuliner (Millinia et al., 2023). Pertumbuhan sektor kuliner didorong oleh meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk pangan olahan, berkembangnya sektor pariwisata, perubahan pola konsumsi masyarakat, serta kemajuan teknologi informasi yang mempermudah pemasaran produk. Sektor kuliner juga memiliki karakteristik yang unik karena menggabungkan aspek ekonomi, budaya, kreativitas, dan inovasi dalam menghasilkan produk yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berkembang. Sektor kuliner menjadi salah satu sektor yang memiliki potensi besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan menciptakan peluang usaha baru bagi masyarakat (Rosmayati, 2025).

Di Kota Kendari, UMKM kuliner menjadi salah satu sektor usaha yang berkembang cukup pesat dan berkontribusi terhadap peningkatan aktivitas ekonomi masyarakat. Berbagai jenis usaha kuliner tumbuh dan berkembang, mulai dari usaha makanan tradisional, makanan olahan, catering, hingga produk pangan khas daerah yang dipasarkan secara langsung maupun melalui platform digital. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa sektor kuliner memiliki peluang pasar yang besar. Namun demikian, peningkatan jumlah UMKM belum tentu diikuti oleh peningkatan kapasitas usaha yang memadai. Masih banyak pelaku UMKM yang menghadapi kendala dalam pengelolaan usaha, pengembangan produk, pemanfaatan teknologi, serta perluasan akses pasar yang pada akhirnya memengaruhi kemampuan usaha untuk berkembang secara berkelanjutan.

Maharani et al (2025); Muaffa et al (2025); Nugraha et al (2026), mengenai kapasitas UMKM menunjukkan bahwa kemampuan usaha dipengaruhi oleh berbagai faktor yang saling berinteraksi. Faktor internal seperti kualitas sumber daya manusia, kemampuan pengelolaan keuangan, sistem produksi, dan strategi pemasaran

memiliki peranan penting dalam menentukan kemampuan usaha untuk tumbuh dan berkembang. Di sisi lain, faktor eksternal seperti perkembangan teknologi, dukungan pemerintah, kondisi sosial ekonomi masyarakat, serta peran lembaga pendukung usaha turut memengaruhi kapasitas pelaku UMKM dalam menjalankan aktivitas usahanya (Subroto et al., 2016). Achmad et al (2025), bahwa interaksi antara faktor internal dan eksternal tersebut membentuk kemampuan adaptasi usaha terhadap perubahan lingkungan bisnis dan menentukan tingkat keberhasilan usaha dalam jangka panjang.

Berbagai penelitian sebelumnya telah mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi perkembangan UMKM. Sebagian besar penelitian seperti Sihombing et al (2025); Nirmalasari et al (2025); dan Golda (2025), berfokus pada pengaruh modal usaha, akses pembiayaan, digitalisasi pemasaran, maupun kinerja usaha secara parsial. Penelitian lain seperti Rahmadania & Tihar (2024); Hakim (2024); Dzirkullah & Chasanah (2024), lebih banyak menyoroti aspek pendapatan, produktivitas, dan daya saing UMKM tanpa mengkaji kapasitas usaha secara menyeluruh. Akibatnya, pemahaman mengenai bagaimana faktor internal dan faktor eksternal secara simultan membentuk kapasitas UMKM masih relatif terbatas, khususnya pada sektor kuliner yang memiliki karakteristik usaha yang berbeda dengan sektor lainnya. Selain itu, kajian yang menggunakan pendekatan studi kasus mendalam pada UMKM kuliner yang telah berkembang dan mampu bertahan dalam jangka panjang masih belum banyak dilakukan.

UMKM Bawang Goreng Tunggala di Kota Kendari merupakan salah satu contoh UMKM kuliner yang berhasil berkembang dan memperoleh berbagai pengakuan baik di tingkat daerah maupun nasional. Usaha ini tidak hanya mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya selama bertahun-tahun, tetapi juga menunjukkan perkembangan kapasitas usaha melalui peningkatan produksi, pemanfaatan teknologi, perluasan jaringan pemasaran, serta keterlibatan dalam berbagai program pembinaan dan pameran usaha. Kondisi tersebut menjadikan UMKM Bawang Goreng Tunggala sebagai kasus yang menarik untuk dianalisis guna memahami faktor-faktor yang memengaruhi kapasitas usaha secara lebih mendalam.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kapasitas UMKM kuliner di Kota Kendari melalui studi kasus pada UMKM Bawang Goreng Tunggala. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian kapasitas UMKM serta memberikan rekomendasi praktis bagi pemerintah, lembaga pendamping, dan pelaku usaha dalam merumuskan strategi penguatan kapasitas UMKM yang berkelanjutan.

MATERI DAN METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi kapasitas UMKM kuliner. Pendekatan studi kasus dipilih karena mampu mengungkap fenomena secara komprehensif dalam konteks nyata serta memberikan gambaran rinci mengenai dinamika yang terjadi pada objek penelitian.

Penelitian telah dilaksanakan pada UMKM Bawang Goreng Tunggala yang berlokasi di Kelurahan Anawai, Kecamatan Wua-Wua, Kota Kendari, Sulawesi Tenggara. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa UMKM Bawang Goreng Tunggala merupakan salah satu UMKM kuliner yang telah berkembang, memiliki pengalaman usaha yang relatif panjang, memperoleh berbagai penghargaan, serta aktif mengikuti program pembinaan dan pengembangan usaha yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun lembaga terkait.

Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Himam et al., 2026). Informan terdiri atas 1 orang informan kunci, yaitu ketua UMKM Bawang Goreng Tunggala, serta 19 orang informan utama yang merupakan anggota dan pelaku usaha yang terlibat langsung dalam kegiatan operasional UMKM. Sehingga, jumlah informan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 20 orang. Pemilihan informan didasarkan pada tingkat keterlibatan, pengalaman, serta pengetahuan yang dimiliki terkait pengelolaan dan pengembangan usaha.

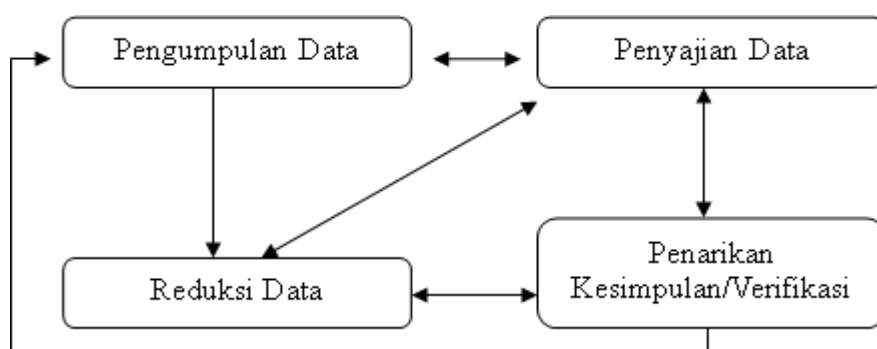
Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui interaksi langsung dengan informan penelitian, sedangkan data sekunder diperoleh dari berbagai dokumen pendukung seperti laporan usaha, arsip kegiatan, publikasi pemerintah, serta hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan pengembangan kapasitas UMKM.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi pustaka. Observasi digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai aktivitas usaha, proses produksi, pemanfaatan

teknologi, dan kondisi lingkungan usaha. Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur menggunakan pedoman wawancara untuk menggali informasi terkait faktor-faktor yang memengaruhi kapasitas UMKM. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian berupa foto kegiatan, catatan usaha, serta dokumen pendukung lainnya. Sementara itu, studi pustaka dilakukan untuk memperkuat landasan teoritis dan mendukung interpretasi hasil penelitian.

