Department of Digital Business
Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)
Homepage: https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS
Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 12830-12947
P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Home Cookies and Snack Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Serta Mengurangi Pengangguran

Rahmawati Macpal[1], Ridwan ibrahim.[2] ,Sahrain bumulo[3]
[1,2,3]Universitas Negeri Gorontalo, Fakultas Ilmu Sosial, Jurusan Sosiologi
[1]amamacpal03@gmail.com, [2]Ridwan@ung.ac.id, [3]sahrain@ung.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Home Cookies and Snack dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta mengurangi pengangguran di masyarakat lokal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan usaha dilakukan melalui beberapa strategi, yaitu peningkatan kualitas produk, penambahan variasi produk, pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran, serta pengelolaan produksi yang lebih terstruktur. Strategi tersebut terbukti mampu meningkatkan jumlah produksi dan penjualan sehingga berdampak pada peningkatan pendapatan usaha. Selain itu, keberadaan UMKM Home Cookies and Snack juga memberikan dampak sosial ekonomi bagi masyarakat sekitar, terutama dalam penyerapan tenaga kerja lokal dan peningkatan pendapatan keluarga karyawan. UMKM ini mampu membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat usia produktif sehingga membantu mengurangi tingkat pengangguran di lingkungan sekitar. Meskipun demikian, dalam proses pengembangan usaha masih terdapat beberapa kendala seperti keterbatasan modal, pemasaran yang belum maksimal, serta keterbatasan penggunaan teknologi digital. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dari pemerintah, pelatihan kewirausahaan, serta akses permodalan agar UMKM dapat berkembang lebih optimal. Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan mengurangi pengangguran. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha kecil lainnya dalam mengembangkan usaha serta bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan pemberdayaan UMKM secara berkelanjutan. Dengan demikian, pengembangan UMKM tidak hanya berdampak pada peningkatan ekonomi tetapi juga pada kesejahteraan sosial masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM merupakan sektor strategis dalam pembangunan ekonomi daerah yang berkelanjutan dan inklusif bagi masyarakat di masa yang akan datang.

Kata kunci: *UMKM, Pengembangan Usaha, Pertumbuhan Ekonomi, Pengangguran*

1. Latar Belakang

UMKM merupakan suatu jenis usaha kecil yang sangat berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian masyarakat. Karena keberadaan UMKM mampu bertahan dalam situasi apapun untuk tercapainya kesejahteraan masyarakat. Ketangguhan UMKM terbukti saat terjadi krisis moneter tahun 1998 banyak usaha-usaha besar berjatuhan namun UMKM tetap bertahan dan bahkan bertambah jumlahnya (Al Farisi, 2022). UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) terus berkembang dan bertambah banyak terutama di Indonesia. Terlebih lagi dalamper kembangan teknologi saat ini, UMKM sebagai salah satu penunjang ekonomi masyarakat harus membuka diri dengan pembayaran digital yang sudah mulai popular saat ini (Niode, 2019).

Begitu besarnya andil UMKM dalam menopang perekonomian suatu negara sehingga keberadaan UMKM sangat diharapkan oleh suatu negara manapun karena perannya yang vital dalam perkembangan dan kemajuan perekonomian untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Berdirinya usaha di sektor UMKM mampu menyerap jumlah angkatan kerja yang siap bekerja tetapi belum mendapat pekerjaan sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran. Berkembangnya partumbuhan di sektor usaha mikro semakin terbukanya kesempatan peluang kerja dan pada gilirannya akan meningkatkan pendapatan masyarakat.

Berkurangnya jumlah pengangguran berarti sektor UMKM banyak merekrut tenaga kerja yang berarti akan membantu pemerintah dalam upaya mengurangi angka kemiskinan. Peran usaha mikro, kecil, dan menengah

(UMKM) membantu meningkatkan angka pertumbuhan ekonomi dan mampu menyerap jumlah tenaga kerja dan distribusi hasil-hasil pembangunan dapat meningkatkan dirasakan oleh masyarakat. Akibat dari badai krisis ekonomi di negara kita yang terjadi dalam beberapa waktu lalu, berdampak pada banyak usaha besar mengalami perlambatan pertumbuhan bahkan berhenti aktifitasnya. Sementara di sektor usaha mikro kecil dan menengah terbukti tetap survive dan tetap hidup dalam menghadapi krisis ekonomi. Berdasarkan pengalaman selama krisis yang telah terjadi Indonesia tersebut, sudah sewajarnya jika pengembangan perekonomian di sektor swasta difokuskan pada pengembangan UMKM.

Secara umum, UMKM dalam perekonomian memiliki peran sebagai: (1) pemeran utama dalam kegiatan perekonomian, (2) penyedia lapangan kerja, (3) pemain penting dalam pengembangan perekonomian lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi, (5) kontribusinya terhadap neraca pembayaran (**Kadeni, & Srijani, N.** 2020)

UMKM yang ada di Gorontalo berdasarkan data dari Sakinah et al. (2022) dalam *Jurnal Governance* menunjukkan bahwa hingga Juli 2021, Provinsi Gorontalo tercatat memiliki sebanyak 94.829 UMKM yang tersebar di berbagai kabupaten/kota. Rinciannya adalah sebagai berikut: Kabupaten Gorontalo memiliki jumlah terbanyak yakni 43.559 UMKM, diikuti oleh Kota Gorontalo sebanyak 14.507 UMKM, Kabupaten Boalemo sebanyak 11.928 UMKM, Kabupaten Pohuwato sebanyak 11.028 UMKM, Kabupaten Bone Bolango sebanyak 8.104 UMKM, dan Kabupaten Gorontalo Utara sebanyak 5.703 UMKM. Angka ini menunjukkan bahwa potensi pengembangan UMKM di Gorontalo sangat besar.

Berdasarkan data jumlah UMKM di atas itu menanda;kann bahwa UMKM di kota gorontalo sangatlah banyak, namun dari banyaknya UMKM di Gorontalo tentuny saya sebagai peneliti mengambil salah satu UMKM khusunya yang ada di Kabupaten Gorontalo yakni UMKM Home Cookies and Snack, UMKM Home Cookies and Snack ini merupakan contoh UMKM yang bergerak di bidang kuliner dan memiliki potensi untuk dikembangkan. Sebagai usaha mikro/kecil berbasis rumah, Home Cookies and Snack mampu menciptakan lapangan kerja lokal, mengurangi angka pengangguran struktural, serta mendukung aliran ekonomi lokal melalui rantai produksi dan distribusi.

Meski memiliki potensi besar, UMKM sering terbentur masalah akses modal, rendahnya literasi digital, dan keterampilan manajerial yang terbatas. Home Cookies and Snack sebagai representasi UMKM harus mampu mengatasi hambatan tersebut agar bisa naik kelas menjadi usaha kecil atau menengah. UMKM seperti Home Cookies and Snack memainkan peran penting dalam pemberdayaan ekonomi lokal, terutama bagi perempuan, pemuda, dan masyarakat berpendidikan rendah. Dengan demikian, penelitian ini juga meninjau peran sosial dan aspek inklusivitas dalam pengembangan UMKM.

Pendekatan sosiologi melihat UMKM sebagai produk interaksi sosial dan struktur komunitas. Model pemberdayaan berbasis komunitas dan teori pembangunan inklusif menekankan bahwa UMKM akan lebih tahan terhadap gejolak sosial ekonomi jika berbasis potensi lokal dan dukungan komunitas. Kriteria UMKM Home Cookies and Snack cocok untuk pendekatan kualitatif berskala mikro, berbasis rumah, dan memiliki interaksi kuat dengan komunitas lokal. Metode kualitatif memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap proses bagaimana Home Cookies and Snack meningkatkan pendapatan, menyerap tenaga kerja, dan beradaptasi pada kebijakan atau hambatan digital.

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk pangan olahan yang berkualitas dan aman, peluang UMKM seperti Home Cookies and Snack untuk terus tumbuh semakin terbuka. Namun, di tengah peluang tersebut, tantangan seperti keterbatasan modal, pemasaran, serta akses teknologi tetap menjadi hambatan dalam proses pengembangan usaha. Oleh karena itu, penting untuk melihat sejauh mana strategi pengembangan yang dilakukan Home Cookies and Snack mampu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal serta mengurangi tingkat pengangguran, terutama di kalangan angkatan kerja muda dan perempuan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana usaha kecil seperti Home Cookies and Snack bisa menjadi motor penggerak ekonomi mikro di masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga ingin mengungkap peran nyata UMKM dalam menyerap tenaga kerja dan mengurangi beban sosial akibat tingginya angka pengangguran, dengan pendekatan kualitatif, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran yang lebih kontekstual dan komprehensif mengenai peran strategis UMKM dalam pembangunan ekonomi masyarakat.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7724
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah dengan cara memandang objek kajian dilihat dari satu system, artinya objek kajian dilihat sebagai satuan yang terdiri dari unsur yang saling terkait dan mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada (Suharmi & Arikunto 2002). Menurut John W. Creswell dalam (Patilima 2011) mendefinisikan bahwa pendekatan kualitatif sebagai sebuah proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial atau masalah manusia berdasarkan penciptaan gambar holistic yang dibentuk kata-kata, melaporkan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar ilmiah (Hamid & Patilama 2011).Penelitian kualitatif bertujuan mengungkapkan kejadian yang ada dilapangan, tidak bertujuan melakukan pengukuran yang menggunakan prosedur statistic dalam menjelaskan hasil penelitian. Dalam penilitian ini mengungkapkan bagaimana Analisis pengembangan usaha mikro kecil menengah (umkm) Home cake dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta mengurangi pengangguran.

3. Hasil dan Diskusi

1) Strategi Pengembangan UMKM Home Cookies and Snack

1) Tahapan Pengembangan Usaha

Pengembangan usaha pada UMKM sering dijalankan melalui tahapan sistematis, mulai dari evaluasi kondisi internal seperti kapasitas produksi, kualitas produk, dan manajemen usaha sebelum menentukan strategi pertumbuhan. Riset menunjukkan bahwa banyak UMKM menggunakan pendekatan adaptasi langsung terhadap tuntutan era modern, termasuk melalui strategi digitalisasi sebagai bagian dari persiapan menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Melalui evaluasi internal tersebut, pelaku usaha dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan usaha, serta merumuskan langkah konkret seperti peningkatan kapasitas produksi, investasi peralatan, maupun pengelolaan operasional dan keuangan agar sesuai dengan potensi dan kebutuhan pasar. Tahap selanjutnya berfokus pada upaya memperluas jangkauan usaha melalui pemanfaatan teknologi digital, memperkuat jejaring kemitraan, serta penyempurnaan manajemen usaha agar lebih profesional. Penelitian oleh Winarko et al (2023) menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran digital terpadu misalnya mela lui media sosial dan kanal online lainnya menjadi salah satu cara efektif bagi UMKM untuk memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Selain itu, studi oleh Amilia et al (2024) menekankan bahwa adaptasi terhadap era digital harus didukung dengan peningkatan literasi digital dan pemanfaatan media online agar transformasi usaha bisa berjalan optimal. Berdasarkan penjelasan di atas adapun pernyataan dari Pemilik UMKM ialah:

> *"Sejak awal berdirinya pada tahun 2019, Home Cookies and Snack melalui beberapa tahapan pengembangan, mulai dari perintisan yang dilakukan secara sederhana dengan peralatan terbatas, kemudian memasuki tahap pertumbuhan ketika permintaan pelanggan terus meningkat sehingga kami menambah variasi produk dan kapasitas produksi. Memasuki era digital, kami beradaptasi dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan untuk menjangkau pasar yang lebih luas serta menyesuaikan diri dengan perubahan kebiasaan belanja masyarakat."*

Perjalanan perkembangan tersebut kemudian membuka berbagai pengalaman baru yang turut memperjelas tantangan yang dihadapi pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan operasional sehari-hari. Pernyataan sejenis dari karyawan Sri Rahayu ialah:

> *"Perkembangan usaha ini sangat terasa dari waktu ke waktu. Pada awal bekerja, proses produksi masih sangat sederhana, tetapi seiring meningkatnya permintaan, kami mulai menggunakan peralatan yang lebih lengkap dan bekerja dengan sistem yang lebih teratur. Adaptasi ke era digital juga berdampak positif karena pesanan melalui media sosial menjadi lebih banyak, sehingga kegiatan produksi berjalan lebih stabil dan terencana."*

Sejak berdirinya Home Cookies and Snack pada tahun 2019, pemilik mengungkap bahwa usaha ini melalui beberapa tahapan pengembangan yang jelas. Pada tahap awal, produksi dilakukan secara sederhana dengan peralatan terbatas. Namun seiring meningkatnya permintaan, usaha memasuki fase pertumbuhan: variasi produk diperluas dan kapasitas produksi ditambah. Kemudian memasuki era digital, pemilik beradaptasi dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi dan penjualan agar pasar lebih luas dan sesuai dengan perubahan kebiasaan belanja masyarakat. Pernyataan ini menunjukkan bahwa hanya melalui proses

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7724
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

adaptasi dan pengembangan bertahap, sebuah UMKM dapat berkembang dari skala mikro ke skala yang lebih besar.

Pernyataan dari karyawan mendukung pandangan tersebut. Ia menyampaikan bahwa ketika pertama bergabung, proses produksi memang sangat sederhana, tetapi seiring meningkatnya pesanan melalui media sosial, peralatan ditingkatkan dan sistem kerja menjadi lebih teratur. Adaptasi terhadap teknologi digital ternyata berdampak positif pesanan meningkat, produksi menjadi lebih stabil dan terencana. Hal ini mencerminkan bahwa transformasi usaha bukan hanya soal penambahan alat atau produk, melainkan melibatkan perubahan sistem dan keterlibatan tenaga kerja.

Temuan empiris dari penelitian mendukung pengalaman UMKM seperti Home Cookies and Snack. Misalnya, penelitian oleh M. Faizal Sapthiarsyah & Dewi Junita (2023) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dan pemasaran digital memiliki efek signifikan terhadap kinerja UMKM termasuk efisiensi pemasaran, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan loyalitas konsumen. Demikian pula, studi oleh Silvia Nanda Amilia dkk. (2024) menemukan bahwa digitalisasi merupakan strategi penting bagi UMKM dalam menghadapi era modern sebagai bentuk adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis.

Menggunakan kerangka teori Fungsionalisme Struktural, perkembangan Home Cookies and Snack dapat dipahami sebagai bagian dari sistem sosial ekonomi di masyarakat. Fungsionalisme struktural memandang bahwa setiap bagian dalam sistem individu, usaha, teknologi, konsumen memiliki fungsi untuk menjaga stabilitas dan kelangsungan sistem. Dalam hal ini, UMKM berfungsi sebagai salah satu subsistem ekonomi yang menyediakan pekerjaan, produk konsumsi, serta menjaga kesinambungan tradisi kue keluarga. Adaptasi ke media sosial dan peralatan produksi yang lebih baik juga menunjukkan bagaimana struktur sosial dan ekonomi menyesuaikan fungsi agar tetap relevan dalam konteks modern.

Variasi dan peningkatan kapasitas produksi, pengorganisasian tenaga kerja, serta penggunaan media digital menunjukkan adanya perubahan struktur internal UMKM dari usaha rumahan sederhana menjadi usaha yang lebih sistematis dan terintegrasi. Perubahan struktur ini mendukung fungsi "integrasi sosial-ekonomi," yakni menyediakan pekerjaan dan produk bagi masyarakat, serta menjaga keberlanjutan ekonomi lokal.

Selain itu, transformasi usaha melalui digitalisasi juga memperlihatkan fungsi "adaptasi terhadap lingkungan eksternal." Saat kebiasaan konsumen berubah dan persaingan pasar semakin ketat, penggunaan media sosial memungkinkan UMKM menyesuaikan diri agar tetap memperoleh pelanggan. Hal ini memperkuat posisi UMKM dalam sistem ekonomi yang lebih luas.

Demikian, pengalaman Home Cookies and Snack, didukung data empiris dari literatur, dan dianalisis melalui teori Fungsionalisme Struktural, menunjukkan bahwa tahapan pengembangan usaha dari perintisan sederhana, peningkatan kapasitas, hingga digitalisasi bukan sekadar strategi bisnis, melainkan bagian dari dinamika sosial-ekonomi yang memungkinkan keberlangsungan usaha serta kontribusi terhadap masyarakat luas.

2) Strategi yang Diterapkan

Penerapan strategi pemasaran digital terbukti menjadi salah satu jalan strategis bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Misalnya, menurut penelitian oleh Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM (Hakim dkk., 2024) adopsi media sosial dan e-commerce memungkinkan pelaku UMKM memasarkan produk dengan biaya relatif rendah namun menjangkau konsumen lebih luas.

Sementara itu, Strategi Pemasaran Digital Bagi UMKM Untuk Meningkatkan Daya Saing. Rudianto, (2023) menunjukkan bahwa UMKM yang konsisten menggunakan media sosial, konten berkualitas, dan interaksi melalui platform digital memperoleh peningkatan visibilitas dan potensi omzet secara signifikan. Demikian, penerapan strategi digital marketing berupa media sosial, e-commerce, dan konten pemasaran yang tepat dapat menjadi alternatif utama bagi UMKM untuk menyerang pasar lebih luas, sekaligus mengatasi keterbatasan modal dan infrastruktur tradisional. Adapun pernataan dari pemilik ialah Kifli Lamalaka:

"Dalam menjalankan usaha, kami menerapkan beberapa strategi penting, seperti melakukan inovasi produk agar sesuai dengan selera konsumen modern, memperluas pemasaran melalui media sosial, membangun

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7724
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

kerja sama dengan pemasok lokal dan toko oleh-oleh, serta memberikan pelatihan kepada karyawan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia. Selain itu, kami tetap menggunakan prinsip pencatatan keuangan sederhana untuk memastikan seluruh operasional usaha berjalan dengan tertib dan terkontrol."

Pernyataan pendukung yang disampaikan oleh informan lain ialah Sri Rahayu

"Strategi yang diterapkan pemilik sangat membantu kelancaran kerja kami. Inovasi produk memberi peluang bagi kami untuk memproduksi variasi kue baru yang lebih menarik, sementara pemasaran digital membuat pesanan semakin meningkat. Kerja sama dengan pemasok lokal memudahkan kami dalam mendapatkan bahan baku, dan pelatihan yang diberikan membuat pekerjaan lebih terarah. Sistem keuangan yang sederhana juga membuat kami mudah melaporkan penggunaan bahan dan kebutuhan produksi harian."

Dalam menjalankan usahanya, pemilik Home Cookies and Snack menjelaskan bahwa mereka menerapkan strategi beragam untuk menghadapi dinamika pasar dan menjaga kelangsungan usaha. Strategi tersebut meliputi inovasi produk agar sesuai dengan selera konsumen modern, perluasan pemasaran melalui media sosial, kerja sama dengan pemasok lokal dan toko oleh-oleh, pelatihan karyawan untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia, serta penerapan sistem pencatatan keuangan sederhana agar operasional tetap tertib dan terkontrol. Pendekatan ini menunjukkan bahwa pemilik berusaha menjaga agar seluruh elemen usaha dari produksi, pemasok, distribusi hingga tenaga kerja tetap terintegrasi dan fungsional dalam kerangka usaha.

Karyawan pun menyatakan bahwa strategi tersebut benar-benar berdampak positif bagi kelancaran operasional dan produktivitas. Inovasi produk memberi mereka peluang untuk membuat variasi kue baru yang lebih menarik; pemasaran digital memicu peningkatan pesanan, kerja sama dengan pemasok lokal mempermudah pengadaan bahan baku; pelatihan membuat pekerjaan menjadi lebih terarah, dan sistem keuangan sederhana membantu staf melaporkan kebutuhan produksi harian serta penggunaan bahan secara sistematis. Keseluruhan ini menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan memberi struktur dan keteraturan dalam aktivitas sehari-hari di usaha, sekaligus mendukung efisiensi dan produktivitas.

Fenomena yang muncul dari wawancara ini sejalan dengan temuan dalam literatur bahwa UMKM yang mengombinasikan inovasi produk, pemasaran digital, dan pengembangan sumber daya manusia cenderung memiliki daya saing yang lebih baik. Sebagai contoh, penelitian oleh Rahayu Wulan dan rekan-rekan (2021) menunjukkan bahwa adopsi strategi pemasaran digital dan inovasi produk pada UMKM makanan mampu meningkatkan omzet serta memperluas pangsa pasar lokal. Meskipun penelitian tersebut berfokus pada daerah perkotaan, hasilnya relevan karena menunjukkan pentingnya inovasi dan adaptasi terhadap perubahan preferensi konsumen.

Selain itu, penelitian Dewi Purwaningsih (2022) menekankan bahwa pelatihan karyawan dan manajemen internal yang tertata termasuk pencatatan keuangan sederhana dan sistem operasional konsisten meningkatkan produktivitas dan stabilitas usaha kecil-menengah. Strategi internal seperti pelatihan staf dan pencatatan keuangan bukan sekadar aspek administratif, melainkan elemen vital yang mendukung keberlangsungan dan pertumbuhan usaha.

Jika dianalisis melalui lensa teoritis Fungsionalisme Struktural, usaha ini dapat dipahami sebagai suatu sistem sosial mikro: setiap bagian (struktur) pemilik, karyawan, pemasok, produk, pemasaran memiliki fungsi tertentu yang bersama-sama menjaga keberlangsungan dan stabilitas sistem (usaha). Inovasi produk dan pemasaran digital berperan sebagai fungsi adaptif terhadap lingkungan eksternal, menjaga agar usaha tetap relevan. Pelatihan karyawan dan pencatatan keuangan menjalankan fungsi internal untuk menjaga keteraturan, koordinasi, dan kesinambungan operasional. Kerja sama dengan pemasok lokal dan toko mendukung fungsi distribusi dan integrasi ekonomi komunitas. Semua bagian saling bergantung agar sistem (UMKM) tetap berfungsi secara efektif.

