

STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING UMKM KULINER DI KELURAHAN PAMULANG BARAT

Selma Sharika¹, Ramon Hurdawaty^{2*}

^{1,2}Politeknik Sahid

*Korespondensi: ramon.hurdawaty@polteksahid.ac.id

Diajukan	Direvisi	Diterima
03-01-2025	19-02-2025	25-02-2025

ABSTRACT

Purpose: This study aimed to determine the strategies of culinary MSMEs in West Pamulang in increase their competitiveness.

Research Methods: This study used a qualitative approach with the SWOT Analysis method through the IFE, EFE, IE, and QSPM matrix stages. The data collection technique was conducted by distributing a questionnaire to 10 respondents related to culinary MSMEs in West Pamulang.

Implication: The results of the study indicate that the strategy to improve the competitiveness of culinary MSMEs in Pamulang Barat Village involves two main approaches, namely the need to improve performance for entrepreneurs, especially the elderly, through training and mentoring facilitated by the cooperative office, and culinary MSMEs are advised to take advantage of the strength of current food trends by presenting unique and attractive offers.

Keywords: Culinary MSMEs, Competitiveness, SWOT

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi UMKM kuliner di Pamulang Barat dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Metode Penelitian: Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Analisis SWOT melalui tahap matriks IFE, EFE, IE, QSPM. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan mengajukan kuesioner kepada 10 orang responden terkait UMKM kuliner di Pamulang Barat.

Implikasi: Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi untuk meningkatkan daya saing UMKM kuliner di Kelurahan Pamulang Barat melibatkan dua pendekatan utama, yaitu perlu dilakukan peningkatan performa bagi para pengusaha, terutama yang sudah lanjut usia, melalui pelatihan dan pendampingan yang difasilitasi oleh dinas koperasi, serta UMKM kuliner disarankan untuk memanfaatkan kekuatan tren makanan terkini dengan menghadirkan penawaran yang unik dan menarik.

Kata Kunci: UMKM kuliner, Daya Saing, SWOT

PENDAHULUAN

Pertumbuhan perekonomian Indonesia sangat dipengaruhi oleh peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang mencakup 99% dari total unit usaha. Pada awal tahun 2020, pandemi COVID-19 menyebabkan penurunan kinerja UMKM. Banyak UMKM, terutama di sektor kuliner, yang terpaksa tutup sementara atau bahkan permanen akibat pembatasan sosial dan penurunan daya beli masyarakat, sehingga kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) hanya mencapai 37,3%, dengan serapan tenaga kerja sebesar 73%. Namun, pada tahun 2021, UMKM menunjukkan pemulihan signifikan dengan kontribusi terhadap PDB meningkat menjadi 60,5% dan serapan tenaga kerja mencapai 97%. Pemulihan ini menunjukkan bahwa UMKM, khususnya di sektor kuliner, mulai beradaptasi

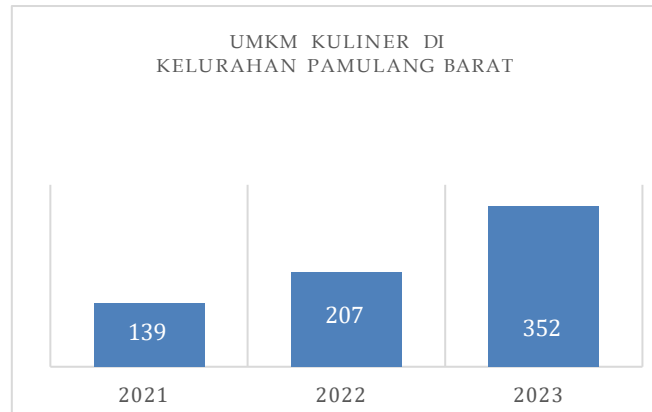
dengan kondisi baru, seperti inovasi dalam pemasaran termasuk penggunaan platform digital (Kemenkopukm, 2022).

Menurut laporan World Competitive Year book 2024 menunjukkan bahwa saat ini daya saing Indonesia menduduki posisi ke-27 meningkat dari posisi 34 di tahun 2023. Lonjakan peringkat daya saing Indonesia sebagai suatu hal positif untuk meningkatkan kepercayaan investor terhadap usaha di Indonesia. Untuk bertahan dalam persaingan global, perlu mempertahankan daya saing, serta meningkatkan kinerja dan pertumbuhan ekonomi.

Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) pada tahun 2023 melakukan pengukuran daya saing menggunakan Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) di tingkat provinsi dan kabupaten / kota. Skor daya saing tertinggi ada pada Provinsi DKI Jakarta, kedua oleh Jawa Tengah, diikuti Bali dan Yogyakarta. Menyoroti Banten yang hanya menduduki posisi kedelapan yang menurun dari posisi kelima pada tahun 2022 (BRIN, 2023).

Salah satu upaya strategis untuk meningkatkan daya saing di Provinsi Banten adalah melalui pengembangan UMKM tidak hanya menjadi motor penggerak ekonomi lokal tetapi juga berkontribusi dalam menciptakan lapangan kerja, mengurangi tingkat pengangguran, dan memperkuat perekonomian berbasis kearifan lokal (Bank Indonesia Banten, 2022). Dengan memanfaatkan potensi sumber daya alam dan budaya yang melimpah, UMKM di Banten dapat menghasilkan produk-produk unggulan yang memiliki daya tarik di pasar nasional maupun internasional (Idayu, R, et al., 2021). Dalam meningkatkan daya saing UMKM perlu melakukan strategi yang meliputi digitalisasi, inovasi produk dan layanan, inovasi proses bisnis, serta inovasi pemasaran dan penjualan. Selain itu, pentingnya faktor pendukung seperti dukungan pemerintah, akses ke sumber daya keuangan, jaringan, dan peluang kolaborasi dalam meningkatkan daya saing UMKM (Hurdawaty & Tukiran, 2024).