Fokus penelitian diarahkan pada analisis faktor-faktor yang memengaruhi kapasitas UMKM kuliner. Faktor internal meliputi sumber daya manusia, pengelolaan keuangan, sistem produksi, dan pemasaran. Sementara itu, faktor eksternal meliputi pemanfaatan teknologi, dukungan pemerintah, kondisi sosial ekonomi, dan peran lembaga pendukung usaha. Faktor-faktor tersebut dianalisis untuk memahami kontribusinya terhadap penguatan kapasitas UMKM dalam mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles & Huberman (1984) yang meliputi empat tahapan, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi, mengelompokkan, dan menyederhanakan informasi yang diperoleh di lapangan. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk memudahkan proses interpretasi. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan secara bertahap melalui proses verifikasi yang berlangsung selama penelitian sehingga diperoleh temuan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Model analisis ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Analisis Miles & Huberman

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode (Susanto et al., 2023). Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan, sedangkan triangulasi metode dilakukan melalui perbandingan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penerapan triangulasi bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas, konsistensi, dan validitas temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kapasitas UMKM Bawang Goreng Tunggala

Kapasitas UMKM merupakan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya yang dimiliki untuk mencapai tujuan usaha secara efektif, efisien, dan berkelanjutan (Purnamasari et al., 2025). Kapasitas tersebut tercermin dari kemampuan usaha dalam mengelola sumber daya manusia, mengembangkan produksi, memperluas pemasaran, memanfaatkan teknologi, serta membangun jejaring usaha yang mendukung perkembangan usaha. Pada UMKM kuliner, kapasitas usaha menjadi faktor penting yang menentukan kemampuan pelaku usaha untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar yang semakin dinamis (Ramadan et al., 2025).

UMKM Bawang Goreng Tunggala menunjukkan kapasitas usaha yang terus berkembang sejak pertama kali didirikan pada tahun 2016. Perkembangan tersebut ditunjukkan oleh peningkatan volume produksi, perluasan jaringan pemasaran, pemanfaatan teknologi dalam kegiatan usaha, serta meningkatnya pengakuan terhadap kualitas produk yang dihasilkan. Kondisi ini menunjukkan bahwa UMKM Bawang Goreng Tunggala tidak hanya mampu mempertahankan keberlangsungan usahanya selama bertahun-tahun, tetapi juga berhasil meningkatkan kemampuan organisasional dan daya saing usaha secara berkelanjutan.

Dari aspek produksi, kapasitas usaha terlihat dari kemampuan UMKM dalam mengelola proses produksi secara lebih efektif dan terstandarisasi. Proses produksi dilakukan melalui tahapan penyortiran bahan baku, pengupasan, pencucian, pengirisan, pencampuran bumbu, penggorengan, penirisan minyak menggunakan mesin spinner, hingga pengemasan produk menggunakan alat sealer. Penggunaan teknologi pada setiap tahapan produksi menunjukkan adanya upaya peningkatan efisiensi kerja sekaligus menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Pemanfaatan peralatan produksi modern memungkinkan pelaku usaha meningkatkan kapasitas produksi, menjaga konsistensi mutu produk, serta mengurangi ketergantungan pada proses kerja manual.

Kapasitas usaha juga tercermin dari kemampuan UMKM dalam mengembangkan sistem pemasaran yang lebih luas. Selain memasarkan produk secara langsung, UMKM Bawang Goreng Tunggala telah menjalin kerja sama dengan berbagai toko di Kota Kendari sebagai mitra pemasaran. Di samping itu, pelaku usaha juga memanfaatkan berbagai platform digital seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, Tokopedia, dan e-katalog untuk memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan media digital tersebut menunjukkan adanya kemampuan adaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi dalam aktivitas pembelian produk. Kondisi ini memperlihatkan bahwa kapasitas usaha tidak hanya dibangun melalui peningkatan produksi, tetapi juga melalui kemampuan mengakses pasar yang lebih luas.

Perkembangan kapasitas UMKM Bawang Goreng Tunggala juga terlihat dari kemampuan usaha dalam mengadopsi teknologi pendukung kegiatan operasional. Selain penggunaan mesin produksi, pelaku usaha telah menerapkan sistem pembayaran digital menggunakan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). Pemanfaatan teknologi tersebut menunjukkan adanya transformasi usaha menuju sistem pengelolaan yang lebih modern dan efisien. Angraini & Masyuri (2026), bahwa kemampuan mengintegrasikan teknologi dalam kegiatan produksi, pemasaran, dan transaksi menjadi indikator penting dalam penguatan kapasitas usaha, terutama di era digital yang menuntut pelaku UMKM untuk lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Pada aspek kelembagaan, kapasitas usaha ditunjukkan melalui keterlibatan aktif dalam berbagai program pembinaan, pelatihan, dan pendampingan yang diselenggarakan oleh pemerintah maupun lembaga pendukung usaha. Keterlibatan tersebut memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta akses terhadap informasi dan jaringan usaha. Selain itu, keberhasilan UMKM Bawang Goreng Tunggala dalam memperoleh berbagai penghargaan dan mengikuti pameran di tingkat regional maupun internasional menunjukkan adanya pengakuan terhadap kualitas produk dan kapasitas usaha yang dimiliki. Penghargaan tersebut menjadi indikator bahwa usaha telah berkembang melampaui skala usaha mikro tradisional menuju usaha yang lebih kompetitif dan berorientasi pasar.

Kapasitas UMKM Bawang Goreng Tunggala terbentuk melalui proses pembelajaran usaha yang berlangsung secara berkelanjutan. Kemampuan dalam mengelola sumber daya manusia, meningkatkan kualitas produksi, memperluas jaringan pemasaran, mengadopsi teknologi, serta membangun hubungan dengan berbagai lembaga pendukung menjadi faktor yang memperkuat kapasitas usaha. Kondisi ini sejalan dengan pandangan Auliandari et al (2025), bahwa kapasitas UMKM merupakan kemampuan multidimensional yang tidak hanya ditentukan oleh sumber daya yang dimiliki, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan peluang dan merespons perubahan lingkungan usaha.

Dengan demikian, kapasitas UMKM Bawang Goreng Tunggala dapat dikategorikan sebagai kapasitas usaha yang berkembang dan adaptif. Hal ini ditunjukkan oleh kemampuan usaha dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis selama lebih dari delapan tahun, meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi, memperluas akses pasar, memanfaatkan teknologi digital, serta membangun jejaring kelembagaan yang mendukung pengembangan usaha. Kapasitas yang dimiliki tersebut menjadi modal penting dalam meningkatkan daya saing usaha dan menciptakan peluang pengembangan usaha yang lebih berkelanjutan di masa mendatang.

Faktor Internal yang Mempengaruhi Kapasitas UMKM Bawang Goreng Tunggala

Faktor internal adalah faktor yang bersal dari dalam pelaku usaha atau dari dalam unit usaha itu sendiri yang secara langsung mempengaruhi kemampuan usaha dalam menjalankan dan mengembagkan kegiatannya. Faktor internal ini berada dalam kendali pelaku usaha sehingga dapat dikelola dan ditingkatkan. Pada penelitian faktor internal yang akan dibahas, yaitu sumber daya manusia, keuangan, produksi, dan pemasaran.

Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia (SDM) adalah seluruh individu yang terlibat dalam suatu organisasi atau kegiatan usaha yang memiliki kemampuan fisik, pengetahuan, keterampilan, pengalaman, serta sikap kerja yang di

gunakan untuk mencapai tujuan organisasi atau usaha. Sumber daya manusia merupakan faktor utama karena berperan perencana, pelaksana, dan pengendali seluruh kegiatan usaha (Siagian & Ningrum, 2019).

Sumber daya manusia dalam penelitian ini atau sumber daya manusia yang di analisis dalam penelitian ini adalah karyawan atau pegawai yang beraktivitas pada kegiatan usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) bawang goreng tunggal, yang berjumlah 20 orang berdasarkan SK, namun yang aktif menjalankan operasional harian hanya 11-12 orang saja, karena sebagian adalah pegawai negeri yang mana tugas mereka sebagai pendamping pada UMKM bawang goreng tunggal, hal ini sejalan dengan apa yang di ungkapkan oleh informan. Berdasarkan hasil wawancara bersama informan terkait dengan sumber daya manusia dapat dilihat sebagai berikut.

