



TEKNOLOGINUSANTARA

Jurnal Penelitian Fakultas Teknik UNINUS

<http://ojs.uninus.ac.id/index.php/teknologinusantara>

E-ISSN : 2964-4577

ANALISIS LINGKUNGAN EKSTERNAL UMKM KULINER JAJANAN LOKAL

Rahmi Rismayani Deri

Fakultas Teknik, Universitas Islam Nusantara

rahmi.rismayani20@gmail.com

ABSTRACT

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dan strategis dalam perekonomian nasional. Namun, masih terdapat banyak kendala untuk berkembangnya suatu UMKM. Salah satunya seperti UMKM Kuliner Jajanan Lokal, UMKM Kuliner Jajanan Lokal memerlukan strategi yang sesuai untuk tetap bertahan di tengah-tengah persaingan dengan melakukan analisis SWOT (lingkungan eksternal). Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor ancaman dan peluang terhadap UMKM Kuliner Jajanan Lokal serta strategi yang tepat demi meningkatkan daya saing UMKM Kuliner Jajanan Lokal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Kuliner Jajanan Lokal memiliki beberapa peluang, seperti lokasi usaha yang strategis, daya tarik masyarakat yang tinggi, *net-working* yang baik, pemanfaatan *e-commerce*, dan hubungan baik dengan pembeli atau pemasok. Berdasarkan analisis lingkungan eksternal, strategi yang dapat dilakukan oleh UMKM Kuliner Jajanan Lokal adalah fokus pada kualitas produk atau layanan, pemasaran dan *branding* yang efektif, penetrasi pasar dan segmentasi, memanfaatkan teknologi dan digitalisasi, peningkatan efisiensi operasional, diferensiasi, pengembangan sumber daya manusia, pelayanan pelanggan yang unggul, dan manajemen keuangan yang baik.

Kata kunci : Analisis, Ancaman, Peluang, Lingkungan Eksternal, UMKM.

PENDAHULUAN

Dalam perekonomian nasional Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dan strategis. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, saat ini UMKM telah menyumbang sekitar 60% produk domestik bruto (PDB) dan berkontribusi dalam penyerapan tenaga kerja sekitar 96 juta orang di Indonesia. UMKM menjadi tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang mampu mengurangi permasalahan

kemiskinan serta pengembangannya pun mampu memperluas basis ekonomi serta memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan perekonomian (Zaelani, 2019).

Namun, meskipun UMKM memiliki potensi yang besar dalam menggerakkan perekonomian nasional, masih terdapat banyak kendala yang menjadi penghalang untuk berkembangnya suatu UMKM. Tentu, setiap UMKM memiliki kendala masing-masing yang dihadapi baik itu internal maupun eksternal, tergantung masa, kondisi UMKM, lingkungan eksternal, dan tren masyarakat. Oleh karena itu, untuk menjadi unggul dalam bersaing, suatu UMKM perlu melakukan analisis lingkungan untuk mengetahui strategi yang tepat dalam meningkatkan keunggulan bersaing secara berkelanjutan.

Analisis SWOT merupakan proses penyusunan strategi bisnis yang mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal dalam lingkungan bisnis. Yang man snalisis SWOT dapat digunakan sebagai salah satu alat yang berguna untuk menganalisis lingkungan perusahaan dan menentukan keputusan-keputusan dalam menciptakan inovasi-inovasi baru untuk mencapai target di masa depan. Analisis SWOT melakukan analisis lingkungan yang meliputi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) yang sangat diperlukan untuk mengetahui posisi strategis suatu perusahaan. Terdapat 4 (empat) aspek yang dianalisis diantaranya, kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) dari suatu perusahaan yang akan dilakukan analisis secara mendalam.