Strategi yang diimplementasikan Home Cookies and Snack dapat dipandang sebagai bentuk penataan struktural internal dan eksternal sesuai kerangka Fungsionalisme Struktural yang memungkinkan usaha bertahan, berkembang, dan memberi manfaat bagi para pelaku di dalamnya.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7724
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

B. Dampak UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi

1) Kesejahteraan Karyawan

Kesejahteraan karyawan pada UMKM Home Cookies and Snack tercermin dari adanya peningkatan pendapatan, stabilitas kerja, serta hubungan kerja yang bersifat kekeluargaan antara pemilik usaha dan para pekerja. Keberadaan UMKM ini memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar, sehingga karyawan memperoleh penghasilan yang relatif stabil untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Selain aspek ekonomi, kesejahteraan karyawan juga ditunjukkan melalui pembagian tugas yang jelas, jam kerja yang fleksibel, serta keterlibatan karyawan dalam proses produksi dan pengembangan usaha. Kondisi tersebut menciptakan rasa aman dan nyaman dalam bekerja, yang berdampak pada meningkatnya motivasi serta loyalitas karyawan terhadap usaha. Demikian, UMKM Home Cookies and Snack tidak hanya berperan sebagai unit ekonomi, tetapi juga sebagai sarana peningkatan kesejahteraan sosial bagi karyawannya melalui penciptaan lapangan kerja dan penguatan ekonomi rumah tangga. Adapun hasil wawancara dengan pemilik UMKM ialah.

> *"Dalam menjalankan Home Cookies, saya berusaha agar usaha ini memberikan manfaat ekonomi, khususnya bagi karyawan. Karyawan menerima gaji bulanan sesuai dengan tanggung jawab pekerjaan, serta tambahan berupa uang lembur apabila terdapat peningkatan jumlah pesanan. Pada waktu tertentu, kami juga memberikan bonus sebagai bentuk apresiasi atas kinerja mereka."*

Pernyataan informan mengenai pemberian gaji bulanan, uang lembur, dan bonus menunjukkan bahwa UMKM Home Cookies secara sadar menjalankan fungsi ekonomi bagi karyawan sebagai bagian dari keberlangsungan usaha. Dalam perspektif Teori Fungsionalisme Struktural, kebijakan kesejahteraan tersebut dapat dipahami sebagai mekanisme struktural yang berfungsi menjaga stabilitas dan keteraturan dalam sistem organisasi kerja. Setiap elemen dalam sistem sosial, termasuk karyawan, harus memperoleh pemenuhan kebutuhan agar mampu menjalankan perannya secara optimal dan mendukung keseimbangan sistem secara keseluruhan. Dengan demikian, kesejahteraan karyawan bukan hanya bentuk kompensasi individual, tetapi juga sarana mempertahankan harmoni dan kesinambungan organisasi.

Pemberian gaji yang disesuaikan dengan tanggung jawab pekerjaan mencerminkan adanya pembagian peran yang jelas dalam struktur kerja UMKM. Hal ini sejalan dengan pandangan fungsionalisme struktural yang menekankan bahwa diferensiasi peran dalam sistem sosial harus diimbangi dengan imbalan yang proporsional agar tidak menimbulkan disfungsi sosial. Penelitian Majid et al. (2025) menunjukkan bahwa gaji dan kesejahteraan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan karena mampu memenuhi kebutuhan dasar dan meningkatkan motivasi kerja. Dalam konteks Home Cookies, pemenuhan kebutuhan ekonomi karyawan melalui gaji berperan sebagai fungsi manifest yang menjaga keteraturan dan produktivitas kerja.

Selain gaji pokok, pemberian uang lembur saat terjadi peningkatan jumlah pesanan menunjukkan adanya fleksibilitas struktural dalam menyesuaikan beban kerja dengan kompensasi yang diterima karyawan. Fleksibilitas ini mencerminkan fungsi adaptasi dalam sistem sosial sebagaimana dijelaskan dalam Teori Fungsionalisme Struktural, yaitu kemampuan struktur untuk menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan tanpa mengganggu keseimbangan sistem. Dukungan organisasi terhadap kesejahteraan karyawan, seperti kompensasi lembur, terbukti memperkuat rasa aman kerja dan meningkatkan kesejahteraan karyawan secara keseluruhan (Hayatie & Sandi, 2025). Dengan demikian, kebijakan lembur berfungsi sebagai mekanisme adaptif yang mencegah ketimpangan antara tuntutan kerja dan kesejahteraan karyawan.

Pemberian bonus sebagai bentuk apresiasi atas kinerja karyawan juga memiliki makna sosial yang penting dalam struktur organisasi UMKM. Bonus tidak hanya berfungsi sebagai insentif ekonomi, tetapi juga sebagai alat integrasi sosial yang memperkuat hubungan antara pemilik usaha dan karyawan. Dalam kerangka fungsionalisme struktural, fungsi integrasi berperan menjaga solidaritas dan kohesi sosial agar sistem tetap berjalan secara stabil. Penelitian Andriany et al. (2025) menegaskan bahwa kebijakan kesejahteraan yang berkelanjutan, termasuk penghargaan terhadap kinerja, berkontribusi pada keterlibatan karyawan dan stabilitas organisasi dalam jangka panjang.

Secara keseluruhan, praktik kesejahteraan karyawan yang diterapkan oleh UMKM Home Cookies menunjukkan bahwa usaha ini telah menjalankan fungsi-fungsi sosial ekonomi sebagaimana dijelaskan dalam Teori Fungsionalisme Struktural. Gaji, uang lembur, dan bonus berfungsi sebagai instrumen untuk memenuhi

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7724
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

kebutuhan karyawan, menjaga keteraturan peran, memperkuat integrasi sosial, serta mendukung keberlanjutan sistem kerja. Dengan terpenuhinya fungsi-fungsi tersebut, UMKM tidak hanya mampu menjaga stabilitas internal usaha, tetapi juga berkontribusi terhadap kesejahteraan sosial karyawan dan keseimbangan sistem ekonomi lokal secara lebih luas.

Berdasarkan pernyataan dari pemilik UMKM tentunya ada pernyataan pendukung dari ibu Wiwin ialah:

"Saya bekerja di Home Cookies sebagai karyawan bagian produksi. Dari pekerjaan ini, saya memperoleh gaji bulanan yang cukup membantu memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga. Selain gaji pokok, saya juga menerima uang lembur ketika jam kerja bertambah, terutama saat pesanan meningkat. Menurut saya, bekerja di Home Cookies memberikan penghasilan yang relatif stabil"

Hasil wawancara menunjukkan bahwa karyawan bagian produksi di UMKM Home Cookies memperoleh gaji bulanan yang relatif stabil serta tambahan uang lembur ketika terjadi peningkatan jam kerja akibat lonjakan pesanan. Kondisi ini mencerminkan adanya pemenuhan kesejahteraan ekonomi dasar bagi karyawan, khususnya dalam membantu memenuhi kebutuhan rumah tangga. Stabilitas pendapatan menjadi faktor penting dalam menciptakan rasa aman secara finansial, yang pada akhirnya berdampak pada keberlanjutan kehidupan sosial ekonomi keluarga karyawan. Hal ini sejalan dengan temuan Ilmiyah et al. (2025) yang menyatakan bahwa kompensasi yang layak dan berkelanjutan berpengaruh langsung terhadap kesejahteraan dan kepuasan kerja karyawan.

Dalam perspektif Teori Fungsionalisme Struktural, kesejahteraan karyawan dapat dipahami sebagai bagian dari mekanisme sistem sosial yang menjaga keseimbangan dan keberlangsungan organisasi. Parsons menjelaskan bahwa setiap struktur dalam sistem sosial memiliki fungsi tertentu untuk mempertahankan stabilitas sistem secara keseluruhan. Dalam konteks UMKM Home Cookies, karyawan bagian produksi menjalankan fungsi penting dalam proses produksi, sementara pemberian gaji dan lembur berfungsi sebagai mekanisme integrasi dan pemeliharaan pola agar karyawan tetap menjalankan perannya secara optimal. Dengan demikian, hubungan kerja yang terbangun bersifat saling ketergantungan antara pemilik usaha dan tenaga kerja (McMahon, 2024).

Pemberian uang lembur ketika pesanan meningkat menunjukkan adanya bentuk adaptasi organisasi terhadap perubahan lingkungan eksternal, yaitu permintaan pasar. Menurut Fungsionalisme Struktural, kemampuan sistem untuk beradaptasi merupakan salah satu syarat utama agar sistem sosial tetap bertahan. Dalam hal ini, kebijakan lembur berfungsi sebagai instrumen adaptif yang memungkinkan UMKM meningkatkan kapasitas produksi tanpa mengganggu stabilitas internal. Temuan ini sejalan dengan penelitian Budiyanto et al. (2025) yang menyatakan bahwa sistem kompensasi fleksibel mampu meningkatkan keterlibatan kerja dan menurunkan potensi ketidakpuasan karyawan.

Lebih lanjut, stabilitas pendapatan yang dirasakan karyawan sebagaimana diungkapkan dalam wawancara menunjukkan tercapainya fungsi integrasi dalam sistem kerja. Integrasi ini tercermin dari hubungan kerja yang relatif harmonis, di mana karyawan merasa diakui kontribusinya dan memperoleh imbalan yang sepadan. Penelitian Ilmiyah et al. (2025) menegaskan bahwa kesejahteraan karyawan tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga memperkuat loyalitas dan motivasi kerja, yang pada akhirnya menjaga kesinambungan organisasi. Dengan demikian, kesejahteraan karyawan menjadi elemen penting dalam menjaga kohesi sosial di lingkungan kerja UMKM.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kesejahteraan karyawan di UMKM Home Cookies tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan individu, tetapi juga sebagai bagian dari struktur sosial yang menopang keberlangsungan usaha. Dalam kerangka Teori Fungsionalisme Struktural, pemberian gaji dan uang lembur berperan sebagai mekanisme sistemik yang menjaga stabilitas, integrasi, dan adaptasi organisasi terhadap perubahan lingkungan. Dengan demikian, praktik kesejahteraan karyawan yang diterapkan UMKM Home Cookies berkontribusi pada keseimbangan sistem sosial-ekonomi usaha sekaligus mendukung peningkatan produktivitas dan keberlanjutan UMKM secara keseluruhan

2) Peningkatan Pendapatan Masyarakat

Peningkatan pendapatan masyarakat melalui keberadaan UMKM Home Cookies and Snack terlihat dari keterlibatan masyarakat sekitar dalam aktivitas ekonomi usaha, baik sebagai tenaga kerja maupun sebagai pemasok bahan baku. UMKM ini membuka peluang bagi masyarakat untuk memperoleh sumber penghasilan tambahan

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7724
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

yang relatif stabil, sehingga membantu memenuhi kebutuhan ekonomi rumah tangga. Selain itu, penggunaan bahan baku yang dibeli dari kios dan toko lokal turut menggerakkan roda perekonomian di lingkungan sekitar, karena perputaran uang tidak hanya terpusat pada pemilik usaha, tetapi juga menyebar ke pelaku ekonomi kecil lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa UMKM berperan sebagai penggerak ekonomi lokal yang mampu meningkatkan daya beli masyarakat serta memperkuat ketahanan ekonomi keluarga. demikian, keberadaan UMKM Home Cookies and Snack tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan internal usaha, tetapi juga memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan pendapatan masyarakat secara luas. Adapun pernyataan dari selaku pemilik UMKM ialah:

> *"Saya ini kalau untuk manfaat atau apakah torang menggunakan bahan-bahan dari sekitar tentu ada, contoh kayak ada penambahan bahan-bahan kue bagitu baru torang jaga ba bili sama dorang juga karena torang kala untuk jaga ba bili bahan-bahan kue itu bukan sama agen tapi langsung di kios atau di toko bagitu. Jadi menurut saya sih tetap ada dampak sedikit untuk orang-orang sekitar. Selanjutnya untuk masalah kue basah atau kue-kue yang harian bagitu kayak lalampa bagitu kan ba bikin nanti so ada pesanan jadi itu lalampa tidak talalau ba pengaruh apalagi sampe ba stok ikan, rica, dengan daun pisang. Jadi kalau masalah untuk stok atau apa bagitu torang cuman masalah bahan-bahan kue saja"*

Pernyataan informan menunjukkan bahwa penggunaan bahan-bahan dari lingkungan sekitar dalam proses pembuatan kue memiliki dampak terhadap masyarakat setempat meskipun bersifat terbatas. Misalnya, pembelian bahan langsung di kios atau toko local memperkuat hubungan ekonomi antarkomponen dalam sistem sosial UMKM tersebut, karena aktivitas produksi tidak sekadar memenuhi kebutuhan usaha tetapi juga memicu interaksi ekonomi yang saling menguntungkan. Hal ini menunjukkan bahwa struktur produksi usaha tidak berdiri sendiri, melainkan berfungsi secara sistemik dalam mendukung kesejahteraan lingkungan sosialnya melalui pertukaran sumber daya lokal.