"untuk saat ini terdapat 20 orang yang terdaftar secara administratif dalam sk, tapi hanya 11 orang yang aktif menjalankan operasional harian, karena sebagian itu pegawai negeri mereka itu hanya sebagai pendamping, disini juga sistem kerjanya tidak wajib hadir tiap hari kecuali pada saat produksi saja." (HI, 2026)

"kalau saat ini secara kualitas produksi SDM saat ini sudah mencukupi, tapi secara kapasitas pengembangan usaha untuk digitalisasi, jumlah SDM yang mampu masih kurang karena kami disini mayoritas ibu-ibu masih keterbatasan dalam menggunakan teknologi digital." (NR, 2026)

Berdasarkan hasil wawancara bersama informan, menunjukkan bahwa jumlah sumber daya manusia yang terlibat dalam kegiatan usaha UMKM cukup namun kapasitas pengembangan usaha yang mereka miliki masih kurang, dikarenakan kurangnya kemampuan menggunakan teknologi digital. Dengan keterbatasan tersebut mereka membutuhkan pelatihan mengenai digitalisasi agar mereka bisa menambah kemampuan mereka terkait teknologi digital. Arjang et al (2025), menyatakan bahwa pelaku UMKM tidak hanya dituntut untuk memproduksi barang, tetapi juga mampu memanfaatkan teknologi digital agar dapat meningkatkan daya saing dan bertahan di tengah persaingan pasar.

Meskipun kuantitas sumber daya manusia pada UMKM sudah mencukupi, namun kapasitas pengembangan usahanya masih terhambat oleh keterbatasan kemampuan dalam mengoperasikan teknologi digital, kondisi ini menciptakan kebutuhan mendesak akan adanya pelatihan digitalisasi guna meningkatkan kompetensi teknis para pelaku usaha. Hal tersebut didukung oleh landasan teori yang ada, penguasaan teknologi digital merupakan faktor penentu bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing serta menjamin keberlangsungan usaha di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Tabel 1. Keunggulan dan Kelemahan Sumber Daya Manusia (SDM)

No.	Keunggulan	Kelemahan
1	Memiliki keterampilan produksi tradisional	Kemampuan manajerial masih terbatas
2	Pengalaman usaha yang tinggi	Literasi digital masih rendah
3	Etos kerja dan ketekunan tinggi	Keterbatasan pengetahuan standarisasi produk
4	Peran perempuan yang dominan	Ketergantungan pada tenaga kerja keluarga
5	Kerja sama sosial dan kekeluargaan yang kuat	Kurangnya inovasi produk

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2026.

Keuangan

Keuangan adalah segala hal yang berkaitan dengan pengelolaan uang, mulai dari perolehan, penggunaan, penyimpanan, hingga pengalokasian dana untuk memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan tertentu. Dalam usaha, keuangan berperan penting dalam menentukan keberlangsungan dan perkembangan usaha, pengelolaan yang baik memungkinkan pelaku usaha mengetahui kondisi keuangan usahanya, seperti keuntungan, kerugian, serta kemampuan usaha dalam memenuhi kewajiban dan melakukan pengembangan usaha di masa depan (Sholeha et al., 2025).

Pengelolaan keuangan pada usaha UMKM bawang goreng tunggal masih dipegang langsung oleh ketua kelompok dan dibantu oleh bendahara dalam proses pencatatan perolehan atau arus masuk yang mana di lakukan secara manual, pengalokasian dana pada usaha UMKM bawang goreng tunggal merupakan proses membagikan modal atau pendapatan pada pos-pos tertentu agar operasional berjalan efektif seperti menetapkan omzet untuk pembelian bahan baku, gaji karyawan, di mana proses pembayaran upah atau gaji karyawan dilakukan setelah

proses produksi selesai, sedangkan penggunaan dana pada usaha UMKM bawang goreng tunggal merupakan eksekusi nyata yang dilakukan dari pengalokasian dana untuk kebutuhan operasional sehari-hari, yang sering kali tercampur dengan pengeluaran lain seperti membayar suplayer bawang, membayar tagihan listrik dan gas, memperbaiki mesin yang rusak, dan penyimpanan dana pada usaha UMKM bawang goreng tunggal merupakan serangkaian serangkain langka aman yang di lakukan untuk mengelola, mengamankan dan mencatat dana guna menghindari kerugian dan menjaga keberlanjutan bisnis, contoh penyimpanan pemisahan dana (rekening), pencatatan (penyimpanan dana), pengendalian kas dan pengamanan dana. Hasil wawancara bersama informan terkait dengan keuangan dapat dilihat sebagai berikut.

"kalau modal awalnya dulu saya pakai tabungan pribadi ji, hasil kumpul-kumpul sedikit demi sedikit." (HI, 2026)

"untuk pengelolaan keuangan disini masih saya pegang langsung dan di bantu oleh bendahara, untuk proses pencatatan perolehan disini kami masih lakukan secara manual." (HI, 2026)

"kalau di sini hasil yang kami dapat di catat dulu berapa hasil totalnya supaya tidak lupa baru kami simpan di bank, soalnya kalau mau di pegang ces takut hilang lebih aman juga kalau simpan di bank." (NU, 2026)

"saya selama menjalankan usaha ini kalau untuk operasinol semuanya saya sudah tetapkan untuk gaji karyawan berapa, beli bahan berapa, pokonya saya sudah catat memang supaya tidak salah-salah." (HI, 2026)

Berdasarkan hasil wawancara bersama informan di atas, dapat dilihat bahwa usaha ini dirintis melalui kemandirian finansial dimana modal awal sepenuhnya bersumber dari tabungan pribadi yang dikumpulkan secara bertahap, dalam operasional hariannya pengelolaan keuangan dilakukan secara langsung oleh pemilik dengan batuan seseorang bendahara melalui sistem pencatatan pendapatan yang masih bersifat manual, strategi pengelolaan kas juga sangat memperhatikan aspek keamanan, di mana setiap pemasukan dicatat dengan teliti agar tidak ada data yang terlewatkan sebelum akhirnya seluruh dana disimpan ke dalam bank guna menghindari resiko kehilangan uang tunai. Selain itu, pemilik usaha telah menerapkan manajemen keuangan yang terstruktur dengan menetapkan alokasi dana khusus untuk berbagai kebtuhan operasional, seperti pemenuhan gaji karyawan dan pembelian bahan baku, seluruh perencanaan dan pencatatan biaya tersebut dilakukan secara disiplin untuk memastikan tidak terjadi kesalahan penghitungan, sehingga stabilitas keungan usaha tetap terjaga dan prosedur penyimpanan yang aman.

Secara keseluruhan pengelolaan keuangan pada usaha ini menunjukkan tingkat kemandirian dan kehati-hatian yang sangat tinggi melalui pemanfaatan modal pribadi yang dikumpulkan sejak awal berdiri, sistem manajemen yang diterapkan menitik beratkan pada kendali langsung pemilik yang dibantu oleh bendahara dalam melakukan pencatatan manual secara disiplin, baik untuk memantau pendapatan harian maupun mengalokasikan biaya operasional seperti gaji dan bahan baku. Sulfaunsilah et al (2025), fokus utama dalam strategi keuangan ini adalah aspek keamanan dan akurasi, yang diwujudkan melalui prosedur penyimpanan dana di bank untuk menghindari resiko kehilangan uang tunai serta pengawasan ketat setiap pos pengeluaran guna mencegah terjadinya kesalahan perhitungan dalam menjalankan bisnis.

Tabel 2. Pengelolaan Keuangan UMKM Bawang Goreng Tunggal

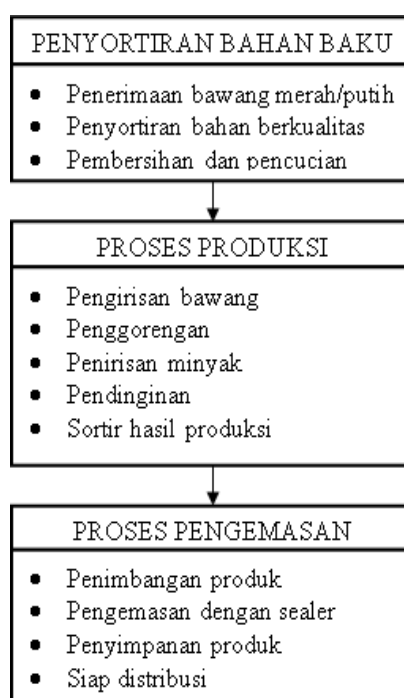
No	Aspek Keuangan	Penjelasan
1	Perolehan Dana	Dana diperoleh dari modal sendiri dan hasil usaha
2	Penggunaan Dana	Dana digunakan untuk kebutuhan operasional usaha sehari-hari
3	Pengaloksian Dana	Dana dialokasikan untuk bahan baku, gaji karyawan, listrik, gas, dan perbaikan mesin
4	Pencatatan Dana	Arus kas masuk dan keluar dicatat secara manual
5	Pengelolaan Dana	Pengelolaan dilakukan langsung oleh ketua kelompok dibantu bendahara
6	Penyimpanan Dana	Dana disimpan secara aman melalui rekening dan pengendalian kas
7	Pengamanan Dana	Dilakukan pengawasan dan pencatatan guna menghindari kerugian
8	Tujuan Pengelolaan	Menjaga keberlangsungan dan kestabilan bisnis UMKM

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2026.