Persaingan yang ketat membuat suatu UMKM perlu melakukan analisis lingkungan eksternal. Lingkungan eksternal merupakan komponen-komponen atau variabel yang berada di luar perusahaan yang mana harus perusahaan ketahui untuk dapat mengambil suatu strategi agar dapat menyiasati komponen tersebut. Lingkungan eksternal perusahaan sangat menantang dan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Terdapat 6 faktor dalam lingkungan eksternal perusahaan yang dapat mempengaruhi peluang dan ancaman perusahaan, yaitu: 1) faktor ekonomi, 2) faktor sosial, 3) faktor politik dan hukum, 4) faktor teknologi, 5) faktor demografi 6) keadaan global (David, 2005). Faktor-faktor tersebut akan berpengaruh secara berkelanjutan pada perusahaan untuk mengetahui peluang bisnis danantisipasi persaingan bisnis.

Pada saat ini, UMKM telah berkembang pesat dengan inovasi produk, strategi pemasaran, manajemen usaha, serta aspek penting lainnya dalam perusahaan. Bermunculan banyak ide-ide kreatif dalam bidang UMKM Kuliner. Sehingga semakin banyak produk makanan UMKM yang diluncurkan ke pasar dengan inovasi pengolahan serta bahan baku makananya. Hal ini terjadi karena semakin banyaknya permintaan pelanggan akan makanan yang praktis, *affordable*, dan mudah didapatkan. Para produsen harus dapat menghasilkan inovasi produk yang lebih unggul dari pesaingnya dan menawarkan kualitas yang pas dengan ekspektasi para pelanggan.

UMKM Kuliner Jajanan Lokal adalah salah satu UMKM yang menjual makanan khas lokal. UMKM yang telah berdiri dari tahun 1995, yang bertempat di Kabupaten Bandung. UMKM Kuliner Jajanan Lokal menawarkan makanan khas lokal seperti bubur kacang ijo, bubur ketan hitam, macam-macam kolak, sop buah, macam-macam lauk-pauk, mie ayam

baso, mie bakso, dan cilok. Selain itu, UMKM kuliner ini pun menerima jasa katering.

UMKM Kuliner Jajanan Lokal memberikan keistimewaan di hati pelanggan dalam pemenuhan kebutuhan akan makanan ringan khas lokal. Meskipun demikian, UMKM Kuliner Jajanan Lokal agar selalu bertahan di tengah-tengah persaingan kuliner, UMKM Kuliner Jajanan Lokal harus menerapkan perencanaan strategi yang sesuai untuk memperoleh keunggulan bersaing dan memiliki produk yang sesuai dengan keinginan pelanggan dan dukungan yang optimal dari sumber daya yang ada. Sebelum menetapkan suatu strategi, hal terpenting yang harus dilakukan adalah UMKM Kuliner Jajanan Lokal harus menganalisa lingkungan eksternal yang baik untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi. Sehingga hasilnya, UMKM Kuliner ini dapat memanfaatkan peluang untuk memajukan usahanya dan menghindari ancaman untuk menyelamatkan usahanya.

Suatu bisnis dapat dikatakan berhasil apabila telah merancang strategi yang tepat bagi usahanya. Strategi dapat diimplementasikan dengan pemanfaatan sumber daya secara maksimal, penguatan sumber daya, dan peningkatan kemampuan manajemen bisnis. Keunggulan bersaing dapat diperoleh apabila suatu perusahaan menjalankan strategi dan usaha yang tidak sama dengan pesaing.

a. Perumusan Masalah

1. Apa faktor ancaman dan peluang terhadap UMKM Kuliner Jajanan Lokal?
2. Bagaimana strategi yang tepat demi meningkatkan daya saing UMKM Kuliner Jajanan Lokal?

b. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengidentifikasi faktor ancaman dan peluang terhadap UMKM Kuliner Jajanan Lokal
2. Untuk mengidentifikasi strategi yang tepat bagi UMKM Kuliner Jajanan Lokal.

