

**STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM BERBASIS PANGAN LOKAL
DI KECAMATAN TANA LILI KABUPATEN LUWU UTARA**

*Local Food Based UMKM Development Strategy in Tanalili Sub District,
Luwu Utara District*

Nur Ifra Khumaera

Program Studi Agribisnis Perikanan, Politeknik Nusantara Makassar
Jl. Dg. Tata Lama No. 10-12 Mangasa, Tamalate Kota Makassar

Email : nurifrahumaera@gmail.com

SUBMITTED 27 Juli 2020, REVISED 30 Juli 2020, ACCEPTED 31 Juli 2020

ABSTRACT

Agricultural resources are very large in North Luwu Regency, so it is very potential to be developed especially local food preparations by the MSMEs. However, the ability of MSMEs in developing their businesses is not optimal because of the limited market reach. This study aims to determine (1) internal and external environmental analysis in Local Food Based MSMEs, (2) strategies for developing local food based MSMEs. This research was conducted in Tana Lili Subdistrict, North Luwu Regency. Analysis of the data used in this research is descriptive and SWOT analysis. The population and sample in this study were drawn from SMEs, consumers and stakeholders related to the total number of 37 respondents. The results of this study indicate that strategies that can be carried out in developing local food-based MSMEs in the Tana Lili Subdistrict are: (1) utilizing labor from the environment to increase production, (2) increasing production of local processed food products, (3) conducting training for owners business and workforce to develop business, (4) optimize product promotion through internet media and brochures, (5) maintain product taste and improve product quality in order to compete with other products, (6) create new innovations that are more attractive, (7) increasing distributor power to minimize the potential for new competitors and changes in lifestyle and consumption patterns of the community. The results of this study can be used as a reference by SMEs and stakeholders in designing and developing the potential of MSMEs in Tanalili District, North Luwu Regency, South Sulawesi.

Keywords : development, local product, strategy, UMKM

INTISARI

Sumberdaya pertanian sangat besar di Kabupaten Luwu Utara, sehingga sangat potensial untuk dikembangkan terutama dalam bentuk olahan pangan lokal oleh para pelaku UMKM. Akan tetapi, kemampuan UMKM dalam mengembangkan usaha dirasakan belum maksimal karena jangkauan pasar yang terbatas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) analisis lingkungan internal dan eksternal pada UMKM Berbasis Pangan Lokal, (2) strategi pengembangan UMKM berbasis pangan lokal. Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Tana Lili Kabupaten Luwu Utara. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu deskriptif dan analisis SWOT. Populasi dan sampel dalam penelitian ini diambil dari pelaku UMKM, konsumen dan stakeholder terkait dengan jumlah total 37 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dapat dilakukan dalam mengembangkan UMKM berbasis pangan lokal di Kecamatan Tana Lili yaitu: (1) pemanfaatan tenaga kerja dari lingkungan untuk meningkatkan produksi, (2) meningkatkan produksi produk olahan pangan lokal, (3) melakukan pelatihan terhadap pemilik usaha dan

tenaga kerja agar usaha berkembang, (4) mengoptimalkan promosi produk melalui media internet dan brosur, (5) mempertahankan ciri khas cita rasa produk dan meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing dengan produk lain, (6) menciptakan inovasi baru yang lebih menarik, (7) menambah tenaga distributor untuk meminimalisasi potensi adanya pesaing baru dan perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat. Hasil dari penelitian ini dapat dijadikan acuan oleh pelaku UMKM maupun stakeholder dalam merancang dan mengembangkan potensi UMKM yang ada di Kecamatan Tanalili, Kabupaten Luwu Utara, Sulawesi Selatan.