Produksi

Produksi adalah kegiatan yang dilakukan untuk mengelola atau mengubah berbagai input (faktor produksi) menjadi barang atau jasa yang memiliki nilai guna dan dapat memenuhi kebutuhan manusia. Menurut Afif & Wahyunita (2021), produksi adalah kegiatan yang berkaitan dengan penciptaan dan penambahan kegunaan suatu barang atau jasa melalui proses pengelolaan, sehingga memiliki nilai tambah bagi konsumen.

Gambar 2 menunjukkan proses produksi, yang bisa berlangsung selama 1-2 hari, dimulai dari pengadaan bahan baku, dimana bahan baku berupa bawang merah dan bawang putih dipesan langsung ke pada pengepul jauh hari sebelum proses produksi akan dilakukan, masuk pada proses pembuatan bawang goreng dimulai dengan tahap pemilihan bawang, dilakukan penyortiran yang ketat untuk memisahkan bahan baku yang berkualitas tinggi dari bawang yang kondisinya kurang bagus, setelah mendapatkan bahan yang pas, langkah selanjutnya adalah pengupasan bawang dan dilanjutkan dengan pencucian bawang sampai benar-benar bersih agar higienitasnya tetap terjaga, bawang yang sudah bersih masuk ketahap pengirisan menggunakan mesin caca, yang mana penggunaan teknologi mesin pengiris ini sangat membantu supaya hasilnya lebih rapi, ukuran yang seragam, dan pekerjaannya jauh lebih cepat dibandingkan manual, setelah diiris dilakukan pencampuran bahan dan bumbu agar rasa gurihnya meresap sempurna sebelum masuk ke tahap pengorengan bawang yang dilakukan sampai tingkat kematangan yang pas, supaya kualitasnya tetap juara, bawang yang baru masak langsung masuk ketahap pengeringan dengan mesin *spinner* untuk membuang seluruh sisa minyak, penggunaan teknologi mesin *spinner* ini sangat penting karena membuat bawang goreng jadi betul-betul kering, garing, tidak cepat bau tengik, dan pastinya lebih sehat karena bebas minyak, langkah terakhir bawang yang sudah garing dan dingin langsung masuk ke tahap pengemasan yang rapi menggunakan alat *sealer* agar kerenyahannya bisa bertahan lama sampai ke tangan pelanggan.



Gambar 2. Bagan Proses Produksi UMKM Bawang Goreng Tunggala

Proses produksi bawang goreng ini berlangsung secara bertahap. Berikut ini hasil wawancara besama dengan informan terkait proses produksi yang berlangsung di UMKM Bawang Goreng Tunggala, sebagai berikut.

“Prosesnya di mulai dari pengadaan bahan baku, di mana kami memesan langsung dari pengepul langganan, setelah bawang sampai kami masuk ke tahap penyortiran untuk memisahkan bawang yang kualitasnya kurang bagus, habis itu pengupasan yang dilakukan oleh karyawan di rumah masing-masing, habis itu di iris-iris tipis, habis diiris, bawang di campur dengan bumbu, kemudian di goreng sampai

matang, habis digoreng bawang di keringkan menggunakan alat spinner supaya tidak berminya, dan tahap terakhir itu pengemasan.” (M, 2026)

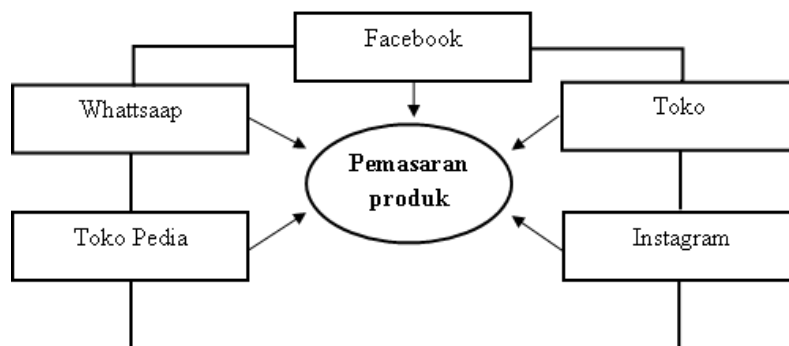
“Kalau cara yang kami gunaka untuk menjaga kualitas supaya pembeli tidak kecewa, kuncinnya itu pas penyortiran bawang, jadi pas stok datang dari pengepul, tidak langug diolah semua di pisahkan memang mana yang bagus, manayang kurang bagus, kami disini tidak mau pake bahan yang kualitasnya rendah karena nanti merusak rasa, terus supaya bawangnya garing sama tidak cepat bau tengik, di pastikan itu bawang betul-betul kering pakai alat spinner setelah di goreng, jadi minyaknya keluar semua dan hasilnya lebih bersih.” (K, 2026)

Berdasarkan hasil wawancara bersama informan diatas, dapat dilihat dari awal proses produksi mereka sangat menjaga kualitas, dengan menggunakan bahan yang berkualitas serta melakukan penyortiran bahan baku yang cukup ketat, mereka juga mengunakan alat pegering agar minyak pada bawang berkurang atau bawang lebi garing juga tidak mudah rusak agar kualitas produk tetap terjaga dan sesuai keinginan konsumen/pembeli. Menjaga kualitas produk sangat penting karena kualitas menentukan kepuasan konsumen, daya saing, dan keberlangsungan usaha. Sari (2021), kualitas produk merupakan salah satu faktor utama dalam memenangkan persaingan pasar. UMKM yang mampu menjaga kualitas produk akan lebih mudah bersaing dengan produk sejenis, baik dari segi harga maupun kepercayaan konsumen.

Pelaku usaha dalam proses produksi telah menjaga kualitas produk dengan menggunakan bahan baku yang berkualitas, melakukan penyortiran bahan secara ketat, serta memanfaatkan alat pengering untuk mengurangi kadar minyak sehingga produk lebih awet dan sesuai dengan keinginan konsumen, upaya tersebut dilakukan karena kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pemasaran

Pemasaran adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh seorang pelaku usaha atau sekelompok orang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang atau jasa kepada konsumen dengan tujuan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta mencapai tujuan usaha. Nurhadi (2019), pemasaran merupakan kegiatan yang dilakukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan konsumen dan mencapai tujuan perusahaan. UMKM bawang goreng tunggala melakukan berbagai cara dalam proses pemasaran produknya, seperti bekerja sama dengan toko-toko yang ada di kota kendari, juga menggunakan berbagai media sosial yang tidak hanya digunakan sebagai media berjualan, tapi juga di gunakan untuk mempromosikan produk sehingga oranag-orang lebih mudah mengetahui produk mereka contoh media sosial yang mereka gunakan, seperti instagram, facebook, whatsapp, toko pedia.