Kota Tangerang Selatan merupakan salah satu kota di Provinsi Banten yang berupaya meningkatkan pengembangan UMKM Kuliner, terutama di Kelurahan Pamulang Barat. UMKM berperan besar untuk membuka lapangan pekerjaan karena dengan adanya UMKM dinilai sangat membantu untuk meminimalisir angka kemiskinan dan pengangguran. Berkembang pesatnya UMKM di Kelurahan Pamulang Barat ternyata menjadi indikator yang baik bagi pasar kuliner (Pusporini, Titi, & Lina, 2022). Terlihat usaha kuliner banyak diminati oleh para pengusaha karena sifatnya yang menjanjikan dan daya tarik yang luas, seperti yang terlihat di Alun-Alun Pamulang, di mana para pedagang menggabungkan cita rasa tradisional dengan sentuhan modern (Putri, 2024). Hal ini, berlaku jika makanan yang ditawarkan unik dan lezat dengan tetap mempertahankan harga yang terjangkau, sehingga menjamin basis penggemar yang besar. Dari data yang diperoleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (DINKOPUKM, 2024) Kota Tangerang Selatan, total keseluruhan pelaku usaha kuliner di Kelurahan Pamulang Barat berjumlah 689 UMKM Kuliner dari tahun 2021 sampai dengan tahun 2023.



Gambar 2. Data UMKM Kuliner Berdasarkan Kelurahan Pamulang Barat

(Sumber: Dinas Koperasi UKM Kota Tangerang Selatan, 2024)

UMKM kuliner di Pamulang Barat meliputi berbagai jenis usaha, mulai dari warung makan, restoran, katering, hingga usaha makanan kaki lima atau gerobakan dan usaha minuman. Ketertarikan masyarakat dalam tren makanan kekinian sangat besar. Hal ini menjadikan peluang untuk para pengusaha, dari data Dinas Koperasi UKM Kota Tangerang Selatan menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk memulai usaha kuliner di Kelurahan Pamulang Barat terus meningkat setiap tahunnya. Berikut adalah jumlah dari jenis-jenis usaha kuliner di Kelurahan Pamulang Barat dari tahun 2021 sampai dengan 2023.

Tabel 1. Jenis UMKM Kuliner di Kelurahan Pamulang Barat

No	Jenis UMKM Kuliner	2021	2022	2023	Jumlah
1	Restoran/Warung makan	85	119	197	401
2	Aneka kue/Snack	17	29	51	97
3	Coffee shop/Minuman	17	43	69	129
4	Katering	2	8	5	15
5	Kaki lima/Gerobakan	18	8	30	56
Total					698

Sumber: Dinas Koperasi UKM Kota Tangerang Selatan, 2024

UMKM kuliner di Kelurahan Pamulang Barat juga tak luput dari permasalahan salah satunya adalah permasalahan daya saing. Banyak UMKM tidak memiliki pelatihan manajemen formal, yang mengarah pada keputusan berdasarkan intuisi daripada perencanaan strategis (Bangun & Lisanto, 2023). Daya saing merupakan kemampuan sebuah perusahaan untuk menang secara konsisten dalam jangka panjang pada situasi persaingan (Metekohy, 2013). Persaingan sangat menentukan untuk pengembangan bisnis, peningkatan daya saing penting bagi kemakmuran bisnis secara keseluruhan (Ahmedova, 2015). Dengan meningkatkan daya saingnya, UMKM dapat menarik lebih banyak pelanggan, memperluas pangsa pasarnya, dan menghasilkan pendapatan yang lebih tinggi (Rifa'i et al., 2019).

Para pelaku usaha kuliner di Pamulang Barat sering menghadapi tantangan dalam mengelola keuangan perusahaan mereka. Banyak dari mereka mengalami kesulitan dalam manajemen keuangan karena mayoritas memulai bisnis kuliner didasari oleh minat atau keterampilan di bidang makanan, bukan karena latar belakang dalam keuangan. Tanpa pengetahuan yang cukup tentang akuntansi dan manajemen keuangan, mereka mungkin tidak memahami cara mengatur anggaran, dan laporan keuangan. Selain itu, pemilik UMKM kuliner di Pamulang Barat cenderung lebih fokus pada aspek operasional seperti penyajian makanan dan pelayanan pelanggan, sering kali mengabaikan aspek keuangan, yang dapat mengakibatkan pengelolaan uang yang tidak efektif (Gunarto, R.I, 2023).

Para pelaku usaha kuliner di Pamulang Barat juga banyak yang memiliki kendala dengan terbatasnya penggunaan teknologi terapan terbaru dalam mendorong kemajuan usahanya. Hal itu, berpengaruh dalam meningkatkan daya saing (Pusporini, et al., 2022; Nurhayarti, et al., 2022). Banyak sekali UMKM yang sudah menerapkan teknologi untuk mengakses pasar yang lebih luas dengan memanfaatkan sosial media untuk memasarkan produk dengan jangkauan yang lebih besar, menerapkan penggunaan teknologi dalam pemesanan digital dan platform pemesanan makanan secara online, hal ini sudah terbukti dapat meningkatkan produktivitas usaha (Wachyuni et al, 2024).