c. Ruang lingkup kajian

1. Koresponden yang diteliti adalah UMKM Kuliner Jajanan Lokal.
2. UMKM kuliner berada di sekitar di Bandung
3. Analisis lingkungan meliputi peluang dan ancaman terhadap UMKM Kuliner Jajanan Lokal

METODE PENELITIAN

Lingkungan eksternal perusahaan merupakan faktor yang berada diluar perusahaan berupa peluang dan ancaman bagi perusahaan yang harus serta diperhitungkan oleh perusahaan dalam mengambil keputusan. Terdapat 3 faktor lingkungan eksternal perusahaan yang perlu dipertimbangkan saat perusahaan mengambil keputusan, diantaranya; faktor lingkungan jauh, faktor lingkungan industri, dan faktor lingkungan operasi.

Faktor lingkungan jauh, merupakan lingkungan umum yang memiliki kekuatan secara luas sehingga dapat mempengaruhi seluruh industri secara umum. Terdapat 5 hal yang mempengaruhi faktor lingkungan jauh ini, diantaranya; politik, sosial, ekonomi,

teknologi, dan ekologi.

Politik politik memiliki peran sebagai pedoman kebijakan dan peraturan yang akan ditetapkan oleh perusahaan sehingga perlu diketahui oleh semua perusahaan. Contohnya seperti; Kebijakan kesehatan, ketenagakerjaan, bea masuk, inflasi, dan pertumbuhan ekonomi. Pekerjaan pemerintah dan sektor publik. Kebijakan pajak dan kebijakan mengenai pelestarian lingkungan.

Ekonomi sebuah negara tentu akan mempengaruhi perusahaan. Ekonomi pasar yang lemah akan menurunkan konsumsi yang mengakibatkan pendapatan perusahaan dapat berkurang. Beberapa faktor ekonomi yang perlu dianalisis antara lain: GDP dan GNP (pertumbuhan ekonomi negara, inflasi, tingkat bunga pinjaman, nilai tukar mata uang, isu regional, jual beli saham dan pasar uang).

Sosial akan langsung berhubungan dengan pelanggan atau pelanggan perusahaan. Produk atau jasa perusahaan dapat diterima dengan baik apabila tidak melanggar nilai dan kepercayaan yang dimiliki oleh masyarakat.

Teknologi sangat berpengaruh terhadap kemampuan bersaingnya perusahaan. Penggunaannya memuat informasi mengenai berbagai barang/jasa, proses produksi, informasi dan komunikasi, transportasi dan distribusi.

Faktor lingkungan industri disebut juga sebagai lingkungan kompetitif yang memberikan efek langsung terhadap perusahaan, dimana menurut Porter ada 5 kekuatan pada lingkungan mikro, yaitu; rintangan untuk masuk, perusahaan pesaing, kekuatan *supplier* atau pemasok, kekuatan pembeli, dan ancaman dari substitusi.

Faktor lingkungan operasi merupakan faktor dalam situasi persaingan langsung yang dapat mempengaruhi keberhasilan perusahaan dalam memperoleh sumber daya yang diperlukan. Faktor-faktor ini meliputi, misalnya, pelanggan, pesaing, pemasok, kreditur, dan personel. Kemampuan perusahaan untuk mempertahankan karyawan yang handal sangat penting bagi keberhasilan perusahaan. Hal ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti reputasi perusahaan sebagai pemberi kerja, tingkat pengangguran lokal, ketersediaan tenaga kerja dengan keterampilan yang dibutuhkan dan hubungan perusahaan dengan para serikat - serikat pekerja perusahaan. Analisis lingkungan eksternal ini harus dilakukan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan akibat perubahan lingkungan eksternal perusahaan, sehingga perusahaan dapat merumuskan strategi untuk memanfaatkan dan menghindari peluang yang berbeda tersebut. efek dan meminimalkan potensi ancaman.