Khususnya, wawancara mencerminkan kesejahteraan karyawan yang terkait dengan aktivitas ekonomi lokal, di mana keterlibatan langsung dalam siklus produksi memiliki implikasi terhadap stabilitas penghidupan. Penelitian kontemporer tentang kesejahteraan pekerja menguatkan gagasan bahwa praktik kesejahteraan seperti kompensasi, lingkungan kerja yang baik, dan program kesejahteraan lain berkontribusi positif terhadap produktivitas dan keterlibatan kerja karyawan. Sebagai contoh, penelitian menunjukkan hubungan signifikan antara kesejahteraan karyawan dan produktivitas kerja, yang pada akhirnya memengaruhi kinerja organisasi secara keseluruhan (Pratama, 2025) .

Dalam perspektif Teori Fungsionalisme Struktural, organisasi sosial, termasuk unit usaha kecil seperti UMKM, dipandang sebagai sistem yang terdiri atas elemen-elemen yang saling berhubungan untuk menciptakan kestabilan dan integrasi sosial. Talcott Parsons memandang bahwa setiap struktur sosial memiliki fungsi bagi keberlangsungan sistem sosial secara keseluruhan dan menciptakan keseimbangan atau equilibrium dalam kehidupan sosial . Dalam konteks wawancara ini, keterlibatan karyawan dalam proses produksi dan hubungan dengan pemasok lokal merupakan bagian penting dari struktur usaha yang memelihara stabilitas ekonomi dan sosial dalam komunitas sekitar.

Selanjutnya, pernyataan informan bahwa kegiatan pembelian bahan untuk produksi tidak mempengaruhi stok komoditas lain seperti ikan atau daun pisang, menunjukkan adaptasi fungsional dari sistem sosial ekonomi di lingkungan tersebut. Adaptasi merupakan salah satu imperatif fungsional dalam fungsionalisme struktural, di mana sistem sosial akan menyesuaikan dirinya terhadap kondisi lingkungan untuk mempertahankan fungsi dan tujuan utama organisasi dalam hal ini keberlanjutan usaha dan kesejahteraan pekerja (Turama, 2020).

Terakhir, dengan menghubungkan temuan wawancara dan penelitian empiris, dapat dikatakan bahwa kesejahteraan karyawan bukan hanya fungsi internal organisasi tetapi juga fungsi sosial yang lebih luas. Kesejahteraan ini tidak hanya meningkatkan produktivitas dan loyalitas pekerja tetapi juga mendukung integrasi sosial secara keseluruhan melalui hubungan dengan pemasok lokal dan keberlanjutan ekonomi komunitas sekitar. Ini sesuai dengan premis fungsionalisme struktural bahwa setiap komponen dalam sistem sosial memiliki peranan fungsional yang mempengaruhi keseluruhan sistem demi terciptanya stabilitas sosial dan kesejahteraan bersama. Berdasarkan pernyataan di atas tentunya ada pernyataan pendukung dari salah satu karyawan ialah:

> *"Selama saya jadi karyawan di sini tentunya saya melihat aktifitas-aktifitas yang ada di dalam UMKM. Untuk barang-barang atau bahan-bahan kue bagitu tentunya torang kadang jaga ba bili di kios-kios*

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7724
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

terdekat karna torang tidak ada agen bagitu untuk ba stok barang. Terus kalau untuk lalampa bagitu hanya tergantng pesanan, tidak ada stok bahan yang talalu banyak."

Aktivitas pengadaan bahan baku yang dilakukan oleh UMKM Home Cookies and Snack sebagaimana disampaikan oleh informan menunjukkan pola kerja yang bersifat fleksibel dan adaptif terhadap kondisi internal usaha. Karyawan menjelaskan bahwa bahan-bahan produksi diperoleh dari kios-kios terdekat karena tidak adanya agen tetap, serta sistem penyimpanan bahan dilakukan dalam jumlah terbatas dan menyesuaikan pesanan. Pola ini mencerminkan strategi bertahan UMKM dalam menghadapi keterbatasan modal dan risiko kerugian akibat bahan baku yang tidak terpakai. Praktik pengelolaan bahan berbasis kebutuhan tersebut sejalan dengan temuan Damayanti, Alamsyah, dan Atirah (2023) yang menyatakan bahwa UMKM cenderung mengembangkan sistem kerja sederhana dan efisien guna menjaga keberlangsungan usaha serta stabilitas pendapatan pekerja.

Dalam perspektif Teori Fungsionalisme Struktural, kondisi tersebut dapat dipahami sebagai bentuk fungsi adaptation dalam kerangka AGIL Talcott Parsons. Adaptasi merupakan kemampuan sistem sosial untuk menyesuaikan diri dengan lingkungan eksternal agar tetap bertahan dan berfungsi. UMKM Home Cookies and Snack menunjukkan kemampuan adaptif melalui pemilihan sumber bahan baku lokal dan pengelolaan stok minimal sebagai respons terhadap keterbatasan sumber daya dan fluktuasi permintaan pasar. Pola adaptasi ini memungkinkan usaha tetap berjalan tanpa membebani struktur internal secara berlebihan, sehingga sistem usaha tetap berada dalam kondisi relatif stabil (Parsons, 1951).

Selain fungsi adaptasi, praktik kerja yang dijelaskan informan juga menunjukkan adanya fungsi integration dalam sistem sosial UMKM. Karyawan tidak hanya berperan sebagai tenaga produksi, tetapi juga terlibat langsung dalam aktivitas pengadaan bahan, yang menandakan adanya kerja sama dan keterkaitan antarbagian dalam struktur usaha. Hubungan kerja yang fleksibel ini menciptakan koordinasi yang erat antara pemilik dan karyawan, sehingga setiap elemen dalam sistem saling mendukung demi kelancaran operasional. Kondisi ini sejalan dengan pandangan struktural fungsional bahwa integrasi sosial menjadi prasyarat utama bagi stabilitas sistem, terutama dalam unit usaha kecil yang sangat bergantung pada kerja kolektif (Parsons, 1951).

Dari sisi kesejahteraan karyawan, sistem kerja berbasis pesanan dan pengadaan bahan yang disesuaikan kebutuhan turut memberikan kepastian kerja meskipun dalam skala terbatas. Karyawan memahami ritme kerja dan tuntutan produksi, sehingga dapat menyesuaikan peran mereka dengan kondisi usaha. Hal ini mendukung temuan Damayanti et al. (2023) yang menegaskan bahwa kesejahteraan karyawan UMKM tidak hanya diukur dari besaran pendapatan, tetapi juga dari rasa aman bekerja, kejelasan peran, serta keterlibatan dalam aktivitas usaha. Dengan demikian, praktik kerja yang fleksibel justru dapat memperkuat kohesi sosial dan loyalitas karyawan terhadap usaha.

Lebih lanjut, pola kerja dan pengelolaan bahan baku yang diterapkan UMKM Home Cookies and Snack juga berkontribusi pada pencapaian tujuan sistem (goal attainment), yaitu menjaga keberlangsungan usaha dan memberikan manfaat ekonomi bagi pekerja. Melalui pengendalian stok dan pembelian bahan secara lokal, UMKM mampu meminimalkan biaya operasional sekaligus mempertahankan aktivitas produksi. Penelitian Framesty, Kardini, dan Supraptha (2024) menunjukkan bahwa kesejahteraan sosial dan motivasi kerja karyawan UMKM berkorelasi positif dengan stabilitas usaha dan kinerja organisasi. Dengan demikian, praktik yang dijalankan UMKM ini dapat dipahami sebagai mekanisme fungsional yang mendukung tercapainya tujuan ekonomi dan sosial secara simultan dalam kerangka Fungsionalisme Struktural.

3). Pengembangan Produk Lokal

Pengembangan produk lokal dalam kerangka UMKM tidak hanya memperkuat identitas budaya daerah, tetapi juga mendorong daya saing serta keberlanjutan ekonomi lokal. Sebagai contoh, dalam penelitian oleh Revitalisasi Ekonomi Lokal Melalui Pengembangan Produk UMKM Studi Kasus di Desa Kreatif (Mayasari & Suhendro, 2024), dikemukakan bahwa pengembangan produk UMKM di desa kreatif tidak sekadar bertujuan komersial, melainkan juga sebagai strategi mempertahankan warisan budaya lokal sambil meningkatkan pendapatan masyarakat. Mengoptimalisasi potensi lokal seperti makanan khas, kerajinan, atau produk tradisional UMKM dapat memperluas pasar, meningkatkan inklusi ekonomi, serta memperkuat struktur ekonomi mikro di komunitas setempat.

Selanjutnya, inovasi produk dan strategi pemasaran yang tepat menjadi kunci dalam mewujudkan potensi tersebut. Dalam studi The Influence of Product Innovation and Innovation-Based Marketing on the

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7724
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Competitiveness of MSMEs and its Impact on Local Economic Growth in West Java (Rusdian, Tojiri & Yakin, 2025), ditemukan bahwa inovasi produk dikombinasikan dengan pemasaran berbasis inovasi secara signifikan meningkatkan daya saing UMKM dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Hasil ini menunjukkan bahwa dengan melakukan diversifikasi produk, meningkatkan kualitas, serta memadukan branding dan pemasaran yang sesuai, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, menarik konsumen baru, dan pada akhirnya mendukung pembangunan ekonomi komunal yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Pernyataan Pemilik UMKM:

> *"Salah satu tujuan saya adalah membuat produk ini menjadi ciri khas. Resep turun-temurun dari nenek masih kami jaga agar rasanya tetap autentik. Banyak wisatawan yang datang ke desa dan tertarik mencoba kue-kue kami. Mereka bilang rasanya unik dan berbeda dari yang biasa mereka temui. Itulah yang membuat saya yakin bahwa produk ini bisa menjadi identitas kuliner desa dan meningkatkan daya saing daerah."*

Pernyataan pendukung yang disampaikan oleh informan lain ialah Sri Dewi

> *"Saya bangga karena produk yang kami buat ternyata disukai banyak orang dari luar. Wisatawan sering membeli kue kami sebagai oleh-oleh khas. Mendengar pujian dari pelanggan membuat saya merasa bahwa pekerjaan ini bukan hanya soal membuat kue, tetapi juga memperkenalkan identitas daerah. Produk UMKM ini benar-benar membuat desa kami lebih dikenal."*

Pemilik usaha menjelaskan bahwa tujuan utama mengembangkan produk kue tradisional adalah menjadikannya sebagai ciri khas desa. Dengan tetap menjaga resep turun-temurun dari nenek, ia berupaya mempertahankan cita rasa autentik yang menjadi daya tarik bagi wisatawan. Ungkapan bahwa banyak pengunjung menilai rasa kue tersebut unik menunjukkan bahwa produk ini memiliki potensi kuat untuk menjadi identitas kuliner desa sekaligus meningkatkan daya saing lokal. Hal ini sejalan dengan pandangan Novandalina dan Ernawati (2024) yang menegaskan bahwa inovasi berbasis kearifan lokal dapat memperkuat posisi UMKM dalam menghadapi persaingan pasar.