Namun banyak juga pelaku usaha kuliner di Pamulang Barat yang belum menerapkan penggunaan teknologi dalam usaha yang sedang dijalani, terlihat dari beberapa tempat makan yang masih melakukan transaksi yang hanya bisa menggunakan uang tunai dan belum menjual produknya ke *marketplace*, sehingga sebagai pembeli yang malas untuk keluar agak kesulitan jika ingin memesan lewat aplikasi karena produk tersebut tidak terdaftar. Di era modern seperti saat ini, banyak pembeli yang tidak menyiapkan uang tunai atau tidak membawa dompet, mungkin hanya membawa *handphone* untuk transaksi digital (Putri, D A, 2024). Sehingga diperlukan teknologi digital yang berperan penting dalam pengembangan UMKM dengan meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan mengoptimalkan kualitas produk serta layanan (Wachyuni et al, 2024).

Para pelaku usaha kuliner di Pamulang Barat juga banyak yang tidak memasarkan produk yang dijual ke sosial media, beberapa pelaku usaha mengatakan tidak mengerti cara menggunakan sosial media untuk pemasaran. Mereka mungkin merasa lebih nyaman dengan strategi pemasaran secara tradisional yang sudah mereka kenal. Hal ini dapat menyebabkan permasalahan daya saing karena tidak berinovasi pada metode pemasaran produk serta metode pembayarannya. Beberapa pelaku usaha kuliner di Pamulang Barat mengatakan kurangnya pengembangan keterampilan yang disebabkan oleh kurangnya akses dalam pelatihan yang diperlukan untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam manajemen bisnis, keuangan atau pemasaran (Observasi Peneliti, 2024).

Tidak adanya inovasi pada kualitas rasa dan produk juga menjadi salah satu kendala bagi UMKM kuliner di Pamulang Barat. Hal ini sering disebabkan oleh keterbatasan dana, peralatan, atau bahan baku berkualitas, yang menghalangi mereka untuk melakukan inovasi atau meningkatkan produk mereka. Selain itu, inovasi sering melibatkan risiko dan ketidakpastian, sehingga para pelaku usaha mungkin ragu untuk mengambil langkah-langkah yang terkait dengan pengembangan produk baru atau peningkatan kualitas. Untuk mengatasi masalah ini, mereka bisa memanfaatkan dukungan finansial dan teknis dari sumber daya pemerintah, lembaga bisnis, atau program pendampingan.

Banyak pelaku usaha kuliner di Pamulang Barat yang belum memiliki legalitas untuk usaha mereka. Beberapa dari mereka tidak memiliki ambisi untuk memperluas jangkauan pasar dan hanya fokus pada penjualan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Selain itu, beberapa pelaku usaha juga enggan untuk menghadapi kesulitan dalam mengurus legalitas usaha mereka. Mereka juga memikirkan resiko terhadap kegagalan usaha yang sedang dijalani membuat para pelaku usaha kuliner di Pamulang Barat enggan untuk mengambil langkah besar dalam mengembangkan usahanya, menurut (Dinas Koperasi, Usaha Kecil & Menengah Provinsi Banten, 2023) banyak manfaat yang didapatkan jika mendaftarkan legalitas usaha dan izin edar dapat melindungi hak-hak pelaku usaha, pemilik, dan konsumen. Izin edar memastikan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan telah melalui pengujian dan penilaian yang memadai untuk memastikan keamanan dan kualitasnya.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan untuk mengeksplorasi strategi peningkatan daya saing. Seperti penelitian oleh Utami, K.A, et al. (2023) menunjukkan bahwa banyak UMKM kuliner masih menggunakan metode pemasaran konvensional. Meskipun telah dilakukan pelatihan pemasaran digital, dampak jangka panjang dari digitalisasi terhadap daya saing UMKM belum sepenuhnya dieksplorasi. Penelitian ini mencatat peningkatan penjualan, tetapi tidak membahas bagaimana strategi digital dapat diintegrasikan secara berkelanjutan dalam operasional UMKM.

Dalam studi yang dilakukan oleh Listyawati et al. (2024), inovasi produk dan kolaborasi diidentifikasi sebagai kunci untuk meningkatkan daya saing UMKM. Namun, penelitian ini tidak membahas secara mendalam tentang jenis inovasi yang paling efektif untuk UMKM. Beberapa penelitian menggunakan analisis SWOT untuk mengevaluasi posisi kompetitif UMKM kuliner seperti penelitian yang dilakukan Erni, et al. (2024). Namun, tidak banyak yang mengaitkan hasil analisis ini dengan strategi praktis yang dapat diimplementasikan. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengembangkan model yang menghubungkan analisis SWOT dengan strategi peningkatan daya saing yang konkret

Berdasarkan beberapa permasalahan UMKM dan gap penelitian yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti melakukan penelitian ini yang bertujuan untuk menentukan strategi yang dapat meningkatkan daya saing UMKM Kuliner di Kelurahan Pamulang Barat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk memperoleh pengetahuan atau teori dalam suatu periode tertentu (Mukhtar, 2013). Analisis kualitatif dilakukan untuk menggali makna dari data melalui pengakuan dari subjek penelitian. Peneliti terlibat langsung di lapangan untuk mempelajari, menganalisis, menafsirkan, dan menyimpulkan informasi yang telah dikumpulkan (Yudawisastra et al., 2023). Narasumber penelitian ini sebanyak sepuluh narasumber yang terdiri dari 1 orang Ketua Komunitas UMKM, 3 orang anggota pengurus UMKM, 6 orang pemilik UMKM di Pamulang Barat. Penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2024 dengan pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara mendalam serta observasi. Proses analisis SWOT dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu: pertama, mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal; kedua, menilai bobot faktor-faktor tersebut dalam matriks IFE dan EFE; ketiga, menyusun matriks SWOT; dan keempat, merumuskan matriks IE serta QSPM untuk menentukan prioritas strategi alternatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Faktor Internal dan Eksternal

Berdasarkan identifikasi dari kondisi internal UMKM Kuliner di Pamulang Barat, informasi mengenai Kekuatan dan Kelemahan dapat ditemukan dalam Tabel berikut.