Kata kunci: strategi, pengembangan, UMKM, pangan lokal

LATAR BELAKANG

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis pertanian pangan masih menghadapi banyak permasalahan, baik internal maupun eksternal. Permasalahan internal yang dihadapi mulai dari hulu sampai hilir yang meliputi penyediaan bahan baku, proses produksi dan teknologi, keuangan, pemasaran, Sumber Daya Manusia (SDM), dan penciptaan nilai tambah (Hafsah, J.M., 2010). Permasalahan eksternal terkait dengan kemampuan UMKM untuk bisa bersaing di tingkat nasional dan internasional semakin kompleks. Selain itu, UMKM juga menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang sangat kompetitif (Mangkuprawira, 2010).

UMKM merupakan salah satu peluang usaha yang dapat menumbuhkan perekonomian masyarakat. UMKM mendorong terciptanya sektor swasta yang inovatif dan berperan membangun perekonomian nasional. Sektor usaha UMKM di Indonesia pada umumnya masih relatif lemah dalam pengembangannya. Misalnya kelemahan dalam akses pasar, teknologi, pengetahuan, modal atau pengelolaan keuangan, dan SDM. Produk UMKM berbasis pangan lokal telah banyak dikenal dan laku di pasaran, namun para pelaku UMKM berbasis pangan lokal masih belum sadar pentingnya pengembangan usaha yang dijalankan. Hal ini dapat dilihat dari sisi manajemen bisnis yang cenderung dilakukan seadanya. Para pelaku usaha UMKM cenderung merasa cepat puas dengan hasil usahanya tersebut. Sehingga, usaha yang dijalankannya belum dirancang dan diterapkan dengan strategi yang baik. Strategi untuk mengembangkan dan memperkuat UMKM berbasis pangan lokal perlu dirumuskan dengan tepat, sehingga diperoleh rumusan strategi pengembangan yang nantinya dapat diimplementasikan dengan baik. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu menganalisis lingkungan internal dan eksternal pada UMKM berbasis pangan lokal dan mengetahui strategi pengembangan UMKM berbasis pangan lokal.

METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Tana Lili Kabupaten Luwu Utara pada sejak Desember 2019 s/d Januari 2020. Alasan memilih lokasi penelitian tersebut yaitu dengan pertimbangan bahwa pada lokasi ini merupakan sentra UMKM yang memanfaatkan pangan lokal sebagai bahan dasar.

Populasi dan Sampel

Metode penelitian yang digunakan adalah metode sensus. Semua populasi dalam penelitian ini adalah UMKM yang berada di Kecamatan Tana Lili Kabupaten Luwu Utara beserta tenaga kerja, dan konsumen sekaligus diambil sebagai sampel. Jumlah responden penelitian ini yaitu pihak UMKM, pelanggan dan stakeholder sebanyak 37 orang.

Jenis dan Sumber Data

Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dua jenis sumber data yaitu sumber primer dan sumber sekunder.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan identifikasi analisis lingkungan internal dan eksternal yang dihadapi oleh UMKM.
2. Untuk merumuskan strategi pengembangan UMKM berbasis pangan lokal digunakan analisis SWOT yaitu:

Analisis SWOT merupakan analisis faktor internal dan eksternal yang digunakan sebagai dasar untuk merancang strategi pengembangan yang digunakan. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui strategi yang digunakan setelah melihat kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki industri. Berikut ini langkah-langkah selanjutnya setelah diperoleh analisis mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada sektor pengembangan strategi pengembangan UMKM berbasis pangan lokal yaitu identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal. Identifikasi faktor-faktor internal dan eksternal ini diperoleh dengan memanfaatkan seluruh hasil analisis. Selanjutnya informasi yang diperoleh diklasifikasikan. Hal ini dilihat pada format Tabel berikut ini :

Tabel 1. Analisis Faktor Internal dan Eksternal.