Gambar 3. Bagan Pemasaran Produk Bawang Goreng

Proses pemasaran produk UMKM Bawang Goreng Tunggala dilakukan dengan menggunakan beerbagai cara mulai dari pemsaran secara online maupun offline. Hasil wawancara bersama informan terkait pemasaran produk dapat dilihat sebagai berikut:

"kalau untuk urusan pemasaran, kami melakukan kerja sama dengan banyak toko di kota Kendari, dimana produk kami titipkan di sana supaya lebih mudah di jangkau pembeli, walaupun ada juga yang beli lewat media sosial." (A, 2026)

"kami di sini tetap berjualan offline maupun online, kami bikin story di media sosial, kami upload di toko pedia, kirim di grub supaya teman-teman liat pasti laku itu produk, tidak ada yang tidak laku." (HI, 2026)

"kalau untuk strategi khususnya ada, karena menurut kami itu, harga yang di berikan untuk produk kami paling murah di antara penjual lain." (M, 2026)

Berdasarkan hasil wawancara bersama dengan informan di atas, dapat terlihat bahwa strategi pemasaran yang dijalankan oleh UMKM Bawang Goreng Tunggala mengombinasikan metode konvensional dan pemanfaatan teknologi digital. Terkait urusan pemasaran, pihak pengelola secara aktif menjalani kolaborasi dengan berbagai toko yang tersebar di Kota Kendari, strategi penitipan produk ini dilakukan dengan tujuan utama untuk memperluas jangkauan pasar, sehingga konsumen dapat dengan mudah mengakses dan membeli produk secara langsung di lokasi terdekat, selain mengandalkan distribusi fisik melalui toko mitra, saluran digital seperti media sosial, grup komunikasi, hingga platform e-commerce digunakan secara aktif untuk mempromosikan barang melalui unggahan konten harian. Penggunaan media daring ini terbukti efektif dalam menarik minat pelanggan dan memastikan perputaran produk berjalan dengan cepat. Selain fokus pada kemudahan akses dan promosi digital, keunggulan kompetitif yang ditonjolkan adalah melalui strategi penetapan harga. Pihak pengelola usaha meyakini bahwa harga yang ditawarkan jauh lebih ekonomis dibandingkan dengan kompetitor lainnya, kombinasi antara keterjangkauan harga, ketersediaan produk di toko-toko fisik, serta konsisten promosi di dunia maya menjadi pondasi utama yang menjaga keberlangsungan bisnis mereka tetap berjalan optimal.

Strategi pemasaran yang dijalankan berfokus pada sinergi antara jalur distribusi konvensional dan pemanfaatan teknologi digital guna memperluas jangkauan pasar secara efektif. Melalui kolaborasi berbagai toko mitra sebagai titik penjualan fisik dan optimalisasi promosi harian di berbagai platform daring, pelaku usaha berhasil meningkatkan aksesibilitas produk sekaligus mempercepat perputaran stok. Keberlanjutan bisnis ini pun semakin diperkuat dengan penerapan kebijakan harga yang sangat kompetitif dan ekonomis, yang menjadi daya tarik utama dalam menghadapi persaingan pasar (Ardiati et al., 2025).

Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Kapasitas UMKM Bawang Goreng Tunggala

Faktor eksternal adalah segala kondisi, keadaan, atau pengaruh yang berasal dari luar usaha atau organisasi yang tidak dapat dikendalikan secara langsung, namun dapat mempengaruhi aktivitas, kinerja, dan perkembangan usaha. Pada penelitian faktor eksternal yang akan dibahas yaitu: teknologi, dukungan pemerintah, sosial ekonomi, dan peran lembaga terkait.

Teknologi

Teknologi adalah penerapan pengetahuan ilmiah untuk tujuan praktis dalam kehidupan manusia, ia bukan sekedar alat canggih atau alat elektronik, melainkan segala bentuk sarana, alat, maupun sistem yang dibuat untuk memudahkan pekerjaan kita. Menurut Harriguna & Wahyuningsih (2021), teknologi merupakan keseluruhan metode yang secara rasional diarahkan dan memiliki efisiensi dalam setiap bidang aktivitas manusia. Sedangkan dalam kegiatan UMKM, teknologi adalah penggunaan alat, sistem, metode, atau aplikasi yang berbasis ilmu pengetahuan yang dimanfaatkan untuk mendukung proses produksi, pemasaran, distribusi, dan pengelolaan usaha agar lebih efisien, efektif, dan produktif. Arifa et al (2025), dalam pengembangan UMKM, teknologi menjadi faktor penting yang mempengaruhi daya saing, karena penggunaan teknologi dapat meningkatkan kapasitas produksi, kualitas produk, dan akses pasar.

Pada UMKM bawang goreng tunggal sendiri telah menggunakan teknologi dalam proses produksi, pemasaran, dan sistem pembayaran produknya, adapun teknologi yang digunakan dalam proses produksi, seperti mesin pengiris bawang merupakan alat yang digunakan untuk memotong atau mengiris bawang secara cepat, seragam, dan efisien, terutama dalam jumlah besar, mesin *vacuum frying* merupakan alat penggoreng khusus yang bekerja pada tekanan rendah, sehingga proses menggoreng bisa dilakukan pada suhu lebih rendah dibandingkan penggorengan biasa, mesin *getra gas deep fryer GF-102G* merupakan alat penggorengan profesional berbahan bakar gas yang digunakan untuk menggoreng makanan dalam jumlah cukup besar biasanya untuk usaha kuliner, mesin spinner merupakan alat yang digunakan untuk meniriskan minyak atau air dari makanan

dengan cara diputar, mesin sealre adalah alat yang digunakan untuk menutup atau merekatkan kemasan (plastik/foil) agar rapat dan kedap udara. Adapun teknologi yang digunakan dalam proses pemasaran seperti: e-katalog adalah versi digital dari katalog produk yang menampilkan daftar barang atau jasa lengkap dengan deskripsi, harga, gambar, dan spesifikasi, yang bisa diakses melalui internet atau perangkat elektronik seperti komputer dan smartphone, secara sederhana e-katalog seperti etalase online yang memudahkan konsumen melihat dan memilih produk tanpa harus datang langsung ketoko, instagram adalah salah satu alat pemasaran digital yang sangat efektif karena mampu menggabungkan visual, komunikasi, dan penjualan dalam satu platform, sehingga membantu bisnis menjangkau dan menarik pelanggan dengan lebih mudah, whatsapp adalah alat pemasaran yang efektif untuk membangun hubungan langsung dan meningkatkan kepercayaan pelanggan, sehingga cocok untuk penjualan berbasis komunikasi dan layanan cepat. Adapun sistem pembayarannya, seperti QRIS adalah metode pembayaran non tunai dengan cara memindai (scan) kode QR menggunakan aplikasi pembayaran digital di smartphone. Berikut adalah hasil wawancara bersama informan:

“saat kami sudah menggunakan sistem pembayaran berbasis QRIS, kami juga sudah menggunakan e-katalog, instragram, whatsapp untuk mempromosi produk kami.” (HI, 2026)

“paling bagus memang teknologi digital, sangat-sangat membantu sekali supaya produknya kami makin dikenal sama orang-orang, disini kami pakai teknologi bukan buat jualan sajah, tapi kami juga pakai mesin-mesin untuk produksi, contohnya kami pakai mesin pengiris bawang, sealre, mesin vacuum fraying untuk menggoreng, samapai alat spinner supaya bawangnya tidak berminyak, adanya semua alat, kami sangat terbantu sekali karena bisa bikin bawang goreng dengan jumlah banyak dan waktunya lebih cepat.” (SA, 2026)

Berdasarkan hasil wawancara bersama informan di atas, dapat dilihat bahwa unit usahanya telah beradaptasi dengan ekosistem ekonomi digital saat ini dengan menggunakan sistem pembayaran nontunai, seperti penggunaan QRIS mengindikasikan upaya transparansi dan kemudahan bagi pelanggan dalam bertransaksi secara *cashless*, dan pemanfaatan saluran komunikasi seperti instagram, whatsapp, e-katalog untuk membangun brand awareness agar produk semakin dikenal banyak orang serta menjadi saluran dalam penyampaian informasi kepada calon pembeli. Hal lain yang menarik bahwa teknologi bukan hanya sebagai alat jualan, tetapi juga sebagai mesin penggerak kualitas produk, penggunaan mesin-mesin spesifik menunjukkan adanya standarisasi, seperti mesin pengiris bawang yang meningkatkan presisi ketebalan irisan dan kecepatan kerja dibandingkan cara manual, *vacuum frying* dan *spinner* teknologi ini sangat krusial untuk menjaga kualitas produk, *vacuum* untuk menjaga nutrisi/warna sementara *spinner* memastikan produk rendah minyak, sehingga lebih awet dan sehat.

Unit usaha UMKM Bawang Goreng Tunggala telah melakukan transformasi menyeluruh dengan mengintegrasikan ekosistem ekonomi digital dan modernisasi alat produksi, adaptasi teknologi yang dilakukan melalui penggunaan sistem pembayaran nontunai QRIS, serta pemanfaatan instagram, whatsapp, dan e-katalog terbukti mampu meningkatkan transparansi transaksi sekaligus memperkuat *brand awareness* di mata calon pembeli. Kemudian penerapan mekanisasi melalui mesin menunjukkan adanya upaya standarisasi untuk meningkatkan presisi, kecepatan kerja, serta menjaga kualitas nutrisi dan kesehatan produk agar lebih awet bagi konsumen.