Tabel 2. Kekuatan dan Kelemahan UMKM Kuliner di Pamulang Barat

Kekuatan	Kelemahan
1) Sudah banyak pelaku usaha yang memanfaatkan tren makanan terkini dalam bisnis mereka	1) Usaha yang dijalani tidak berkembang karena faktor umur (lansia) yang menyebabkan gagal teknologi
2) Memanfaatkan <i>marketplace</i> untuk berjualan	2) Tidak ingin mengurus legalitas usaha (NIB, BPOM, Sertifikasi HALAL)
3) Mempertahankan keunggulan rasa dan kualitas produk	3) Tingginya tingkat persaingan masih banyak pelaku usaha yang tidak berinovasi dalam rasa, tampilan dan layanan
4) Menjaga hubungan baik dengan pelanggan	4) Tidak menerapkan Manajemen keuangan dengan baik

Sumber : Data Olahan Peneliti 2024

Berdasarkan tabel 2, diketahui kekuatan dari UMKM Kuliner di Pamulang Barat yaitu pelaku usaha yang memanfaatkan tren makanan terkini dalam bisnis mereka, terbukti terdapat pelaku usaha yang menjual makanan yang sedang trend saat ini seperti mkanan sehat. Banyak pelaku usaha yang kini memanfaatkan marketplace untuk berjualan, UMKM kuliner di Pamulang Barat sudah mulai memanfaatkan platform digital seperti GoFood, GrabFood, ShopeeFood, atau e-commerce lainnya sebagai saluran penjualan mereka. Selain itu banyak pelaku usaha tetap berfokus pada kualitas rasa dan bahan baku yang digunakan untuk menjaga kepuasan pelanggan. Beberapa UMKM juga mulai mengembangkan resep khas atau inovasi produk yang tetap mempertahankan cita rasa autentik tetapi memiliki daya tarik baru. Kekuatan UMKM lainnya adalah menjaga hubungan baik dengan pelanggan terlihat beberapa UMKM kuliner juga menerapkan strategi seperti diskon untuk pelanggan setia, promo ulang tahun, atau pelayanan yang lebih personal untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.

Sedangkan kelemahan UMKM kuliner di Pamulang Barat seperti usaha yang dijalani tidak berkembang karena faktor umur (lansia) yang menyebabkan gagal teknologi. Banyak pemilik usaha yang berusia lanjut mengalami kesulitan dalam mengadopsi teknologi baru, seperti penggunaan media sosial, aplikasi marketplace, atau sistem pembayaran digital. Selain itu sebagian besar UMKM masih enggan mengurus izin usaha karena dianggap memakan waktu, biaya, atau kurangnya pemahaman mengenai manfaat legalitas bisnis. UMKM kuliner di Pamulang Barat juga menghadapi persaingan yang ketat karena banyaknya pelaku usaha di sektor yang sama. Beberapa pelaku usaha tidak melakukan inovasi, baik dalam hal rasa, penyajian, maupun layanan pelanggan, sehingga produk mereka kurang menarik dibandingkan kompetitor. Kelemahan lainnya adalah banyak pelaku UMKM kuliner yang tidak menerapkan manajemen keuangan dengan baik, terbukti pelaku usaha masih kurang dalam pencatatan keuangan sehingga kesulitan dalam mengelola modal usaha.

Berdasarkan identifikasi dari kondisi eksternal UMKM Kuliner di Pamulang Barat, informasi mengenai Peluang dan Ancaman dapat ditemukan dalam Tabel berikut:

Tabel 3. Peluang dan Ancaman UMKM Kuliner di Pamulang Barat

Peluang	Ancaman
1) Dinas Koperasi UKM Tangerang Selatan banyak mengadakan pelatihan dan pendampingan dalam pengembangan produk dan SDM	1) Usaha yang dijalani tertinggal karena tidak mengikuti perkembangan zaman
2) Padatnya penduduk di Pamulang Barat bisa menjadi peluang bisnis untuk para UMKM Kuliner	2) Komentar buruk di sosial media atau platform ulasan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk tidak memilih produk tertentu
3) Berinovasi dan perbaikan ditingkat SDM dan kedisiplinan dalam manajemen keuangan	3) Masih banyak Pungli (Pungutan Liar) disekitar Pamulang Barat
4) Memanfaatkan platform e-commerce dan sosial media untuk mempertahankan usaha	4) Persaingan ketat diantara para pengusaha dengan menjual produk yang sama
5) Berpartisipasi dalam kegiatan festival atau bazar untuk menarik pelanggan baru	

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 3, diketahui peluang UMKM Kuliner di Pamulang Barat yaitu Dinas Koperasi UKM Tangerang Selatan banyak mengadakan pelatihan dan pendampingan dalam pengembangan produk dan SDM. Pendampingan ini dapat membantu UMKM meningkatkan daya saingnya dan beradaptasi dengan perubahan pasar.

Padatnya penduduk di Pamulang Barat dapat menjadi peluang bisnis untuk para UMKM Kuliner karena dengan jumlah penduduk yang besar, ada banyak calon pelanggan potensial bagi bisnis kuliner. Peluang UMKM lainnya adalah inovasi dan perbaikan ditingkat SDM dan kedisiplinan dalam manajemen keuangan. Memanfaatkan platform e-commerce dan sosial media untuk mempertahankan usaha juga menjadi peluang UMKM Kuliner, karena dengan pemasaran digital, UMKM dapat menjangkau pelanggan lebih luas tanpa harus memiliki lokasi fisik yang besar. Selain itu berpartisipasi dalam kegiatan festival atau bazar dapat menarik pelanggan baru.