Faktor-faktor strategi Internal dan Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Kekuatan			
Kelemahan			
Peluang			
Ancaman			

Sumber: Rangkuti (2014)

Keterangan:

Pemberian bobot masing-masing skala mulai 1,0 (paling penting) sampai 0,0 (paling tidak penting) berdasarkan pengaruhnya. Semua bobot tersebut tidak boleh melebihi skor total 1,00. Pemberian rating untuk masing-masing faktor-faktor dengan skala mulai dari empat sampai dengan satu berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi pengembangan UMKM berbasis pangan lokal. Pemberian nilai rating untuk faktor kekuatan dan peluang yang bersifat semakin besar diberi rating 4 tetapi bila kecil diberi rating 1. Pemberian nilai rating kelemahan dan ancaman yang bersifat negatif semakin besar diberi rating 1 tetapi bila kecil diberi rating 4.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Lingkungan Internal

Sumber Daya Manusia

Tenaga kerja pada UMKM Nurul Haq berjumlah 6 orang, 4 orang dibagian produksi dan 2 orang di bagian pengemasan dan pada UMKM Mawar Merah berjumlah 5 orang, 3 orang dibagian produksi dan 2 orang dibagian pengemasan. Sedangkan pada UMKM Anggrek berjumlah 3 orang, 2 orang dibagian produksi dan 1 orang dibagian pengemasan. Proses perekrutan tenaga kerja dilakukan secara langsung oleh pemilik usaha. Tenaga kerja yang dipilih merupakan tetangga dan keluarga-keluarga terdekat. Ada dua UMKM yang tidak mengutamakan tingkat pendidikan dalam perekrutan tenaga kerja yaitu UMKM Mawar Merah dan UMKM Anggrek. Sedangkan UMKM Nurul Haq, dalam perekrutan tenaga kerja minimal lulus SD. Tenaga kerja dari ketiga UMKM tersebut, sebagian besar adalah ibu rumah tangga yang berasal dari wilayah masing-masing. Hal ini sesuai dengan tujuan yang dimiliki oleh UMKM yaitu memberdayakan masyarakat sekitar untuk dijadikan tenaga kerja yang menjadi kekuatan UMKM tersebut. Jadwal kerja dilakukan yaitu 3 kali produksi dalam seminggu dan dimulai dari 07.00-04.00 sore.

Pemasaran

Sistem pemasaran produk dari ketiga UMKM tersebut dilakukan dengan memanfaatkan komunikasi dari mulut kemulut dan media sosial. UMKM Nurul Haq dan UMKM Mawar Merah memasarkan hasil produksinya melalui ritel modern seperti Indomaret, Alfamidi, dan Alfamart yang ada di Luwu Utara. Bukan hanya melalui ritel modern saja tetapi Luwu Raya, Makassar dan Toraja sudah menjadi lokasinya. Sedangkan UMKM anggrek memasarkan hasil produksinya di daerah Makassar dan Toraja saja.

Produksi

Ketiga industri ini memproduksi bahan-bahan pangan lokal yang diolah menjadi makanan cemilan. Jenis produk yang diproduksi menggunakan bahan baku alami dan tidak menggunakan bahan pengawet yang membahayakan konsumen. Bahan baku utama yang sangat dibutuhkan yaitu sagu, pisang, labu dan rumput laut. Bahan baku pelengkap yang dibutuhkan untuk olahan pisang, labu dan rumput laut yaitu terigu, gula, minyak kelapa, saus botol dan bumbu balado. Sedangkan bahan baku pelengkap yang dibutuhkan untuk membuat bagea yaitu tepung sagu, terigu, gula pasir, soda kue, dan telur. Untuk memperlancar kegiatan produksi memerlukan beberapa alat bantu yang memadai seperti mesin produksi, peralatan dan perlengkapan lainnya yaitu mixser, penggiling adonan, blender, talang, box, timbangan, wajan, baskom, press, kompor, open, dan kemasan.

Analisis Lingkungan Eksternal

Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, dan orang lain. Ada dua jenis konsumen UMKM yaitu konsumen yang mengkonsumsi langsung produk olahan pangan lokal dan konsumen yang menjual kembali produk olahan pangan lokal dalam bentuk siap konsumsi.