Analisis SWOT merupakan metode analisis yang bisa dipakai dalam analisis eksternal perusahaan. Analisis SWOT telah menjadi salah satu alat yang berguna untuk menghadapi persaingan global baik di tingkat nasional maupun internasional. Analisis ini juga dapat digunakan sebagai aplikasi alat bantu pembuatan keputusan dalam rangka pengenalan program baru di perusahaan. Proses analisis SWOT mengharuskan adanya survei eksternal atas *opportunity* (peluang/kesempatan) dan *threats* (ancaman). Salah satu alasan mengapa analisis SWOT banyak digunakan dikarenakan analisis ini cukup mendasar sebagai senjata dalam menentukan solusi terbaik dalam konflik yang mungkin terjadi dalam organisasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif.

Adapun tahapan penelitian ini adalah;

1. Menentukan permasalahan yang akan diambil
2. Menentukan instansi mana yang akan diteliti dan menentukan metode penyelesaian
3. Pengumpulan data yang diperlukan
4. Mengolah data dan menyimpulkan dari hasil pengolahan data.

HASIL DAN DISKUSI

Hasil

(*opportunity*)

Peluang atau *opportunity* merupakan faktor yang sangat penting sebelum menentukan strategi yang tepat bagi perusahaan. Unsur peluang didalamnya terdapat hal yang memungkinkan bisnis untuk mampu bertahan dan diterima di masyarakat, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Faktor penting yang dapat mempengaruhi peluang kesuksesan bisnis UMKM:

1. Kualitas produk atau layanan: Kualitas produk atau layanan yang ditawarkan oleh UMKM mempengaruhi daya tarik dan kepuasan pelanggan. Produk atau layanan berkualitas tinggi memberikan keunggulan kompetitif dan meningkatkan peluang pertumbuhan perusahaan.
2. Pengetahuan dan Keterampilan: Pengetahuan dan keterampilan pengusaha dan karyawan UMKM sangat penting. Keterampilan dalam bisnis, pemasaran, keuangan, dan manajemen operasi meningkatkan peluang keberhasilan.
3. Rencana bisnis yang baik: Rencana bisnis yang jelas dan terperinci dapat membantu UKM mengidentifikasi tujuan, strategi, dan peluang pemasaran yang tepat. Rencana bisnis yang baik juga mencakup analisis pasar, analisis persaingan, dan strategi pemasaran yang efektif.
4. Akses ke Permodalan dan Pembiayaan: Salah satu kendala terbesar bagi UKM adalah ketersediaan modal dan pembiayaan. Peluang usaha bagi UMKM dapat meningkat ketika sumber keuangan yang memadai seperti pinjaman bank, modal ventura atau program pemerintah untuk mendukung UKM tersedia.
5. Jaringan dan kerjasama: Jaringan yang kuat dengan pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis lainnya dapat membuka peluang baru dan meningkatkan visibilitas perusahaan. Kolaborasi dengan UKM lain atau perusahaan besar juga dapat menawarkan peluang pertumbuhan yang signifikan.
6. Aturan dan Praktek Pemerintah: Kebijakan dan peraturan pemerintah untuk mendukung UKM dapat menciptakan lingkungan usaha yang kondusif. Pemerintah yang mendorong inovasi, memberikan insentif pajak, memberikan pelatihan dan memfasilitasi akses pasar dapat membantu meningkatkan peluang usaha bagi UMKM.
7. Teknologi dan Inovasi: Pengenalan teknologi dan inovasi dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi UKM. Memanfaatkan platform digital, e-commerce, media sosial, dan alat otomasi bisnis lainnya dapat membuka peluang baru, meningkatkan efisiensi, dan mampu untuk dapat menjangkau pasar – pasar bidikan

yang lebih besar dan lebih luas.