Adapun ancaman yang dihadapi UMKM Kuliner di Pamulang Barat yaitu usaha yang dijalani tertinggal karena tidak mengikuti perkembangan zaman. Jika UMKM tidak mampu beradaptasi dengan tren baru, maka akan sulit bersaing dengan bisnis lain yang lebih inovatif. Komentar buruk di sosial media atau platform ulasan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk tidak memilih produk tertentu juga menjadi ancaman UMKM. Konsumen cenderung membaca review sebelum membeli produk, sehingga satu komentar buruk bisa mengurangi kepercayaan pelanggan baru. Selain itu, masih banyak Pungli (Pungutan Liar) di sekitar Pamulang Barat. Biaya tambahan akibat pungli dapat mengurangi keuntungan dan menyulitkan pengusaha dalam mengembangkan bisnisnya. Ancaman lainnya adalah banyaknya pelaku usaha yang menjual produk sejenis membuat persaingan semakin ketat, terutama dalam segmen kuliner yang sangat kompetitif.

Perhitungan Matriks IFE dan EFE

Matriks IFE

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor internal UMKM Kuliner di Pamulang Barat yang merupakan kekuatan dan kelemahan, langkah selanjutnya adalah memberikan penilaian bobot dan rating pada setiap faktor tersebut. Proses ini bertujuan untuk menyusun *Matriks Evaluasi Faktor Internal* (IFE) dan menilai faktor-faktor internal UMKM Kuliner di Pamulang Barat yang dianggap penting terkait dengan kekuatan dan kelemahan. Skor yang diperoleh akan memberikan gambaran tentang faktor yang menjadi kekuatan utama dan kelemahan utama bagi UMKM tersebut. Matriks IFE dapat dilihat pada Tabel di bawah ini.

Tabel 4. Matriks IFE (Internal Factor Evaluation)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Nilai (Bobot x Rating)
Kekuatan			
1) Sudah banyak pelaku usaha yang memanfaatkan tren makanan terkini dalam bisnis mereka	0.098	3.80	0.37
2) Memanfaatkan <i>marketplace</i> untuk berjualan	0.101	3.90	0.40
3) Mempertahankan keunggulan rasa dan kualitas produk	0.092	4.00	0.37
4) Menjaga hubungan baik dengan pelanggan	0.093	4.00	0.37
Kelemahan			
1) Usaha yang dijalani tidak berkembang karena faktor umur (lansia) yang menyebabkan gagal teknologi	0.170	1.80	0.09
2) Tidak ingin mengurus legalitas usaha (NIB, BPOM, Sertifikasi HALAL)	0.150	1.30	0.20
3) Tingginya tingkat persaingan masih banyak pelaku usaha yang tidak berinovasi dalam rasa, tampilan dan pelayanan	0.146	1.40	0.21
4) Tidak menerapkan Manajemen keuangan dengan baik	0.152	1.40	0.21
	1.000		2.21

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan matriks IFE pada strategi UMKM Kuliner di Pamulang Barat yang menjadi kekuatan utama yaitu Banyak pelaku usaha yang kini memanfaatkan marketplace untuk berjualan dengan total nilai 0,40. Lalu ada Mempertahankan kualitas rasa dan kualitas produk, juga Menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan Sudah banyak pelaku usaha yang memanfaatkan tren makanan terkini dalam bisnis mereka dengan nilai total yang sama yaitu 0,37.

Dari data yang didapat, diketahui bahwa yang menjadi kelemahan utama bagi UMKM Kuliner di Pamulang Barat adalah Tingginya tingkat persaingan masih banyak pelaku usaha yang tidak berinovasi dalam rasa, tampilan dan pelayanan dan Tidak menerapkan Manajemen keuangan dengan total nilai yang sama yaitu 0,21. Lalu ada Tidak ingin mengurus legalitas usaha (NIB, BPOM dan sertifikasi Halal dengan total nilai 0,20. Sedangkan yang menjadi kelemahan kecil UMKM Kuliner di Pamulang Barat adalah Usaha yang dijalani tidak berkembang karena faktor umur (lansia) yang menyebabkan gagal teknologi dengan total nilai 0,09.

Matriks EFE

Setelah mengidentifikasi faktor-faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman bagi UMKM Kuliner di Pamulang Barat, langkah selanjutnya adalah memberikan penilaian bobot dan rating pada setiap faktor tersebut. Proses ini bertujuan untuk menyusun *Matriks Evaluasi Faktor Eksternal* (EFE) dan menilai faktor-faktor eksternal yang dianggap penting terkait dengan peluang dan ancaman bagi UMKM Kuliner di Pamulang Barat. Skor yang diperoleh akan memberikan gambaran tentang faktor strategis yang merupakan peluang utama dan ancaman utama bagi UMKM Kuliner di Pamulang Barat. Matriks EFE berisi bobot dan rating yang diperoleh dari analisis faktor-faktor eksternal tersebut, dan dapat dilihat pada Tabel di bawah ini.