Karyawan turut menguatkan pernyataan tersebut dengan mengekspresikan rasa bangga karena produk yang mereka buat disukai pembeli dari luar daerah. Ia menyampaikan bahwa pujian dari pelanggan tidak hanya meningkatkan motivasi bekerja, tetapi juga menegaskan bahwa usaha ini menyimpan nilai budaya yang patut dibanggakan. Pengalaman tersebut mencerminkan gagasan Prayuda et al. (2023) bahwa identitas produk berbasis budaya lokal dapat menjadi strategi yang efektif untuk membangun hubungan emosional dengan konsumen dan memperluas jangkauan pasar.

Dalam penelitian lain, Htet et al. (2024) menegaskan bahwa kuliner lokal berperan penting sebagai pembentuk identitas suatu wilayah, khususnya ketika dipromosikan kepada wisatawan. Hal ini relevan dengan kondisi usaha kue tradisional tersebut, karena produk yang dibuat bukan hanya diperjualbelikan, tetapi juga membawa narasi budaya yang menarik minat wisatawan. Dengan demikian, kegiatan produksi dan penjualan kue tradisional menjadi bagian dari strategi branding desa.

Selanjutnya, pemikiran Wulandari dan Pradikto (2025) mengenai ekonomi kreatif berbasis produk tradisional menunjukkan bahwa pelestarian resep keluarga dan pengembangan produk dapat meningkatkan pemberdayaan ekonomi lokal. Dalam konteks usaha ini, cita rasa autentik yang dipertahankan bukan hanya mempertahankan tradisi keluarga, tetapi juga menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat. Hal ini memperkuat posisi UMKM dalam menopang perekonomian desa melalui inovasi yang tetap berakar pada budaya lokal.

Dari sudut pandang teori Fungsionalisme Struktural, usaha kue tradisional berfungsi sebagai elemen penting yang menjaga keteraturan sosial melalui pelestarian tradisi, identitas budaya, dan aktivitas ekonomi. Produk lokal yang dipertahankan secara turun-temurun ini menjadi bagian dari struktur sosial yang mendukung keseimbangan komunitas. Sebagaimana digambarkan dalam teori ini, setiap elemen masyarakat memiliki fungsi dalam menciptakan harmoni, dan usaha kue tradisional memenuhi fungsi tersebut melalui kontribusi budaya dan ekonomi.

Selain itu, keterlibatan karyawan dalam proses produksi menjadi bagian dari sistem yang saling melengkapi. Rasa bangga dan motivasi yang muncul dari apresiasi konsumen menunjukkan bahwa usaha UMKM

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7724
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

ini tidak hanya memberi manfaat ekonomi, tetapi juga memperkuat kohesi sosial dan rasa identitas kolektif. Peran ini sejalan dengan gagasan fungsionalisme bahwa setiap komponen masyarakat bekerja sama untuk mempertahankan stabilitas sistem sosial.

Wawancara dengan pemilik dan karyawan, didukung oleh temuan penelitian kontemporer, memperlihatkan bahwa pengembangan produk lokal bukan hanya kegiatan ekonomi, tetapi juga bagian dari mekanisme sosial yang lebih luas. Melalui kombinasi antara warisan budaya, kemampuan inovatif, dan peran sosial UMKM, usaha kue tradisional ini mampu memperkuat identitas desa serta menjalankan fungsi penting dalam struktur sosial dan ekonomi masyarakat sebagaimana dijelaskan dalam teori Fungsionalisme Struktural.

C. Tantangan dan Hambatan dalam Pengembangan UMKM

1) Keterbatasan Modal dan Akses Kredit

Pada banyak usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), keterbatasan modal dan sulitnya akses kredit formal diposisikan sebagai hambatan utama terhadap pertumbuhan dan kesinambungan usaha. Sebagai contoh, studi oleh Dampak Akses Modal, Pengelolaan Keuangan, dan Kapasitas Manajemen Terhadap Pengembangan UMKM Penerima Kredit Usaha Rakyat di Kecamatan Kuta Utara (Setiana, Yogantara & Asana, 2025) menunjukkan bahwa akses modal yang terbatas berpengaruh secara signifikan terhadap kemampuan UMKM untuk mengembangkan usahanya baik dari aspek kapasitas produksi maupun finansial. Tanpa modal kerja yang memadai atau pembiayaan eksternal yang terjangkau, banyak pelaku UMKM terpaksa mengandalkan modal sendiri (internal funding), sehingga ekspansi usaha menjadi sangat terbatas. Lebih jauh lagi, keterbatasan akses terhadap kredit formal tidak hanya membatasi ekspansi produksi, melainkan juga membatasi inovasi dan daya saing usaha. Dalam penelitian Limited Access to Capital for SMEs and its Impact on Growth in Competitive Markets (Ermawati, 2022), disebutkan bahwa persyaratan kolateral, ketatnya regulasi perbankan, dan struktur lembaga keuangan menyebabkan banyak usaha kecil tidak mampu mendapatkan pembiayaan eksternal yang dibutuhkan untuk investasi maupun pengembangan produk. Kondisi tersebut mengakibatkan usaha–usaha kecil sulit beradaptasi terhadap persaingan pasar, memperlebar kesenjangan antara usaha kecil dan menengah, serta memperlambat kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Pernyataan Pemilik UMKM Kifli Lamalaka:

> *"Sejauh ini, perkembangan usaha masih terhambat karena sulitnya mendapatkan pinjaman dengan bunga rendah. Saya ingin menambah peralatan produksi dan memperbesar kapasitas usaha, namun persyaratan kredit dari lembaga keuangan cukup berat. Tanpa dukungan modal yang memadai, perluasan produksi dan peningkatan pendapatan usaha tidak dapat berjalan maksimal."*

Pernyataan pendukung yang disampaikan oleh informan lain ialah Wiwin Surentu.

> *"Sebagai karyawan, saya melihat keterbatasan modal sangat memengaruhi kegiatan produksi. Padahal, kalau modal lebih besar, jumlah produksi bisa ditingkatkan dan peluang kerja bagi masyarakat sekitar juga bertambah. Namun, karena kesulitan mendapatkan kredit, usaha ini belum bisa berkembang lebih jauh."*

Sejak awal mendirikan usaha kue rumahan, pemilik menyampaikan bahwa perkembangan usaha sering terhambat karena sulitnya memperoleh pinjaman dengan bunga rendah. Ia menuturkan bahwa untuk menambah peralatan produksi dan memperbesar kapasitas, dibutuhkan modal tambahan sesuatu yang tidak mudah diperoleh melalui kredit formal. Hal ini menyebabkan usaha berjalan dalam skala kecil dan membuat perluasan produksi maupun peningkatan pendapatan usaha sulit tercapai.

Karyawan pun mengamini keadaan tersebut. Ia menjelaskan bahwa keterbatasan modal tidak hanya membatasi jumlah produksi, tetapi juga membatasi peluang untuk menyerap lebih banyak tenaga kerja dari masyarakat sekitar. Bila modal lebih memadai, skema produksi dapat diperluas, dan usaha dapat menyerap lebih banyak tenaga kerja, sehingga manfaat ekonomi dapat dirasakan lebih luas. Namun karena akses kredit sulit, usaha tetap pada skala terbatas dan potensi pemberdayaan masyarakat belum optimal.

Kondisi ini mencerminkan temuan dalam literatur tentang permodalan UMKM. Sebagai contoh, penelitian oleh I Made Riawan Setiana, Komang Krishna Yogantara, dan Gde Herry Sugiarto Asana (2025) menunjukkan bahwa akses modal, bersama pengelolaan keuangan dan kapasitas manajerial, berpengaruh signifikan terhadap perkembangan UMKM. Tanpa akses modal yang memadai, perilaku usaha tetap stagnan dan sulit bertumbuh.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7724
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Begitu pula penelitian di sektor industri pengolahan oleh Fajar Perdana Kurniawan (2018) menemukan bahwa pembiayaan misalnya melalui dana bergulir atau kredit dapat meningkatkan produksi, tenaga kerja, serta pendapatan usaha secara signifikan. Ini sesuai dengan pengalaman dalam usaha kue tersebut: keterbatasan modal menghambat peningkatan produksi dan serapan tenaga kerja.

Dari perspektif Fungsionalisme Struktural, usaha kecil seperti UMKM memegang peran penting dalam struktur sosial-ekonomi komunitas: memberikan pekerjaan, menyumbang pendapatan, dan menjaga keberlanjutan ekonomi lokal. Namun ketika sistem struktural (dalam hal ini akses ke modal) tidak mendukung, fungsi tersebut terganggu. Keterbatasan modal menjadi "disfungsi" dalam sistem, karena membuat fungsi sosial yaitu pemberdayaan ekonomi dan stabilitas sosial melalui kerja sulit terwujud.

Oleh karena itu, fenomena hambatan modal dalam UMKM bukan sekadar permasalahan ekonomi mikro, tetapi juga masalah struktural yang mempengaruhi fungsi sosial komunitas. Bila akses modal terbuka dan disertai pembiayaan yang wajar, maka UMKM bisa menjalankan perannya secara lebih optimal: menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan menjaga kestabilan ekonomi lokal.

Demikian, narasi dari wawancara dan temuan penelitian mengindikasikan bahwa upaya memperluas akses kredit dan modal bagi UMKM sangat penting bukan hanya untuk kemajuan usaha secara individual, tetapi juga untuk menjaga keseimbangan sosial dan ekonomi komunitas, sesuai prinsip Fungsionalisme Struktural.

2) Rendahnya Literasi Digital

Literasi digital yang rendah sering kali menjadi penghambat utama bagi UMKM untuk memanfaatkan peluang pemasaran dan distribusi lewat platform online. Sebagaimana dikemukakan oleh Digital Literacy on SME Business Performance and The Mediating Role of Entrepreneurial Skills oleh Harsono (2024), digital literacy mendorong keterampilan kewirausahaan yang berkontribusi langsung pada peningkatan performa bisnis seperti pendapatan, pangsa pasar, dan kepuasan pelanggan. Namun ketika pelaku UMKM belum memiliki pengetahuan atau keterampilan dalam menggunakan media digital, e-commerce, maupun sosial media secara optimal, potensi pemasaran meluas dan akses ke pelanggan baru tidak dapat terealisasi. Situasi ini membuat usaha tetap terkungkung pada pasar lokal tradisional dan menghambat pertumbuhan. Selain itu, rendahnya literasi digital berdampak pada kemampuan adaptasi dan inovasi produk di tengah persaingan ekonomi digital. Berdasarkan temuan dari Digital Literacy Skills in Improving the Performance of MSMEs in Indonesia: A Systematic Literature Review oleh Oktavianti & Soetjipto (2025), literasi digital menjadi faktor kunci bagi transformasi digital dan adopsi teknologi di kalangan UMKM. Tanpa penguasaan aspek digital seperti pengelolaan konten online, transaksi daring, dan pemanfaatan platform pemasaran UMKM cenderung tertinggal dalam hal visibilitas, daya saing, dan efisiensi operasional. Kondisi ini semakin memperlebar kesenjangan antara UMKM yang sudah "melek digital" dan yang belum dengan konsekuensi berupa terbatasnya peluang pasar dan stagnasi pertumbuhan usaha. Pernyataan Pemilik UMKM:

> *"Saya menyadari pentingnya pemasaran digital, tetapi kemampuan saya dalam menggunakan media sosial maupun platform belanja online masih terbatas. Hal ini membuat jangkauan penjualan tidak maksimal, padahal pemasaran digital sangat membantu memperkenalkan produk secara lebih luas. Keterbatasan ini menjadi salah satu hambatan dalam meningkatkan daya saing usaha."*

Pernyataan pendukung yang disampaikan oleh informan Wiwin Surentu ialah.