8. Lingkungan ekonomi dan pasar: Faktor ekonomi makro seperti pertumbuhan ekonomi, stabilitas keuangan, permintaan pasar dan tren pelanggan juga mempengaruhi peluang bisnis bagi UMKM. Penting untuk memahami dan bereaksi terhadap perubahan lingkungan ekonomi dan pasar yang penting bagi UMKM. Peluang dari suatu UMKM sangat bervariasi tergantung pada berbagai faktor, termasuk industri, pasar, lokasi geografis, manajemen, dan strategi pemasaran. Hal ini disampaikan oleh informan pengelola dari Kuliner Jajanan Lokal. Berikut hasil analisis peluang (*opportunity*) pada Kuliner Jajanan Lokal:

- a. Lokasi usaha

Menurut Heizer dan Render (2015) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaan untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi perusahaan. Kuliner Jajanan Lokal memiliki tempat usaha di lokasi yang sudah sangat strategis, ini dapat dilihat dari tempat Kuliner Jajanan Lokal yang dekat dengan sekolah dan pemukiman warga, selain itu juga akses terhadap tempat usaha yang cukup mudah dijangkau dan lalu lintas sekitar tempat usaha pun relatif lancar, serta terdapat lahan parkir yang luas sehingga pelanggan dapat dengan nyaman dalam menyimpan kendaraannya.

- b. Daya Tarik Masyarakat

Meningkatnya daya tarik masyarakat dan turis terhadap jajanan khas lokal khususnya di Kota Bandung dan dengan mengedepankan kualitas dan pelayanan yang terbaik membuat UMKM ini memiliki peluang besar untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan.

- c. Jaringan/net-working

Dalam dunia bisnis khususnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), networking adalah poin penting untuk mengembangkan usaha. Dengan jaringan relasi yang terjalin dengan baik, besar kemungkinan usaha akan bisa berkembang. Kuliner Jajanan Lokal berpeluang menjalin kerjasama dengan instansi-instansi terdekat seperti sekolah, perusahaan, dan pabrik-pabrik terdekat untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Selain keuntungan yang bertambah, pelanggan Kuliner Jajanan Lokal pun akan ikut meningkat.

- d. Pemanfaatan *e-commerce*

Di zaman yang sudah serba teknologi ini, para UMKM berlomba-lomba untuk membuat inovasi yang dapat menarik banyak pelanggan dan mendapat keuntungan yang lebih besar, lain halnya dengan usaha Kuliner Jajanan Lokal yang tetap mengedepankan kualitas jajanan lokal yang memiliki cita rasa tradisional tetapi tetap mengikuti perkembangan zaman dengan menampilkan foto produk yang dibuat semenarik dan se-trendimungkin dengan packaging yang ramah lingkungan, sehingga akan meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam memesan makanan secara *online*.

- e. Hubungan dengan Pembeli atau Pemasok

Hubungan baik yang terjalin antara UMKM Kuliner Jajanan Lokal dengan pembeli

atau pemasok akan memberi keuntungan tersendiri bagi UMKM Kuliner Jajanan Lokal dari segi penjualan dan pemasaran. Hubungan yang baik juga akan meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas makanan di UMKM Kuliner Jajanan Lokal sehingga usaha dapat bertahan lama di pasaran.

Ancaman (*threat*)

Ancaman atau threat merupakan suatu kondisi yang tidak baik atau tidak memberi keuntungan untuk perusahaan (David & R, 2005), membuat perusahaan harus menganalisis unsur ancaman bagi perusahaan. Hal ini dapat menentukan apakah bisnis yang dijalankan oleh perusahaan dapat bertahan dimasa depan atau tidak. Banyaknya ancaman dari luar pada seiring waktu dapat bertambah atau berkurang tergantung pada hasil analisis yang dilakukan perusahaan dan Tindakan perbaikannya. Begitu banyak faktor ancaman yang dialami oleh UMKM Jajanan Lokal ini, hal ini disampaikan oleh pemilik UMKM Jajanan Lokal.