Tabel 5. Matriks EFE (External Factor Evaluation)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating Rata rata	Nilai (Bobot x Rating)
Peluang			
1) Dinas koperasi ukm tangsel banyak mengadakan pelatihan dan pendampingan dalam pengembangan produk dan SDM	0.094	1.80	0.17
2) Padatnya penduduk di Pamulang Barat menjadi peluang bisnis untuk para UMKM Kuliner	0.093	3.30	0.30
3) Berinovasi dan perbaikan ditingkat SDM dan kedisiplinan dalam manajemen keuangan	0.083	0.40	0.03
4) Memanfaatkan <i>platform e-commerce</i> dan sosial media untuk mempertahankan usaha	0.089	1.60	0.14
5) Berpartisipasi dalam kegiatan festival atau bazar untuk menarik pelanggan baru	0.096	1.60	0.15
Ancaman			
1) Usaha yang dijalani tertinggal karena tidak mengikuti perkembangan zaman	0.137	2.40	0.33
2) Komentar buruk di sosial media atau platform ulasan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk tidak memilih produk tertentu	0.130	1.90	0.25
3) Masih banyak Pungli di sekitar Pamulang Barat	0.143	1.20	0.17
4) Persaingan ketat diantara para pengusaha dengan menjual produk yang sama	0.134	2.30	0.31
	1.000		1.86

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan matriks EFE pada UMKM Kuliner di Pamulang Barat peluang yang sangat besar pada yaitu Padatnya penduduk di Pamulang Barat menjadi peluang bisnis untuk para UMKM Kuliner dengan total nilai 0,30. Lalu ada Dinas Koperasi UKM Tangerang Selatan banyak mengadakan pelatihan dan pendampingan dalam pengembangan produk dan SDM dengan total nilai 0,17 lalu ada Berinovasi dan perbaikan ditingkat sdm dan kedisiplinan dalam manajemen keuangan dengan total nilai 0,03 lalu ada Berpartisipasi dalam kegiatan festival atau bazar untuk menarik pelanggan baru dengan total nilai 0,15. Sedangkan peluang yang sangat kecil berpengaruh pada UMKM Kuliner di Pamulang Barat yaitu Memanfaatkan *platform e-commerce* dan sosial media untuk mempertahankan usahanya dengan total nilai 0,14.

Dari data yang didapat, diketahui bahwa yang menjadi ancaman yang sangat besar pada UMKM Kuliner di Pamulang Barat yaitu Usaha yang dijalani tertinggal karena tidak mengikuti perkembangan zaman dengan total nilai 0,33. Meskipun UMKM Kuliner di Pamulang Barat dianggap tertinggal meskipun telah menggunakan marketplace dan mengikuti tren makanan, ada aspek lain yang belum mereka adopsi. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk terus belajar dan berinovasi agar tetap relevan di pasar yang dinamis. Kemudian ancaman lainnya adalah adanya komentar buruk di sosial media atau platform ulasan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk tidak memilih produk tertentu dengan total nilai 0,25, ada Persaingan ketat diantara para pengusaha dengan menjual produk yang sama dengan total nilai 0,31. Sedangkan ancaman yang sangat kecil yang berpengaruh pada UMKM Kuliner di Pamulang Barat yaitu Masih banyak pungli disekitar Pamulang Barat dengan total nilai 0,17.

Matriks Internal Eksternal (IE)

Untuk mengetahui posisi UMKM Kuliner di Pamulang Barat saat ini dapat menggunakan Matriks IE (Internal Eksternal) dengan nilai dari (IFE) 2,21 dan EFE 1,86.

Tabel 6. Matriks IE

		Total Skor IFE			
		4,0	3,0	2,0	1,0
		Kuat	Sedang	Lemah	
		2,21			
Total Skor Faktor EFE	4,0	I Tumbuh dan Kembangkan	II Tumbuh dan Kembangkan	III Jaga dan Pertahankan	Tinggi
	3,0	IV Tumbuh dan Kembangkan	V Jaga dan Pertahankan	VI Panen atau Diventasi	Menengah
	2,0	VII	VIII	IX	
	1,86	Jaga dan Pertahankan	Panen atau Diventasi	Panen atau Diventasi	Rendah
	1,0				

(Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024)

Total skor bobot matriks IFE adalah 2,21 dan untuk matriks EFE adalah 1,86. Dengan skor tersebut, UMKM Kuliner di Pamulang Barat terletak di kuadran VIII, yang mengindikasikan bahwa strategi yang tepat adalah Panen (*Harvest*) atau Diventasi (*Divestiture*). Pada Matriks IE, kuadran VIII menunjukkan kondisi di mana perusahaan memiliki kekuatan internal dan daya tarik industri yang rendah. Untuk UMKM Kuliner di Pamulang Barat yang terletak di kuadran ini, strategi Panen atau Divestasi berhubungan erat dengan daya saing.

Jika daya saing UMKM Kuliner rendah, perusahaan mungkin mengalami kesulitan dalam bersaing di pasar dan menghadapi tantangan besar untuk mempertahankan pangsa pasar. Dengan strategi Panen, perusahaan dapat mengurangi biaya dan fokus pada memaksimalkan pendapatan dari operasional yang ada selama masih ada pelanggan. Ini merupakan cara untuk memanfaatkan sisa nilai dari situasi yang kurang menguntungkan sambil mengurangi kerugian lebih lanjut. Sebaliknya, jika daya saing perusahaan sangat rendah, artinya perusahaan mungkin tidak memiliki kekuatan untuk bersaing secara efektif atau mempertahankan operasi bisnis yang ada. Dalam hal ini, strategi Diventasi memungkinkan UMKM Kuliner untuk mengidentifikasi dan menjual bagian usaha yang kurang menguntungkan atau tidak sesuai dengan strategi utama perusahaan. Ini membantu perusahaan untuk mengalihkan sumber daya ke area yang lebih menjanjikan atau mengurangi beban keuangan, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi secara keseluruhan.

Matriks SWOT

Terdapat empat strategi utama yang disarankan: SO, ST, WO, dan WT. Data dari matriks IFAS dan EFAS digunakan untuk analisis SWOT.