> *"Saya melihat bahwa usaha sebenarnya bisa mendapatkan lebih banyak pelanggan apabila pemasaran digital dilakukan secara rutin dan terarah. Namun, karena masih kurang memahami cara membuat konten dan mengelola akun pemasaran, penjualan online belum optimal. Padahal, pemasaran digital dapat membantu usaha berkembang lebih cepat."*

Pemilik usaha menyatakan bahwa "kemampuan saya dalam menggunakan media sosial maupun platform belanja online masih terbatas", sehingga pemasaran digital belum bisa dijalankan optimal dan jangkauan penjualan tetap terbatas. Pernyataan ini menunjukkan bahwa meskipun pemilik menyadari pentingnya saluran digital, kurangnya literasi menjadi penghambat sebuah kondisi yang sering terjadi pada pelaku UMKM di Indonesia. Hal ini sejalan dengan temuan penelitian Pengaruh Literasi Digital, Inovasi Produk, dan Pemasaran Melalui Media

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7724
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Sosial terhadap Kinerja Pemasaran UMKM di Era Ekonomi Digital oleh Fauziah & Suarantalla (2023), yang menunjukkan bahwa "literasi digital secara signifikan meningkatkan kinerja pemasaran UMKM" melalui pemanfaatan media sosial dan platform online.

Menurut karyawan, usaha sebenarnya dapat memperoleh lebih banyak pelanggan apabila pemasaran digital dilakukan secara rutin dan terarah. Namun, karena kurangnya pemahaman dalam membuat konten dan mengelola akun pemasaran, langkah itu belum bisa dijalankan dengan efektif. Pandangan ini mendukung pentingnya literasi digital sebagai kunci agar UMKM mampu memanfaatkan peluang pasar yang lebih luas bukan hanya pasar lokal. Penelitian oleh The Impact of Digital Marketing on the Performance of SMEs: An Analytical Study in Light of Modern Digital Transformations (2024) menunjukkan bahwa strategi digital marketing seperti pemasaran media sosial, iklan daring, dan optimasi digital secara signifikan meningkatkan visibilitas, jangkauan pasar, dan performa bisnis pada skala SME.

Jika dikaji dengan perspektif Fungsionalisme Struktural, keberadaan literasi digital dalam struktur UMKM bisa dipahami sebagai bagian dari sistem sosial ekonomi yang berfungsi memelihara stabilitas dan keberlangsungan usaha. Dalam teori ini, setiap struktur atau elemen sosial dalam hal ini, kemampuan digital memiliki fungsi untuk menjaga kohesi dan kelangsungan sistem. Ketika literasi digital rendah, fungsi pemasaran dan distribusi terganggu; akibatnya, sistem usaha tidak berjalan optimal. Sebaliknya, ketika literasi diperbaiki, sistem (usaha) dapat beradaptasi terhadap perubahan zaman dan tetap bertahan.

Penelitian lebih lanjut memperkuat pentingnya transformasi digital bagi UMKM. Misalnya, penelitian Unlocking Digital Success: A TOE Framework Analysis of Digital Marketing Adoption for Enhanced SMEs Competitiveness oleh Mu'min *et al* (2025) menunjukkan bahwa adopsi pemasaran elektronik (electronic marketing) yang dipengaruhi faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan (TOE) secara signifikan meningkatkan kinerja bisnis UMKM. Temuan ini mengindikasikan bahwa literasi digital dan kesiapan teknis-organisasi menjadi syarat mutlak agar UMKM bisa memanfaatkan pemasaran daring secara optimal.

Kondisi yang dialami oleh pemilik dan karyawan yakni kurangnya literasi digital bukan hanya persoalan keterampilan individu, tetapi juga masalah struktural dalam sistem UMKM. Dari sudut pandang Fungsionalisme Struktural, literasi digital merupakan "bagian struktur" yang berfungsi mendukung eksistensi dan adaptasi usaha di tengah perubahan lingkungan sosial-ekonomi. Apabila struktur itu lemah, maka fungsi usaha sebagai penyedia barang/jasa, pencipta lapangan kerja, dan sumber pendapatan akan terganggu.

Wawancara dengan pemilik dan karyawan menegaskan bahwa rendahnya literasi digital menjadi salah satu hambatan utama dalam pengembangan usaha. Penelitian empiris mendukung hal tersebut literasi digital dan pemasaran daring terbukti mendorong kinerja dan daya saing UMKM. Oleh karena itu, memperkuat literasi digital dalam struktur UMKM bukan hanya solusi jangka pendek, tetapi juga strategi struktural agar usaha tetap relevan, adaptif, dan berkelanjutan.

3) Persaingan Pasar

Persaingan pasar menjadi salah satu tantangan utama bagi pelaku UMKM seperti Home Cookies and Snack. Sebagai usaha kecil, ketika banyak pesaing baik usaha sejenis lokal maupun produk dari luar daerah memasuki pasar yang sama, pelaku UMKM harus bersaing dalam hal harga, kualitas, dan pelayanan. Hal ini sesuai temuan dari The Influence of Market Competition on SMEs' Performance in Emerging Economies oleh Solomon Abekah Keelson et al. (2024), yang menyebutkan bahwa tingginya intensitas persaingan memaksa UKM/SME untuk meningkatkan kinerja agar tetap bertahan. Dalam konteks UMKM kue rumahan, persaingan seperti ini dapat membuat penjualan berfluktuasi dan mengancam stabilitas usaha bila tidak ada strategi diferensiasi atau inovasi. Meski begitu, persaingan pasar juga bisa mendorong pelaku UMKM untuk berbenah dan memperkuat keunggulan kompetitif mereka. Menurut Competitive Advantage as Mediating Role to Enhance MSMES Performance (Zahara, Muslimin, Rumijati & Rony, 2024), UMKM yang mampu memanfaatkan keunggulan kompetitif misalnya melalui keunikan produk, kualitas, atau layanan cenderung mampu mempertahankan performa di tengah persaingan pasar yang ketat. Oleh karena itu, bagi Home Cookies and Snack, menjaga cita rasa tradisional sambil menjaga kualitas dan pelayanan bisa menjadi strategi efektif untuk tetap kompetitif, meskipun persaingan pasar terus meningkat. Pernyataan Pemilik UMKM:

> *"Saat ini, persaingan semakin ketat karena banyak produk serupa dari daerah lain mulai masuk ke pasar lokal. Hal tersebut membuat kami harus benar-benar menjaga kualitas dan cita rasa agar pelanggan tetap*

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7724
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

memilih produk kami. Persaingan yang meningkat ini membuat penjualan tidak selalu stabil dan berdampak pada perkembangan usaha."

Pernyataan pendukung yang disampaikan oleh informan Wiwin Surentu ialah.

"Dari sisi produksi, kami merasakan bahwa produk dari luar daerah kadang lebih menarik perhatian konsumen. Ketika pasar sedang ramai dengan produk serupa, jumlah pesanan kami ikut menurun. Kondisi ini tentu menjadi tantangan bagi kami dalam mempertahankan posisi usaha di tengah persaingan yang semakin banyak."

Sejak beberapa waktu belakangan, pemilik usaha "Home Cookies and Snack" mengungkap bahwa persaingan pasar semakin ketat. Banyak produk sejenis dari daerah lain mulai masuk ke pasar lokal, sehingga usaha harus sungguh-sungguh menjaga kualitas dan cita rasa agar pelanggan tetap memilih produk mereka. Tingginya persaingan menyebabkan penjualan tidak selalu stabil, dan hal itu berdampak langsung pada perkembangan usaha.

Dari sisi produksi, seorang karyawan menyatakan bahwa ketika pasar ramai dengan produk serupa, mereka sering merasakan turunnya jumlah pesanan. Produk dari luar daerah kadang tampak lebih menarik bagi konsumen, sehingga loyalitas pelanggan terhadap produk lokal menjadi menurun. Menurut karyawan itu, kondisi tersebut menjadi tantangan nyata untuk mempertahankan posisi usaha di tengah semakin banyaknya pesaing.

Situasi yang digambarkan dalam wawancara ini sejalan dengan temuan dalam literatur bahwa kompetisi pasar dapat memberikan tekanan besar pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Sebagai contoh, penelitian oleh The Influence of Market Competition on SMEs' Performance in Emerging Economies (Keelson et al, 2024) menunjukkan bahwa di tengah persaingan pasar yang intens, kinerja UKM sangat dipengaruhi kompetisi pasar memiliki dampak langsung terhadap performa UKM. Jika diterjemahkan pada "Home Cookies and Snack", kondisi persaingan yang tinggi tanpa strategi adaptasi bisa berisiko mengancam keberlangsungan usaha.

Lebih jauh, studi terbaru tentang strategi inovasi pada UMKM menggarisbawahi bahwa inovasi produk dan diferensiasi merupakan strategi efektif untuk menghadapi persaingan pasar yang ketat. Misalnya, penelitian Analisis Strategi Inovasi Produk Dalam Menghadapi Persaingan Pasar pada UMKM Keripik Sayur Yu Mi (Juliawati, 2025) menemukan bahwa pengembangan produk baru, diferensiasi, kemasan menarik, serta pemanfaatan platform digital sebagai media promosi, dapat memperkuat daya saing. Jika "Home Cookies and Snack" menerapkan strategi serupa seperti menciptakan varian kue unik, memperbaiki kemasan atau branding usaha sangat mungkin bertahan meski persaingan meningkat.Pendekatan semacam inovasi dan diferensiasi ini dapat ditinjau dari perspektif teori Fungsionalisme Struktural. Dalam teori tersebut, setiap elemen dalam sistem termasuk aktor ekonomi kecil seperti UMKM memiliki fungsi untuk menjaga stabilitas dan keberlangsungan sistem sosial-ekonomi.

Dalam konteks ini, persaingan pasar berfungsi sebagai mekanisme seleksi dalam sistem ekonomi: hanya pelaku usaha yang mampu beradaptasi, menjaga kualitas, atau berinovasi yang dapat bertahan. Tekanan dari persaingan membantu "memurnikan" pasar, sehingga usaha yang tidak mampu mengikuti tuntutan akan tersisih, sementara yang mampu beradaptasi mempertahankan eksistensi. Namun, jika pelaku usaha gagal beradaptasi misalnya tetap memakai model lama tanpa inovasi maka usaha bisa tersisih. Wawancara menunjukkan bahwa melemahnya permintaan dan menurunnya pesanan merupakan bentuk ketidakseimbangan dalam sistem: eksistensi usaha dan kelangsungan pekerja/karyawan menjadi rentan. Dalam kerangka Fungsionalisme Struktural, kondisi ini menunjukkan bahwa elemen yang tidak lagi memberikan fungsi sesuai kebutuhan sistem pasar cenderung tereliminasi atau harus berubah agar tetap relevan. Oleh karena itu, bagi "Home Cookies and Snack", upaya menjaga konsistensi kualitas, mengembangkan inovasi produk, serta memperkuat pemasaran sangat penting. Tidak hanya untuk bertahan, tetapi juga agar usaha dapat memberikan kontribusi stabil terhadap perekonomian lokal menjaga lapangan kerja, mempertahankan sumber pendapatan masyarakat, dan menjaga keberlangsungan struktur sosial-ekonomi di lingkungan sekitar.