Tabel 3. Penggunaan Teknologi pada UMKM Bawang Goreng Tunggala

No.	Teknologi Produksi	Teknologi Pemasaran	Teknologi Pembayaran
1	Pengiris Bawang	E-katalog	Qris
2	Vacuum Frying	Instagram	
3	Getra Gas Deep Fryer GF-102G	Whatsapp	
4	Spiner	Facebook	
5	Sealer		
6	Wajan Penggorengan		

Sumber : Hasil Olah Data Primer, 2026.

Dukungan Pemerintah

Dukungan pemerintah adalah segala bentuk bantuan, kebijakan, program, maupun fasilitas yang diberikan oleh pemerintah kepada masyarakat atau pelaku usaha untuk mendorong perkembangan, meningkatkan kesejahteraan, serta memperkuat daya saing. Khairani & Fitriafwa (2025), menjelaskan bahwa pemerintah memiliki peranan penting dalam memberikan dukungan kepada sektor usaha melalui regulasi, anggaran, dan pelayanan publik guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM bawang goreng tunggal telah merasakan dampak positif dari keberpihakan pemerintah terhadap industri kreatif, dukungan nyata yang diterima meliputi pemberian bantuan peralatan moderen serta penyediaan rumah produksi yang hingga kini menjadi tulang punggung operasional usaha, selain bentuk fisik pemerintah juga menghadirkan ekosistem usaha yang kondusif melalui kebijakan-kebijakan yang strategis, salah satu terobosan yang sangat dirasakan manfaatnya adalah kemudahan akses perizinan usaha yang kini dapat diurus secara cepat tanpa dipungut biaya. Hasil wawancara bersama dengan informan terkait dengan dukungan pemerintah dapat dilihat sebagai berikut.

“kalau menurut saya sih sudah sangat bagus ya, kelihatan sekali kalau pemerintah itu mengasih dukungan buat pelaku UMKM kuliner kaya kami, kebijakan-kebijakannya bikin kami merasa lebih diperhatikan dan dikasih peluang buat terus maju.” (H, 2026)

“menurut saya akses sekarang ini sebenarnya gampang sekali asal kita ada kemauan buat mencari tau ya, pemerintah itu sudah menyiapkan banyak fasilitas, contohnya kaya pengurusan izin-izin yang sekarang sudah gratis, terus buat urusan pemasaran juga sudah diberikan ilmunya, jadi sekarang tinggal kitanya sajah sebagai pelaku UMKM mau tidak bergerak dan memanfaatkan fasilitas-fasilitas itu.” (HI, 2026)

Berdasarkan hasil wawancara bersama informan di atas, dapat diuraikan bahwa dukungan pemerintah terhadap sektor UMKM kuliner saat ini dinilai sudah sangat baik dan memberikan dampak positif yang nyata bagi para pelaku usaha, mengenai akses terhadap program informan menjelaskan bahwa prosedurnya sebenarnya sangat mudah. Para pelaku usaha memiliki kemauan untuk proaktif mencari informasi, pemerintah sendiri telah menyiapkan berbagai fasilitas pendukung seperti pengurusan izin-izin usaha yang kini sudah tidak pungut biaya atau gratis. Arodhiskara & Rosadi (2023), bahwa tantangan selanjutnya kini berada pada kemauan pelaku UMKM itu sendiri untuk bergerak dan memanfaatkan fasilitas yang telah tersedia tersebut.

Dukungan pemerintah terhadap sektor UMKM kuliner saat ini tidak terkecuali pada UMKM Bawang Goreng Tunggal dinilai sangat efektif dan memberikan dampak positif yang signifikan bagi para pelaku usaha. meskipun pemerintah telah menyediakan berbagai kemudahan seperti pengurusan izin usaha secara gratis dan berbagai fasilitas pendukung lainnya, kunci keberhasilan pemanfaatan program ini sangat bergantung pada sikap proaktif dan kemauan pelaku UMKM itu sendiri untuk mencari informasi serta memanfaatkan peluang yang tersedia.

Tabel 4. Bentuk Dukungan Pemerintah terhadap UMKM

No.	Aspek	Penjelasan
1	Dukungan Pemerintah	Pemerintah memberikan dukungan kepada sektor UMKM kuliner
2	Bentuk Dukungan	Pengurusan izin usaha gratis dan fasilitas pendukung lainnya
3	Dampak Dukungan	Memberikan dampak positif dan signifikan bagi pelaku usaha
4	Faktor Penentu Keberhasilan	Sikap proaktif dan kemauan pelaku UMKM
5	Tindakan Pelaku Umkm	Mencari informasi dan memanfaatkan peluang yang tersedia
6	Hasil Akhir	Program pemerintah dapat dimanfaatkan secara maksimal

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2026.

Sosial Ekonomi

Sosial ekonomi merupakan gambaran kondisi sosial dan ekonomi seseorang atau kelompok yang mencerminkan tingkat kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat. Setyawan et al (2025), menyatakan bahwa keadaan sosial ekonomi mencerminkan kemampuan individu atau kelompok dalam mengakses sumber daya ekonomi dan berpartisipasi dalam kehidupan masyarakat. Kondisi faktor eksternal sosial ekonomi dari UMKM bawang goreng tunggal ini mendukung, karena dari awal merintis dan mengelola usaha ini dimulai dengan

sosialisasi yang baik dengan lingkungan sekitar sehingga tidak ada konflik yang terjadi. Hasil wawancara bersama dengan informan terkait sosial ekonomi dapat dilihat sebagai berikut.

“kalau ditanya lingkungan, ngaruh sekali itu masalahnya disini orang-orangnya memang hobi jajan, daya beli masyarakat sekitar sini juga tinggi, jadi mereka tidak ragu-ragu buat belanja kuliner, apa lagi kalau lingkungan lagi ramai pasti usaha juga ikut ramai.” (HI, 2026)

“pastinya sangat berpengaruh, karena logikanya kan kalau orang punya banyak uang atau pendapatannya besar, pasti daya belinnya juga tinggi, jadi pengaruhnya terasa sekali ke omzet sebaliknya kalau pendapatan masyarakat menurun atau pas-pasan, otomatis mereka lebih pilih simpan uangnya daripada beli makanan diluar.” (SA, 2026)

Berdasarkan hasil wawancara bersama informan di atas, dapat diuraikan bahwa faktor sosial ekonomi memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap keberlangsungan usaha, kondisi lingkungan sosial sekitar lokasi usaha dinilai sangat berpengaruh karena karakter masyarakat setempat yang memiliki hobi jajan serta daya beli yang tinggi, sehingga mereka tidak ragu untuk berbelanja kuliner terutama saat situasi lingkungan sedang ramai. Hal ini berkaitan erat dengan tingkat pendapatan masyarakat. Dimana informan menjelaskan bahwa semakin besar pendapatan seseorang, maka daya belinya akan semakin tinggi yang berdampak langsung pada peningkatan omzet usaha, sebaliknya ketika pendapatan menurun masyarakat cenderung menahan diri tidak membeli makanan diluar.

Faktor sosial ekonomi memiliki peranan yang sangat krusial dalam keberlangsungan usaha, kondisi sosial yang didominasi oleh masyarakat dengan hobi jajan dan daya beli yang tinggi menjadi pendorong utama ramainya usaha, Manggu & Beni (2023) terutama didukung dengan lokasi yang strategis dan ramai penduduk. Hal ini berbanding lurus dengan tingkat pendapatan masyarakat, di mana peningkatan pendapatan secara otomatis meningkatkan omzet penjualan, sementara penurunan pendapatan membuat konsumen cenderung lebih hemat dan menahan diri untuk makan di luar.