Tabel 7. Matriks SWOT

IFE	STRENGTHS (S)	WEAKNESSES (W)
	<ol style="list-style-type: none"> Sudah banyak pelaku usaha yang memanfaatkan tren makanan terkini dalam bisnis mereka Pelaku usaha yang kini memanfaatkan <i>marketplace</i> untuk berjualan Mempertahankan keunggulan rasa dan kualitas produk Menjaga hubungan baik dengan pelanggan 	<ol style="list-style-type: none"> Usaha yang dijalani tidak berkembang karena faktor umur (lansia) yang menyebabkan gagal teknologi Tidak ingin mengurus legalitas usaha (NIB, BPOM, Sertifikasi HALAL) Tingginya tingkat persaingan masih banyak pelaku usaha yang tidak berinovasi dalam rasa, tampilan dan pelayanan Tidak menerapkan Manajemen keuangan dengan baik
EFE		
OPPORTUNITIES (O)	STRATEGI SO	STRATEGI WO
<ol style="list-style-type: none"> Dinas koperasi ukm tangsel banyak mengadakan pelatihan dan pendampingan dalam pengembangan produk dan SDM Padatnya penduduk di Pamulang Barat menjadi peluang bisnis untuk para UMKM Kuliner Berinovasi dan perbaikan ditingkat sdm dan kedisiplinan dalam manajemen keuangan Memanfaatkan <i>platform e-commerce</i> dan sosial media untuk mempertahankan usaha Berpartisipasi dalam kegiatan festival atau bazar untuk menarik pelanggan baru 	<ol style="list-style-type: none"> Memasarkan menu baru secara rutin di media sosial dan pada saat bazar, sesuai dengan tren dan selera konsumen, serta menyediakan makanan rendah kalori untuk konsumen yang sedang diet.(S1,S2,O2,O4,O5) Menjaga dan meningkatkan kualitas rasa serta produk, sambil menerapkan disiplin dan mengikuti pelatihan untuk pengembangan produk. (S3,O3,O1) 	<ol style="list-style-type: none"> Meningkatkan performa untuk para pengusaha dan yang lanjut usia dengan melakukan pelatihan dan pendampingan oleh bagian dinas koperasi agar mereka dapat bersaing secara kompetitif.(W1,W3,W4,O1,O2,O3) Menyiapkan kader penerus usaha agar kedepannya usaha tersebut dapat bertahan dan lebih berkembang ketika ditangani oleh penerus yang lebih muda. (W1,O1,O2,O3,O4,O5)

THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Usaha yang dijalani tertinggal karena tidak mengikuti perkembangan zaman	1) Memanfaatkan kekuatan tren makanan terkini serta memperbaiki kritik dan saran dari konsumen, UMKM Kuliner dapat menghadirkan penawaran yang unik dan menarik, sehingga dapat membedakan diri dari pesaing dan mengurangi dampak dari persaingan.(S1,S2,S3,T1,T2,T4)	1) Pelaku usaha disarankan untuk melegalitaskan usahanya karena usaha tanpa legalitas resmi rentan terhadap pungli akibat kurangnya perlindungan hukum.(W2,T3)
2. Komentar buruk di sosial media atau platform ulasan dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk tidak memilih produk tertentu	2) Memiliki hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat memudahkan keterlibatan dengan pihak berwenang atau Lembaga pemerintah yang dapat membantu mengatasi pungli dan memastikan praktik bisnis yang adil.(S4,T3)	2) Berkolaborasi dengan bisnis lain atau influencer untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya tarik produk.(W3,T4)
3. Masih banyak Pungli di sekitar Pamulang Barat		
4. Persaingan ketat diantara para pengusaha dengan menjual produk yang sama		

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Pemilihan Strategi (Matrik QSPM)

Melalui Matriks IE dan Matriks SWOT, beberapa strategi telah diidentifikasi. Untuk memilih strategi yang paling sesuai, langkah selanjutnya adalah menggunakan Matriks QSPM. Matriks ini berfungsi untuk menilai daya tarik relatif dari berbagai strategi alternatif yang dapat diterapkan pada UMKM Kuliner di Pamulang Barat, berdasarkan faktor internal dan eksternal. Prioritas strategi ditentukan dengan mengurutkan Total Attractiveness Score dari yang tertinggi hingga terendah dalam analisis QSPM, sebagai berikut:

Tabel 8. Matriks QSPM

No	Prioritas Strategi	Total Skor
1.	Meningkatkan performa untuk para pengusaha dan yang lanjut usia dengan melakukan pelatihan dan pendampingan oleh bagian dinas koperasi agar mereka dapat bersaing secara kompetitif.	0.437
2.	Memanfaatkan kekuatan tren makanan terkini UMKM Kuliner dapat menghadirkan penawaran yang unik dan menarik, sehingga dapat membedakan diri dari pesaing dan mengurangi dampak dari persaingan.	0.428
3.	Menyiapkan kader penerus usaha agar kedepannya usaha tersebut dapat bertahan dan lebih berkembang ketika ditangani oleh penerus yang lebih muda.	0.411
4.	Berkolaborasi dengan bisnis lain atau influencer untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya tarik produk.	0.409
5.	Pelaku usaha disarankan untuk melegalitaskan usahanya karena usaha tanpa legalitas resmi rentan terhadap pungli akibat kurangnya perlindungan hukum.	0.405
6.	Memiliki hubungan baik dengan pelanggan dan masyarakat memudahkan keterlibatan dengan pihak berwenang atau lembaga pemerintah yang dapat membantu mengatasi pungli dan memastikan praktik bisnis yang adil.	0.398
7.	Menjaga dan meningkatkan kualitas rasa serta produk, sambil menerapkan disiplin dan mengikuti pelatihan untuk pengembangan produk.	0,397
8.	Memasarkan menu baru secara rutin di media sosial dan pada saat bazar, sesuai dengan tren dan selera konsumen, serta menyediakan makanan rendah kalori untuk konsumen yang sedang diet.	0,375