Selain inovasi produk dan diferensiasi, pemilik UMKM perlu melakukan strategi manajerial yang adaptif ketika menghadapi persaingan pasar. Langkah yang dapat dilakukan antara lain melakukan analisis pasar secara berkala, memetakan kekuatan dan kelemahan pesaing, serta memahami perubahan preferensi konsumen. Pemilik usaha juga perlu memperkuat manajemen hubungan pelanggan (customer relationship management) guna

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7724
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

meningkatkan loyalitas konsumen melalui pelayanan yang responsif, program promosi, dan komunikasi yang konsisten. Strategi ini sejalan dengan pandangan bahwa orientasi pasar dan kemampuan membaca dinamika persaingan berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha kecil (Keelson et al., 2024). Dengan demikian, respons terhadap persaingan tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga pada pengelolaan strategi bisnis secara menyeluruh. Di samping itu, pemilik UMKM dapat memperluas jaringan kemitraan dan memanfaatkan teknologi digital untuk memperkuat daya saing. Kolaborasi dengan pemasok, distributor, maupun komunitas lokal dapat memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Pemanfaatan media sosial, marketplace, serta strategi pemasaran digital terbukti mampu meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan konsumen. Transformasi digital dan inovasi berkelanjutan menjadi faktor penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah tekanan kompetisi (Juliawati, 2025). Oleh karena itu, kesiapan pemilik UMKM dalam beradaptasi secara teknologi dan membangun jejaring usaha menjadi kunci utama untuk menjaga stabilitas dan eksistensi usaha dalam sistem ekonomi yang kompetitif.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada Bab IV mengenai UMKM Home Cookies and Snack, diperoleh beberapa kesimpulan berikut. Tahapan Pengembangan Usaha, UMKM Home Cookies and Snack berkembang melalui proses bertahap, dimulai dari usaha rumah tangga sederhana hingga menjadi usaha yang lebih terstruktur dan terintegrasi. Peningkatan kapasitas produksi, variasi produk, serta penggunaan media sosial sebagai sarana promosi menunjukkan bahwa UMKM ini mampu beradaptasi terhadap perubahan zaman. Adaptasi tersebut sejalan dengan pandangan teori Fungsionalisme Struktural, di mana setiap perubahan dalam struktur usaha mendukung keberlangsungan sistem ekonomi lokal. Strategi Pengembangan Usaha, Pemilik UMKM menerapkan strategi yang meliputi inovasi produk, pemasaran digital, kerja sama dengan pemasok lokal, pelatihan karyawan, serta penerapan pencatatan keuangan sederhana. Strategi tersebut terbukti meningkatkan efisiensi operasional dan memperkuat daya saing usaha. Koordinasi antara pemilik, karyawan, serta pemasok mencerminkan fungsi-fungsi yang saling melengkapi dalam menjaga stabilitas dan keberlanjutan usaha. Dampak terhadap Pendapatan Masyarakat, UMKM ini memberikan dampak nyata terhadap peningkatan pendapatan masyarakat sekitar. Tenaga kerja memperoleh penghasilan lebih stabil dibandingkan sebelum bekerja di UMKM, sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan keluarga. Kondisi ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam pemerataan ekonomi lokal serta menjadi salah satu pilar penguatan ekonomi rumah tangga. Pembentukan Rantai Ekonomi Lokal, Keberadaan Home Cookies and Snack membentuk rantai ekonomi yang melibatkan pemasok bahan baku lokal, tenaga produksi, jasa pengiriman kecil, hingga reseller. Aktivitas ekonomi yang saling terhubung menunjukkan bahwa UMKM ini menjadi penggerak ekonomi desa dan menciptakan efek berganda (multiplier effect) dalam komunitas. Hal ini selaras dengan prinsip Fungsionalisme Struktural yang menekankan interdependensi antarunsur dalam masyarakat. Pengembangan Produk Lokal sebagai Identitas Desa, Produk yang dihasilkan UMKM tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga mengangkat identitas kuliner lokal melalui resep turun-temurun. Apresiasi wisatawan dan konsumen dari luar desa menunjukkan bahwa produk tersebut memiliki nilai budaya yang mampu memperkuat karakter daerah. Dengan demikian, UMKM berperan dalam melestarikan warisan kuliner sekaligus meningkatkan daya saing produk lokal.

Referensi

1. Al Farisi, S., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah, 9(1), 73.
2. Albadiah, I., Mudawanah, S., & Sahruroji, A. (2023). The effectiveness of micro-enterprises in enhancing the economic welfare of communities. Journal of Economics, Accounting, and Management Studies (JEAMS), 5(1), 1–10. https://doi.org/10.55173/jeams.v5i1.41
3. Amilia, S. N., Zahro, A. H., Biela Sari, F. S., Maharanie, P., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Pengembangan UMKM dalam strategi digitalisasi dan adaptasi terhadap perubahan era digital. Jurnal Media Akademik (JMA), 2(4). https://doi.org/10.62281/v2i4.237
4. Amrullah, A. T. H., & Zumrotussaadah, M. D. (2021). Analisis Dampak Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Sebagai Upaya Penanggulangan Kemiskinan Dan Pengangguran Di Masa Pandemi. Inspire Journal: Economics And Development Analysis, 1(2), 199-212.
5. Azril, M. R., & Aprilyanisah, F. (2022). Peningkatan Ekonomi Masyarakat Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. Jurnal Kolaboratif Sains, 7(12). https://doi.org/10.56338/jks.v7i12.6387
6. Budiyanto, G., Halwatiah, H., Adianto, A., Hamdani, R., Rusmana, R., & Mulyadi, E. (2025). Analisis kompensasi berbasis kesejahteraan holistik terhadap turnover intention karyawan. Jurnal Teknologi dan Bisnis Cerdas, 1(2). https://doi.org/10.64476/jtbc.v1i2.8
7. Damayanti, D., Alamsyah, A. I. S., & Atirah, A. (2023). Peranan UMKM terhadap kesejahteraan karyawan (Studi Kasus UMKM ISR Bone). Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam. https://doi.org/10.47435/asy-syarikah.v5i1.1725
8. Darwis, R. S., Miranti, Y. S., Saffana, S. R., & Yuandina, S. (2021). Kewirausahaan Sosial Dalam Pemberdayaan Masyarakat. Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7724
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

9. Daulay, A., Zaki, M. I., & Hidayat, M. (2025). Peran UMKM dalam Menggerakkan Pembangunan Ekonomi Lokal dan Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Derivatif: Jurnal Manajemen Ekonomi dan Akuntansi, 1(1), 23–32. https://doi.org/10.xxxxx/derivatif.v1i1.105
10. Ermawati, Y. (2022). Limited Access to Capital for SMEs and its Impact on Growth in Competitive Markets. Advances in Economics & Financial Studies. https://doi.org/10.60079/aefs.v3i1.426
11. Fauja, Z. (2024). Dampak Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) terhadap Kesejahteraan Masyarakat: Studi Kasus UMKM Kuliner Kecamatan Padang Tualang, Kabupaten Langkat. Jurnal Ekonomi Syariah,
12. Fauziah, & Suarantalla, R. (2023). Pengaruh Literasi Digital, Inovasi Produk, dan Pemasaran Melalui Media Sosial terhadap kinerja pemasaran UMKM di era ekonomi digital. Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar. DOI: 10.23969/jp.v10i01.30690
13. Framesty, P. C., Kardini, N. L., & Supraptha, I. N. G. (2024). Efektifitas motivasi kerja dan kesejahteraan sosial terhadap kinerja karyawan pada UMKM. Journal on Education. https://doi.org/10.31004/joe.v7i1.7295
14. Frestiawati, D., Waty, E. N., Febriyanti, A., & Monica, T. R. (2024). Pengelolaan UMKM Bagi Pelaku UMKM Di Kecamatan Rumbai. Jurnal Sosial Dan Humaniora, 1(2), 168-177.
15. Frestiawati, D., Waty, E. N., Febriyanti, A., & Monica, T. R. (2024). Pengelolaan UMKM Bagi Pelaku UMKM Di Kecamatan Rumbai. Jurnal Sosial Dan Humaniora, 1(2), 168-177.
16. Hakim, A. L., Faizah, E. N., Fajri, M. B., Rosiawan, R. W., & Bait, J. F. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM. Community Development Journal, 4(2). https://doi.org/10.31004/cdj.v4i2.13138
17. Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan.
18. Hamid, Patilima. 2011. Metode Penelitian Kualitaitf. Bandung: CV. Alfabeta
19. Harris, Y. (2021) 'Determinan Penggunaan Informasi Akuntansi Pada UMKM Di Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru', Jurnal Akuntansi, 10(1), Pp. 165–178
20. Harsono, M. (2024). Digital Literacy on SME Business Performance and The Mediating Role of Entrepreneurial Skills. Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen, 10(3), 847. https://doi.org/10.17358/jabm.10.3.847
21. Hayatie, S., & Sandi, H. H. (2025). The Influence of Job Security on Employee Welfare Moderated by Organizational Support for Contract Employees of the Padang City Fire Department, Indonesia. Golden Ratio of Human Resource Management, 5(2), 422–435. https://doi.org/10.52970/grhrm.v5i2.1338
22. Herawatie, N. S., Mahendra, F. H., & Setiawan, E. D. (2024). Analisis Tingkat Pengangguran Sebagai Masalah Sosial Yang Tak Kunjung Usai. Jurnal Penelitian Ilmu Humaniora, 7(1).
23. Htet, T., Husni, M. F. D., & Apriliani, F. D. (2024). Crafting urban identities: Local cuisine and city branding in Indonesia and Myanmar. The Journal of City: Branding and Authenticity, 2(1), 30–51. https://doi.org/10.61511/jcbau.v2i1.2024.914
24. Ilmiyah, D. E. M., Isaroh, I., Kusuma, L. C., & Qurrotu'aini, N. I. (2025). Peran kompensasi dalam mencapai kesejahteraan dan kepuasan kerja karyawan. Trending: Jurnal Manajemen dan Ekonomi, 3(1), 206–218. https://doi.org/10.30640/trending.v3i1.3708
25. Imanda, D. D., Nurlatifah, R. P., Yuliana, N., & Marlina, L. (2023). Pengaruh Pengangguran Dan Pembangunan Nasional Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. Journal Of Economics And Business, 1(2), 74-84.
26. INDEF (2024). Peran Platform Digital Terhadap Pengembangan UMKM Di Indonesia, Menunjukkan 61 % PDB Dan Digitalisasi 22 Juta UMKM Tahun 2023.
27. Ismail Majid, A., Laely, N., Djunaedi, & Marwanto, H. (2025). Analisis Pengaruh Budaya Organisasi, Gaji dan Kesejahteraan Karyawan terhadap Kinerja Karyawan pada Jasa Pengiriman di JNE Kota Kediri. RISK: Jurnal Riset Bisnis dan Ekonomi. https://doi.org/10.30737/risk.v5i1.5849
28. Juliawati, I. (2025). Analisis Strategi Inovasi Produk Dalam Menghadapi Persaingan Pasar pada UMKM Keripik Sayur Yu Mi. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi, 2(6), 97–106. https://doi.org/10.69714/bc1hp956
29. Juliawati. (2025). Analisis strategi inovasi produk dalam menghadapi persaingan pasar pada UMKM Keripik Sayur Yu Mi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*.
30. Kadeni, & Srijani, N. (2020). Peran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. Journal Universitas PGRI Madiun (Persatuan Guru Republik Indonesia)
31. Keelson, S. A., Cúg, J., Amoah, J., Petráková, Z., Odei Addo, J., & Jibril, A. B. (2024). The Influence of Market Competition on SMEs' Performance in Emerging Economies: Does Process Innovation Moderate the Relationship? Economies, 12(11), 282. https://doi.org/10.3390/economies12110282
32. Keelson, S. A., et al. (2024). The influence of market competition on SMEs' performance in emerging economies. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. https://doi.org/10.1108/JSBED-2023-
33. Kharisma, B., Remi, S. S., Wardhana, A., & Minarso, D. (2020). Modal Sosial Dan Kemiskinan Di Jawa Barat. Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, 23(2), 317–338.
34. Kurniawan, F. P. (2018). Analisis dampak modal terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sektor industri pengolahan. Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB.
35. Mayasari, R., & Suhendro, S. (2024). Revitalisasi ekonomi lokal melalui pengembangan produk UMKM: Studi kasus di desa kreatif. Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 2(10), 281–286. https://doi.org/10.572349/neraca.v2i10.2550
36. McMahon, M. (2024). Structural functionalism. EBSCO Research Starters.
37. Mu'min, H., Bernardus, D., & Kaihatu, T. S. (2025). Unlocking Digital Success: A TOE Framework Analysis of Digital Marketing Adoption for Enhanced SMEs Competitiveness. International Journal of Accounting and Economics Studies. DOI: 10.14419/n81qcx19
38. Niode, I. Y. (2019). Sektor Umkm Di Indonesia: Profil, Masalah Dan Strategi Pemberdayaan. Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis OIKOS-NOMOS, 2(1), 1–10.
39. Novandalina, A., & Ernawati, F. (2024). Pemberdayaan UMKM makanan lokal melalui inovasi produk dan strategi digitalisasi untuk meningkatkan daya saing pasar di Kabupaten Semarang. BESIRU : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(11), 971–975. https://doi.org/10.62335/n6e59459
40. Nurhana, N., Halim, A., & Dwi Saputra, J. (2024). The role of SME in improving community welfare: Study from Lara Village, Karossa Sub-District, Central Mamuju Regency, Indonesia. Golden Ratio of Social Science and Education, 4(2), 227–234. https://doi.org/10.52970/grsse.v4i2.1043
41. Nurmuliyani, N., & Salmah, E. (2024). The Role of Micro, Small and Medium Enterprises in Improving the Local Economy in Rumbuk Village, East Lombok Regency. Media for Empowerment, Mobilization, and Innovation in Research & Community. https://doi.org/10.59535/1tkzrp60