Tabel 5. Faktor Sosial Ekonomi terhadap Keberlangsungan Usaha

No.	Aspek Sosial Ekonomi	Penjelasan
1	Faktor Sosial Ekonomi	Memiliki peranan penting dalam keberlangsungan usaha
2	Kebiasaan Masyarakat	Masyarakat memiliki hobi jajan dan konsumsi makanan di luar
3	Daya Beli Masyarakat	Tingginya daya beli meningkatkan penjualan usaha
4	Lokasi Usaha	Lokasi strategis dan ramai penduduk mendukung usaha
5	Pendapatan Masyarakat	Pendapatan masyarakat berpengaruh terhadap omzet penjualan
6	Dampak Pendapatan Tinggi	Meningkatkan omzet dan aktivitas pembeli
7	Dampak Pendapatan Rendah	Konsumen lebih hemat dan mengurangi makan di luar
8	Pengaruh Terhadap Usaha	Kondisi sosial ekonomi menentukan ramai atau tidaknya usaha

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2026.

Peran Lembaga Terkait

Peran lembaga terkait adalah bentuk dukungan dan kontribusi yang di berikan oleh instansi atau organisasi dalam membantu pengembangan dan keberlangsungan usaha, dalam pengembangan UMKM peran lembaga terkait adalah memberikan dukungan berupa pembinaan, permodalan, pelatihan, dan kebijakan yang bertujuan meningkatkan kapasitas dan keberlanjutan usaha. UMKM bawang goreng tunggal sendiri pernah mendapatkan pelatihan-pelatihan dari Asosiasi UMKM dan Dinas Koperasi dan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), untuk proses pengembangan yang lebih luas dan baik UMKM bawang goreng juga mengambil modal untuk meningkatkan kinerjanya dari lembaga perbankan. Hasil wawancara bersama dengan informan terkait peran lembaga terkait dapat dilihat sebagai berikut.

“besar sekali perannya mereka (lembaga) itu karena kita dikasi pendampingan, kita diarahakan betul-betul, habis pelatihan juga mereka tidak lepas kita begitu sajah, mereka pantau terus lagi kita punya progres, setiap ada acara atau pameran-pameran, kita selalu di ajak buat ikut gabung.” (SH, 2026)

“kalau saya liat, programnya mereka sudah bagus sekali, karena pelatihannya itu tidak habis materi terus mereka tinggalkan, tapi ada betul-betul kontrol atau tindakan lanjutnya ke kita.” (N, 2026)

Berdasarkan hasil wawancara bersama informan tersebut, dapat diuraikan bahwa peran lembaga dalam memberikan program pelatihan dinilai sangat signifikan dan berdampak positif bagi para informan, hal ini terlihat dari adanya sistem pendampingan yang insentif dan terarah, di mana informan merasa benar-benar dibimbing selama proses berlangsung, salah satu poin krusial yang ditekankan adalah komitmen lembaga untuk tidak membiarkan peserta begitu saja setelah materi selesai diberikan, sebaliknya lembaga tersebut secara konsisten melakukan pemantau terhadap kemajuan atau progres para peserta secara berkelanjutan. Selain itu bentuk dukungan nyata juga terlihat dari adanya tindakan lanjut berupa pengendalian dan kontrol yang memastikan materi pelatihan dapat diterapkan dengan baik, lembaga tersebut juga membuka peluang jejaring bagi para anggotanya dengan melibatkan mereka dalam berbagai acara maupun pameran-pameran strategis.

Lembaga memiliki peranan yang sangat strategis dalam memberdayakan informan melalui program pelatihan yang komprehensif dan berkelanjutan. Keberhasilan program ini tidak hanya terletak pada penyampaian materi, tetapi lebih pada adanya sistem pendampingan insentif serta pengawasan yang berkala yang memastikan setiap peserta mampu menunjukkan progres yang nyata. Selain itu, lembaga menunjukkan komitmen jangka panjang dengan memberikan kontrol yang berkelanjutan dan membuka akses jejaring melalui partisipasi dalam berbagai pameran strategis. Norhaedah et al (2023), bahwa pelatihan yang diikutinya akan memberikan dampak positif yang konkret bagi pengembangan kapasitas para anggotanya.

Tabel 5. Peran Lembaga dalam Perberdayaan dan Pengembangan UMKM

No.	Aspek	Penjelasan
1	Peran Lembaga	Lembaga memiliki peran strategis dalam pemberdayaan informan
2	Program Pelatihan	Pelatihan dilakukan secara komperensif dan berkelanjutan
3	Faktor Keberhasilan	Keberhasilan tidak hanya pada penyampaian materi
4	Pendampingan	Adanya sistem pendampingan, insentif, dan pengawasan
5	Komentemen Lembaga	Lembaga menunjukkan komitmen jangka panjang
6	Pengembangan jaringan	Membuka jejaring melalui partisipasi dalam pameran strategis
7	Dampak Program	Memberikan dampak positif dan konkret terhadap pengembangan kapasitas anggota

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2026.

KESIMPULAN

UMKM Bawang Goreng Tunggala memiliki kapasitas usaha yang berkembang dan adaptif yang tercermin dari kemampuan dalam meningkatkan produksi, memperluas pemasaran, memanfaatkan teknologi digital, serta membangun jejaring kelembagaan yang mendukung pengembangan usaha. Faktor internal yang memengaruhi kapasitas UMKM meliputi sumber daya manusia, pengelolaan keuangan, sistem produksi, dan pemasaran. Sementara itu, faktor eksternal yang berpengaruh meliputi teknologi, dukungan pemerintah, kondisi sosial ekonomi masyarakat, dan peran lembaga pendukung usaha. Sinergi antara faktor internal dan eksternal tersebut menjadi dasar penguatan kapasitas UMKM dalam meningkatkan daya saing, keberlanjutan, dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.

REFERENSI

- Achmad, F., Ramdani, Z., & Wiratmadja, I. I. (2025). Strategic Integration of Internal and External Environments through Innovation for Enhancing Organizational Performance. *JRSI (Jurnal Rekayasa Sistem dan Industri)*, 12(01), 1-9.
- Afif, A., & Wahyunita, S. (2021). Penguatan Daya Saing Air Mineral Dalam Kemasan (AMDK) Al Qodiri Melalui Mutu Produksi dan Pemasaran. *IJIEF: Indonesian Journal of Islamic Economics and Finance*, 4(2), 48-59.
- Aftitah, F. N., Labana, J., Hasanah, K., & Hadi, N. L. (2025). Pengaruh UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia pada tahun 2023. *Jurnal Kajian Dan Penalaran Ilmu Manajemen*, 3(1), 32-43. <https://doi.org/10.59031/jkpim.v3i1.511>