Menurut para pakar, terdapat beberapa faktor ancaman yang akan sangat mempengaruhi perusahaan. Yaitu tingkat tingginya persaingan serta kurangnya loyalitas para pelanggan. Persaingan yaitu suatu situasi ketika organisasi berlomba untuk mencapai tujuan yang diinginkan seperti pelanggan, pangsa pasar, peringkat survey, atau sumber daya yang dibutuhkan. (Kuncoro, 2006). Loyalitas pelanggan akan dapat menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh, seperti; pelayanan, kualitas produk, dan harga.

Diskusi

Berikut strategi yang dapat membantu meningkatkan daya saing UMKM Kuliner Jajanan Lokal:

1. Fokus pada kualitas produk atau layanan: Mempertahankan dan meningkatkan kualitas suatu produk atau jasa merupakan strategi penting untuk memenangkan persaingan. Pelanggan biasanya memilih perusahaan yang menawarkan nilai dan pengalaman yang baik. Jajanan Lokal Kuliner UMKM mampu memperhatikan pelayanan pelanggan dan terus meningkatkan kualitas.
2. Pemasaran dan Branding yang Efektif: Jajanan Lokal Kuliner UMKM harus memiliki strategi pemasaran yang baik untuk mempromosikan produk atau jasanya. Membangun citra merek yang kuat, memanfaatkan media sosial, dan bekerja sama dengan mitra usaha dapat membantu meningkatkan visibilitas dan mampu meningkatkan daya tarik di usaha tersebut.
3. Penyebaran dan Segmentasi Pasar: Mengidentifikasi segmen pasar yang tepat dan mengembangkan strategi untuk mendapatkan dan meningkatkan pangsa pasar dapat meningkatkan daya saing. Jajanan Lokal Kuliner UMKM perlu memahami kebutuhan dan preferensi pasar mereka melalui riset dan analisis pasar yang tepat.
4. Penggunaan teknologi dan digitalisasi: Pengenalan teknologi dan digitalisasi dalam operasi dan pemasaran dapat memberikan keunggulan kompetitif. Jajanan Lokal Kuliner UMKM dapat memanfaatkan e-commerce, media sosial, platform pemasaran digital, dan alat otomatisasi bisnis untuk meningkatkan efisiensi, menjangkau pasar yang lebih besar, dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik.

5. Efisiensi Operasional yang Lebih Baik: Perbaikan proses operasional, pengurangan biaya produksi dan peningkatan efisiensi dapat membantu UKM Kuliner Jajanan Lokal menjadi lebih kompetitif.
6. Pemisahan: Jajanan Lokal Kuliner UMKM mungkin mencari cara untuk menambah keunikan pada produk atau layanannya. Memperhatikan tren pasar, melakukan penelitian dan pengembangan serta mendengarkan masukan pelanggan dapat membantu produk Jajanan Lokal Kuliner UMKM memberikan nilai tambah dan membedakan diri dari persaingan.
7. Pengembangan staf: Tim yang kompeten dan efisien adalah aset berharga. UMKM Jajanan Kuliner Lokal dapat memperhatikan pelatihan dan pengembangan karyawan, mencari talenta baru serta membangun budaya kerja yang inovatif dan kooperatif.
8. Layanan Pelanggan Yang Sangat Baik : Layanan pelanggan yang unggul adalah kunci untuk mempertahankan dan memperoleh pelanggan. Jajanan Lokal Kuliner UMKM mampu mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memberikan respon yang cepat, personalisasi pelayanan dan membangun hubungan pelanggan jangka panjang.
9. Manajemen keuangan yang baik : Pengelolaan keuangan yang baik merupakan faktor penting bagi daya saing perusahaan. UKM perlu memahami dan mengelola arus kas, mengoptimalkan penggunaan sumber keuangan dan melakukan perencanaan keuangan yang matang.

KESIMPULAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor penting dan strategis dalam perekonomian nasional. Penting bagi UMKM untuk merencanakan strategi yang tepat, memanfaatkan sumber daya secara maksimal, dan memiliki keunggulan yang berbeda dengan pesaing. Maka dari itu diperlukan analisis eksternal sehingga UMKM Kuliner Jajanan Lokal ini dapat memanfaatkan peluang untuk memajukan usahanya dan menghindari ancaman untuk menyelamatkan usahanya.

Analisis peluang sangat penting bagi perusahaan dalam menentukan strategi yang tepat. Beberapa faktor penting yang mempengaruhi peluang kesuksesan bisnis UMKM meliputi kualitas produk atau layanan, pengetahuan dan keterampilan, rencana bisnis yang baik, akses ke modal dan pembiayaan, jaringan dan kolaborasi, regulasi dan kebijakan pemerintah, teknologi dan inovasi, serta lingkungan ekonomi dan pasar.

Kuliner Jajanan Lokal memiliki beberapa peluang, seperti lokasi usaha yang strategis, daya tarik masyarakat yang tinggi, *net-working* yang baik, pemanfaatan *e-commerce*, dan hubungan baik dengan pembeli atau pemasok. Namun, UMKM juga menghadapi ancaman seperti persaingan yang tinggi dan kurangnya loyalitas pelanggan. Untuk meningkatkan daya saing, strategi yang dapat dilakukan oleh UMKM Kuliner Jajanan Lokal adalah fokus pada kualitas produk atau layanan, pemasaran dan *branding* yang efektif, penetrasi pasar dan segmentasi, memanfaatkan teknologi dan digitalisasi, peningkatan efisiensi operasional, diferensiasi, pengembangan sumber daya manusia, pelayanan pelanggan yang unggul, dan manajemen keuangan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- David, F.R., & David, F.R. (2005). *Manajemen Strategi*. Buku I. Diterjemahkan oleh Paulyn Sutlistio. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Salemba Empat.
- Toreh, C.E, Gantini, T., & Sujadi, S.F. (2023). Analisis Brand Awareness pada Brownitz dengan Menerapkan Metode AIDA. *Jurnal Strategi*. 5(1), 265-270.
- Fitriani, N., & Sugiyanto, E.K. (2020). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal pada UKM Premium Plus Laundry Cabang Mulawarman Semarang. *Majalah Ilmiah Solusi*. 18(4), 18.
- Hamidy, F., Pasha, D., Sulistiani, H., Rahmanto, Y., & Rahayu, M. (2023). Pelatihan Video Iklan Produk dan Strategi Pemasaran Digital di SMKN 2 Kalianda. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service*. 4(1), 137-140.
- Heizer, J., & Render. (2015). *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, edisi 11. Jakarta : Salemba Empat.
- Kuncoro, M. (2006). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta : Erlangga.
- Sarfiah, S.N, Atmaja, H.E., & Verawati, D.M. (2019). UMKM sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal Riset Ekonomi Pembangunan*. 4(2), 138.
- Prawiro, M. (2018). Analisis SWOT: Pengertian, Unsur-Unsur, Manfaat, Faktor, dan Contohnya di <https://www.maxmanroe.com/vid/bisnis/pengertian-analisis-swot.html> (akses 30 Mei 2023)
- Zaelani, I.R. (2019). Peningkatan Daya Saing UMKM Indonesia : Tantangan dan Peluang Pengembangan IPTEK. *Jurnal Transborders*. 3(1), 16.
- Sari, K., Nurliza., Fatimah, M.F.N, Melvia, V., & Mustika, A. (2021). Analisis Lingkungan Eksternal dalam Menghadapi Persaingan Bisnis pada PT. Telkom Indonesia Tbk. *Jurnal Pendidikan Tambusai*. 5(2). 3051- 3053.
- sa, D. (2014). Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Pencapaian Tujuan Perusahaan. *Jurnal Sosiologi*. 16(2), 103-10.