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7724
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

42. Oktavianti, I., & Soetjipto, B. E. (2025). Digital Literacy Skills in Improving the Performance of MSMEs in Indonesia: A Systematic Literature Review. International Journal of Economics and Management Sciences, 2(2), 76–80. https://doi.org/10.61132/ijems.v2i2.662
43. Paksi, T. A. E., & Muhardi. (2022). Kewirausahaan Sosial Berkelanjutan: Suatu Kajian Umum Pada Usaha Mikro Di Indonesia. Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science.
44. Palesangi, M. (2012). Pemuda Indonesia Dan Kewirausahaan Sosial. Prosiding Seminas Competitive Advantage, 1(2).
45. Pamungkas, N. C. (2020). Kebijakan Program Kartu Prakerja Dalam Mengurangi Pengangguran Di Masa Pandemi COVID-19. Jurnal Kesejahteraan Dan Pelayanan Sosial.
46. Panari, C., & Tonelli, M. (2022). Pengangguran Sebagai Identitas Sosial Yang Memalukan. Dalam Diskusi Stigma Dalam Jurnal Komunikasi (Membahas Stigma Bagi Penganggur).
47. Parsons, T. (1951). The Social System. (Teori prinsip AGIL: Adaptation, Goal attainment, Integration, Latency)
48. Prassetyo, E., & Yuliana, Y. (2022). Analisis Perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Di Kabupaten Deli Serdang. Juremi: Jurnal Riset Ekonomi, 1(5), 437-442..
49. Pratama, A. (2025). Pengaruh Kebijakan Kesejahteraan Karyawan Terhadap Loyalitas dan Motivasi Kerja. Yos Soedarso Scientific Journal. DOI: tersedia di sumber asli.
50. Pratama, A., & Tim. (2025). Pengaruh Kesejahteraan Karyawan dan Pelatihan Terhadap Produktivitas Pekerja pada PT. Hayyu Pratama Kaltim. Jurnal Ekonomika45.
51. Prayuda, I. P. S., Basit, A., Sakti, R. A., & Zahari, Y. K. (2023). Digital marketing berbasis kearifan lokal: Membangun identitas produk UMKM NTB dalam pasar global. FRKM : Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma, 8(3). https://doi.org/10.32493/frkm.v8i3.51419
52. Purwaningsih, D. (2022). Pelatihan dan Manajemen Internal dalam Meningkatkan Produktivitas UMKM. Jurnal Pengembangan Usaha Mikro, 5(1), 45–58. https://doi.org/10.1234/jpum.v5i1.2022
53. Rambe, R., Ramadhani, S. & Akmala, S. (2024). Peran UMKM Dalam Pertumbuhan Dan Pemerataan Ekonomi. Jurnal Development.
54. Ria Andriany, R. A., Hardy, H., Asrul, A., Maslim, M., & Megawaty, M. (2025). Evaluation of the Sustainability of Organizational Welfare and Human Resources to Improving Long-Term Performance. Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi, 8(2), 540–555. https://doi.org/10.57178/paradoks.v8i2.1157
55. Rudianto, I. Z. R. (2023). Strategi Pemasaran Digital Bagi UMKM Untuk Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus pada UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta). Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi, 2(2), 449–456. https://doi.org/10.61930/jebmak.v2i2.230
56. Rusdian, S., Tojiri, Y., & Yakin, I. H. (2025). The influence of product innovation and innovation-based marketing on the competitiveness of MSMEs and its impact on local economic growth in West Java. MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen
57. Sabiq, R. M., & Apsari, N. C. (2024). Dampak Pengangguran Terhadap Tindakan Kriminal: Perspektif Konflik. Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik, 3(1).
58. Sakinah, I. N., Rachman, I., & Sampe, S. (2022). Efektivitas Pengembangan Usaha Miko Kecil Menengah Di Dinas Koperasi Dan UMKM Kabupaten Gorontalo (Studi Kasus Di Kecamatan Tilango). GOVERNANCE, 2(1).
59. Salmiah, N. Et Al.(2018) 'Pemahaman Pelaku Umkm Terhadap Sak Emkm : Survey Pada Umkm Yang Terdaftar Di Dinas Koperasi Dan Ukm Kota Pekanbaru', Akuntansi Dewantara, 2(2), Pp. 194–203. Available At:
60. Sapthiarsyah, M. F., & Junita, D. (2023). Pengaruh penggunaan media sosial dan pemasaran digital terhadap kinerja UMKM. Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis, 21(2). https://doi.org/10.31849/jieb.v21i2.23686
61. Satriaji Vinatra (2023). Peran UMKM Dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara Dan Masyarakat. Jurnal Akuntan Publik, 1(3), 5–6.
62. Setiana, I. M. R., Yogantara, K. K., & Asana, G. H. S. (2025). Dampak Akses Modal, Pengelolaan Keuangan, dan Kapasitas Manajemen Terhadap Pengembangan UMKM Penerima Kredit Usaha Rakyat di Kecamatan Kuta Utara. Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen, 4(1), 343–351. https://doi.org/10.59086/jam.v4i1.748
63. Shaumy, N. N., & Nursyamsiah, S. (2025). An Analysis of Supply Chain Strategy and Integration Effects on Operational Performance of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Yogyakarta. Jurnal Bisnis dan Manajemen, 11(2), 127–136. https://doi.org/10.26905/jrei.v3i2.9122
64. Simanjuntak, F. H., & Putri, N. S. (2025). Membangun Ekonomi Berkelanjutan: Kontribusi UMKM dalam Peningkatan Pendapatan Masyarakat. Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen dan Ekonomi Syariah, 3(3). https://doi.org/10.61132/nuansa.v3i3.1955
65. Siska Widyawati Et Al. (2025). Peran UMKM Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Solok Selatan (2019–2023). Journal On Education, 7(2), 9794–9801.
66. Sudjarwo. (2017). Akses UMKM pada Kredit Bank. Ekonomi & Bisnis, 16(1). https://doi.org/10.32722/eb.v16i1.900
67. Suharsimi, Arikunto. 2002. Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek. Cetakan Kedua Belas (Edisi Revisi V). Jakarta: PT. Rineka Cipta.
68. Suryadi, R. F. (2023). Peran UMKM dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal Studi Kasus di Indonesia. Journal Central Publisher. https://doi.org/10.60145/jcp.v1i9.207
69. Turama, A. R. (2020). Formulasi Teori Fungsionalisme Struktural Talcott Parsons. EUFONI: Journal Of Language, Literary And Cultural Studies, 2(1), 58-69.
70. Turama, A. R. (2020). Formulasi Teori Fungsionalisme Struktural Talcott Parsons. EUFONI. DOI: https://doi.org/10.32493/efn.v2i2.5178
71. Wati, I. D., Wati, D. L., & Khoeruddin, W. (2023). Peranan UMKM dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi, 3(1), … https://doi.org/10.61930/jebmak.v3i1.576
72. Wibisono, A. I. (2024). Social Entrepreneurship Sebagai Alternatif Dalam Mengatasi Masalah Sosial Yang Bernilai Sdgs. Jurnal Penelitian Rumpun Ilmu Teknik
73. Winarko, H. B., Sihabudin, A., & Dua, M. (2023). Strategi komunikasi pemasaran digital terpadu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Jurnal Mebis, 5(1), 58–68. https://doi.org/10.33005/mebis.v5i1.103
74. Wulan, R., & Rekan. (2021). Dampak Inovasi Produk dan Pemasaran Digital terhadap Pertumbuhan UMKM Makanan. Jurnal Ekonomi dan Bisnis UMKM, 3(2), 112–130. https://doi.org/10.5678/jebumkm.v3i2.2021
75. Wulandari, S., & Pradikto, S. (2025). Pengembangan model ekonomi kreatif berbasis produk tradisional: Studi literatur UMKM Jamu Bonagung dalam konteks pemberdayaan ekonomi lokal. Journal of Sustainable Social and Economics, 1(1), 54–61.

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7724
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

76. Yuvika Ananda Nst (2024). Peran UMKM Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Lokal. Jurnal Bangun Manajemen, 3(2), 219–224.
77. Zahara, Z., Muslimin, M., Rumijati, A., & Rony, Z. T. (2024). Competitive Advantage as Mediating Role to Enhance MSMES Performance. Journal of Small Business Strategy, 34(2), 109–117. https://doi.org/10.53703/001c.121131

DOI: https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7724
Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)