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, strategi utama untuk meningkatkan daya saing UMKM kuliner di Kelurahan Pamulang Barat melibatkan dua pendekatan utama. Pertama, perlu dilakukan peningkatan performa bagi para pengusaha, terutama yang sudah lanjut usia, melalui pelatihan dan pendampingan yang difasilitasi oleh dinas koperasi. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan pemahaman mereka terhadap dinamika pasar, sehingga mereka mampu bersaing secara kompetitif. Kedua, UMKM kuliner disarankan untuk memanfaatkan kekuatan tren makanan terkini dengan menghadirkan penawaran yang unik dan menarik. Hal ini memungkinkan mereka untuk membedakan diri dari pesaing dan meminimalkan dampak negatif dari persaingan yang ketat. Dengan kombinasi kedua strategi ini, UMKM kuliner dapat memperkuat posisi mereka di pasar dan meningkatkan daya saing secara berkelanjutan.

Disarankan agar pemerintah daerah melalui dinas koperasi secara aktif menyelenggarakan program pelatihan dan pendampingan yang terstruktur untuk para pelaku UMKM kuliner, khususnya yang berusia lanjut, guna meningkatkan keterampilan mereka dalam pengelolaan bisnis dan pemasaran. Selain itu, UMKM kuliner juga disarankan untuk memanfaatkan tren makanan terkini dengan mengembangkan produk yang unik dan inovatif, sehingga mampu menarik perhatian konsumen dan membedakan diri dari pesaing. Kolaborasi dengan komunitas, influencer, atau platform digital juga penting untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya tarik produk. Upaya ini perlu didukung dengan riset pasar secara berkala untuk memahami preferensi konsumen, serta penguatan branding dan penggunaan teknologi digital agar UMKM mampu bersaing lebih kompetitif di pasar yang semakin dinamis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmedova, S. (2015) Factors for Increasing the Competitiveness of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) In Bulgaria. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 195, 1104-1112. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.06.155>
- Badan Riset dan Inovasi Nasional. (2023). *Indeks Daya Saing Daerah (IDSD) 2023*. penerbit.brin.go.id
- Bangun, N., & Christy Lisanto, J. (2023). Pelatihan Manajemen Usaha Kecil Untuk Pelaku UMKM Kuliner Di Tangerang. *Jurnal Serina Abdimas*. <https://doi.org/10.24912/jsa.v1i2.25182>
- Bank Indonesia Banten. (2022). Laporan Perekonomian Provinsi Banten Mei 2022. *Bank Indonesia*. www.bi.go.id
- Idayu, R., Husni, M., & Suhandi, S. (2021). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*. <https://dx.doi.org/10.35906/jm001.v7i1.729>
- Kemenkopukm. (2022). *KUMKM dalam Angka Indikator UMKM Gambaran UMKM Indonesia*. <https://kemenkopukm.go.id/kumkm-dalam-angka/?type=indikator-umkm&sub=0>
- Listyawati, R., Prastyatini, S. L. Y., Chaerunisak, U. H., Safira, M., Aini, S., & Kharisma, E. D. (2024). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Pujasera Pakualaman Shift Sore Melalui Inovasi dan Kolaborasi: Menuju Keunggulan Kompetitif Di Pasar. *Jurnal Abdimas Sangkabira*, 5(1), 37-48. <https://doi.org/10.29303/abdimmassangkabira.v5i1.1268>
- Mukhtar. (2013). *Metode Praktis Penelitian Deskriptif Kualitatif*. GP Press Group.

- Nurhayarti, N., Sugiyarti, L., Hanah, S., Asmilia, N., & Sutandijo, S. (2022). Optimalisasi Penjualan melalui Digital Marketing. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Indonesia*.
- Pusporini, P., Handayani, T., & Aryani, L. (2022). Strategi Pemasaran Produk UMKM di Kecamatan Pamulang Tangerang Selatan – Banten. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.532>
- Rifa'i, M., Indrihastuti, P., Sayekti, N S., & Gunawan, CI (2016). Strategi Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah di Era Perdagangan Bebas ASEAN. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v6-i12/2471>
- Utami, K.A., Wardani, K.K., & Gorda, A.E. (2023). Peningkatan Daya Saing Umkm Kuliner Di Desa Adat Panjer Melalui Pengembangan Media Pemasaran Berbasis Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v6i1.38458>
- Wachyuni, S. S., Wardhana, I. W., Priyambodo, T. K. (2024). Ekosistem Umkm Pangan Lokal Di Destinasi Pariwisata Super Prioritas Borobudur. *Mata Kata Inspirasi*
- Wachyuni, S. S., Priyambodo, T. K., Hurdawaty, R., Kusumaningrum, D. A. (2024). “The Impact of Digital Technology Adoption in Food Micro, Small, and Medium Enterprises: A Case Study of Borobudur Area in Indonesia”. *South Asian Journal of Social Studies and Economics* 21 (7):1-13. <https://doi.org/10.9734/sajsse/2024/v21i7840>.
- World Competitive Year Book. (2023). *Overall and Factor Rankings - 5 years*. <https://www.imd.org/centers/wcc/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness-ranking/>
- Yudawisastra, H. G., Harinie, L. T., Wau, A., Martins, L. V, Pesiwariisa, L. F., Sari, D. F., Hurdawaty, R., Nugroho, H. S., Kumagaya, J. P., Safarida, N., & others. (2023). *METODOLOGI PENELITIAN*. CV. Intelektual Manifes Media. <https://books.google.co.id/books?id=bbfpEAAAQB>