- Agustina, S. P., Endri, V. D., Saputri, R. T., & Zora, F. (2025). Strategi Pengembangan UMKM di Sektor Ekonomi Kreatif untuk Meningkatkan Daya Saing. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 5123-5135.
- Amory, J. D. S., Mudo, M., & Rhena, J (2025). Transformasi ekonomi digital dan evolusi pola konsumsi: Tinjauan literatur tentang perubahan perilaku belanja di era internet. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 28-37.
- Angraini, A., & Masyuri, M. (2026). The Role in Enhancing the Performance and Competitiveness of Digital Economy SMEs. *Journal of Economics, Management, and Accounting*, 2(1), 77-86. <https://doi.org/10.65310/y9g2a084>
- Ardiati, D., Putra, H. N., & Sanjaya, V. F. (2025). Implementasi Strategi Bisnis Umkm Purple Beauty Store dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha. *Jurnal Actual Organization Of Economy (JAGO-E) E-ISSN, 2746*, 6817. <https://doi.org/10.65212/jago-e.v6i03.195>
- Arifa, I., Choiri, A., Wibowo, W., Aminuddin, A., & Panggabean, N. A. (2025). Peran UMKM dalam meningkatkan perekonomian nasional. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(4), 5376-5385. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i4.9530>
- Arjang, A., Ausat, A. M. A., & Prasetya, Y. B. (2025). Optimalisasi sistem informasi dalam meningkatkan daya saing UMKM: Analisis sinergi inovasi digital dan fenomena FOMO dalam dinamika pasar. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 68-76.
- Arodhiskara, Y., & Rosadi, I. (2023). *UMKM Menuju Well Literate*. Penerbit Nem.
- Auliandari, A. T., Said, L. A., Fitriani, S. N., Putri, Y. N. M., & Setyanto, A. R. (2025). Eksplorasi Pola Adaptasi Pelaku Usaha Lokal Terhadap Perubahan Struktur Ruang Ekonomi. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(11).
- Azis, S. A., Prihatni, R., & Gurendrawati, E. (2025). Pemanfaatan teknologi finansial (fintech) untuk meningkatkan inklusi keuangan pada UMKM. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 5(1), 67-86. <https://doi.org/10.51903/jiab.v5i1.870>
- Azzahra, A., & Soemitra, A. (2024). Implementasi ketahanan ekonomi melalui peningkatan perdagangan pemulihan usaha koperasi dan UMKM di sekitar Kantor Walikota Medan. *Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 2(4), 154-165. <https://doi.org/10.30640/trending.v2i4.3090>
- Dzikrullah, A. A., & Chasanah, U. (2024). Optimalisasi peran koperasi dalam mendukung UMKM: Meningkatkan akses modal, penguasaan teknologi, dan ekspansi pasar. *Jurnal Investasi Islam*, 5(1), 667-686. <https://doi.org/10.32806/ivi.v5i1.205>
- Golda, M. (2025). Pengaruh Pembiayaan PNM Mekaar terhadap Pendapatan dan Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada Nasabah Unit Mekaar Bekasi Utara. *Journal of Entrepreneurial Studies*, 2(1), 55-66.
- Hakim, L. (2024). UMKM penggerak roda perekonomian Nasional. *Public Administration Journal (PAJ)*, 8(1), 1-8.
- Harahap, L. M., Nuraina, A. L., Kartika, R., Zuhra, N., Manurung, I. S., & Irfandi, M. (2026). Strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen di era ekonomi digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 4(4), 122-135.
- Harriguna, T., & Wahyuningsih, T. (2021). Kemajuan Teknologi Modern untuk Kemanusiaan dan Memastikan Desain dengan Memanfaatkan Sumber Tradisional. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 2(1), 65-78. <https://doi.org/10.34306/abdi.v2i1.448>
- Himam, M. K., Anam, S., & Nashrullah, N. (2026). Teknik Pemilihan Informan Dalam Penelitian Kualitatif: Strategi Dan Implementasi. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 5(2), 1688-1696.
- Janah, U. R. N., & Tampubolon, F. R. S. (2024). Peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pertumbuhan ekonomi: Analisis kontribusi sektor umkm terhadap pendapatan nasional di indonesia. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2), 739-746.
- Khairani, S., & Fitriasafwa, F. (2025). Peran Strategis Sektor Publik dalam Meningkatkan Pelayanan dan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Manajemen, Hukum Dan Sosial*, 3(1).
- Maharani, T., Farida, D., Novita, Y., & Sari, W. P. (2025). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tahan (Resiliensi) Umkm Dalam Situasi Ekonomi Tidak Stabil. *Journal Education, Sociology and Law*, 1(4), 1374-1383.

- Manggu, B., & Beni, S. (2023). Pendampingan mitra konsultan dalam penerapan strategi pemasaran bagi para pelaku UMKM di Kota Bengkayang. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(1), 124-129. <https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v6i1.2374>
- Mellinia, S. P., Budiarti, L., & Ulfah, P. (2023). Pengaruh literasi keuangan, sikap keuangan, dan perilaku pengelolaan keuangan terhadap kinerja UMKM bidang kuliner. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 11(3), 549-568.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). *Qualitative data analysis: A sourcebook of new methods*. Sage Publications.
- Muaffa, M. A., Rifan, F. A., & Mashudi, M. (2025). Literature Review on Empowering MSMEs in Supporting National Economic Resilience and Growth. *Community: Jurnal Hasil Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 64-75. <https://doi.org/10.61166/community.v4i2.115>
- Nirmalasari, D. N., Mailinda, S., & Mashudi, M. (2025). Pengaruh Modal Usaha, Akses Pemasaran, Dan Digitalisasi Terhadap Perkembangan UMKM Food Colony Di Pamekasan. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(6).
- Norhaedah, N., Ernawati, E., Masdar, N. A., Asdar, M., & Alfina, J. N. (2023). Peningkatan kapasitas UMKM melalui pelatihan e-commerce. *Celebes Journal of Community Services*, 2(2), 76-81.
- Nugraha, M. R., Fahrany, R. A., Busman, R. A., Nuraisyah, N., Salingkat, S. P., & Farista, G. (2026). Analisis Kompratif UMKM di Kota Batu dan Kota Palu. *Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 399-415.
- Nurhadi, N. N. (2019). Manajemen Strategi Pemasaran Bauran (Marketing Mix) Perseptif Ekonomi Syariah. *HUMAN FALAH: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2).
- Purba, D. S., Permatasari, P. D., Tanjung, N., Rahayu, P., Fitriani, R., & Wulandari, S. (2025). Analisis perkembangan ekonomi digital dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(1).
- Purnamasari, E. D., Yeni, Y., & Coyanda, J. R. (2025). Peningkatan Kapasitas UMKM melalui Pengelolaan Keuangan Digital dan Digitalisasi Pemasaran dalam Mendorong keberlanjutan Usaha. *Jurnal Abdimas Mandiri*, 9(3), 431-437. <https://doi.org/10.36982/jam.v9i3.6129>
- Rahmadania, K., & Tihar, A. (2024). Analisis faktor penentu pendapatan UMKM di Kabupaten Bogor selama periode pemulihan ekonomi. *Bina: Jurnal Pembangunan Daerah*, 2(2), 73-95. <https://doi.org/10.62389/bina.v2i2.55>
- Ramadan, D. A., Hidayat, P., Kurniawati, N., & Khair, O. I. (2025). Strategi Bertahan Hidup UMKM: Analisis Usaha Pedagang Es Cappuccino Cincau di Tengah Persaingan Pasar Minuman. *Jurnal Ilmiah Multidisipin*, 3(6), 358-365. <https://doi.org/10.60126/jim.v3i6.1022>
- Rosmayati, I. (2025). Analisis Peluang Bisnis Kuliner Dalam Mendorong Daya Saing UMKM di Kabupaten Garut. *Jurnal Ilmiah Nusantara*, 2(4), 1255-1262.
- Sari, D. P. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, kualitas produk, harga kompetitif, lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524-533.
- Setyawan, A. A., Desembrianita, E., Santoso, M. H., Syahril, S., & Kalalo, R. R. (2025). Pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan kemandirian ekonomi lokal: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(1), 1494-1503. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1769>
- Sholeha, A., Nurafifah, A., & Misra, I. (2025). Peran manajemen keuangan dalam pengelolaan UMKM untuk meningkatkan keberlanjutan bisnis. *Opportunity Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 18-41.
- Siagian, M., Evyanto, W., Haldy, M., & Salsabila, L. (2025). Manajemen Sumber Daya Manusia Hijau dan Inovasi Strategis: Memperkuat Kapasitas Kewirausahaan di UKM Berorientasi Keberlanjutan. *Journal of Entrepreneurship and Strategic Management*, 4(02), 61-70. <https://doi.org/10.52434/jesem.v4i02.629>
- Siagian, T. S., & Ningrum, D. A. (2019). *Manajemen sumber daya manusia dan usaha mikro kecil menengah*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Sihombing, A. H., Armayani, R. R., & Hasibuan, F. H. (2025). Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Kinerja Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Ukm) SyariaH di Indonesia. *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 2(11).

- Subroto, S., Hapsari, I. M., & Astutie, Y. P. (2016). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kapasitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kabupaten Brebes. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan PKM Sosial Ekonomi dan Humaniora*, 337-344.
- Sulfaunsilah, S., Hokamah, W., Sari, S. F., & Astuti, R. P. (2025). Peran Aktif Bank Indonesia Dalam Menjaga Stabilitas Sistem Keuangan Melalui Sistem Pembayaran. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(5), 214-220.
- Susanto, D., Risnita, R., & Jailani, M. S. (2023). Teknik pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ilmiah. *QOSIM: Jurnal Pendidikan Sosial & Humaniora*, 1(1), 53-61. <https://doi.org/10.61104/jq.v1i1.60>
- 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>
- Wati, D. L., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Al-Qorni, Z. Q. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 265-282. <https://doi.org/10.61930/jebmak.v3i1.576>
- Yashinta, R. M. (2025). Strategi pengembangan UMKM melalui pelatihan wirausaha kuliner makanan. *Benefit: Journal of Bussiness, Economics, and Finance*, 3(2), 345-367.