Pesaing

Pesaing antar industri yang mengolah dan memproduksi produk pangan lokal sangat ketat. Selain UMKM yang berada di Kecamatan Tana Lili, terdapat juga UMKM yang mengolah pangan lokal yang berada di daerah lain. Kebanyakan industri rumah tangga memanfaatkan pangan lokal yang berada didaerahnya diolah menjadi suatu produk dan dapat menguntungkan suatu UMKM. UMKM yang berada di luar Kecamatan Tana Lili dianggap sebagai pesaing walaupun pasar yang dituju UMKM berbeda dan produk yang ditawarkan berbeda jenis dan harganya pun terjangkau bagi konsumen.

Ancaman

Munculnya industri baru menimbulkan perebutan pangsa pasar yang didorong dengan motivasi penguatan posisi pendatang baru dalam bisnis yang serupa. Industri baru seringkali membawa kapasitas baru, dorongan kuat untuk merebut pangsa pasar, serta diikuti sumber daya yang lebih besar untuk menciptakan posisi-posisi yang menguntungkan.

Perumusan Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Pangan Lokal**Matriks Internal Faktor Evaluation (IFE)**

Matriks IFE dilakukan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi serta menentukan faktor internal kunci yang menjadi kekuatan dan kelemahan bagi UMKM. Identifikasi dan evaluasi faktor internal dilakukan dengan menggunakan kuesioner riset SWOT untuk mendapatkan bobot dari masing-masing variabel internal dan wawancara dengan pemilik UMKM Tenaga Kerja, Konsumen, dan Stakeholder. Berdasarkan analisis faktor-faktor internal yang ada pada UMKM didapatkan sejumlah kekuatan dan kelemahan yang disebut sebagai faktor strategis internal usaha. Faktor internal strategis tersebut kemudian dilakukan pembobotan dan pemberian peringkat. Adapun hasil analisis Matriks IFE dapat dilihat pada Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Hasil Matriks IFE UMKM

Faktor-faktor Strategi Internal	Bobot Rata-rata	Rating Rata-rata	Skor Rata-rata
Kekuatan:			
1. Lokasi produksi yang strategis	0.11	4	0.44
2. Harga terjangkau	0.12	4	0.47
3. Tenaga kerja yang digunakan berasal dari wilayah sekitar lingkungan	0.09	3	0.28
4. Produk tidak menggunakan bahan pengawet	0.12	3	0.37
5. Memelihara hubungan yang baik serta memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen	0.15	4	0.60
Kelemahan:			
1. Menggunakan teknologi sederhana	0.07	2	0.15
2. Terbatas modal usaha	0.12	2	0.25
3. Tenaga distributor masih terbatas	0.09	1	0.09
4. Sistem promosi produk pada UMKM belum optimal	0.12	1.3	0.16
Total	1.00		2.80

Sumber: Data Primer Setelah Diolah (2019)

Pada Tabel 2 hasil analisis matriks IFE untuk faktor kekuatan dan kelemahan diperoleh total nilai skor total pada matriks IFE sebesar 2.80. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM berada pada posisi yang rata-rata dalam memanfaatkan kekuatan yang dimilikinya untuk mengatasi kelemahan yang ada. Kekuatan utama yang dimiliki oleh UMKM yaitu lokasi produksi yang strategis dengan skor bobot 0,44. Kekuatan yang kedua yaitu harga produk terjangkau dengan skor bobot 0,47. Kekuatan yang ketiga yaitu tenaga kerja yang digunakan berasal dari wilayah sekitar lingkungan dengan skor bobot 0,28. Kemudian kekuatan yang keempat yaitu produk tidak menggunakan bahan pengawet dengan skor bobot 0,37. Selanjutnya kekuatan yang terakhir yaitu memelihara hubungan yang baik serta memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen dengan skor bobot 0,60.

Sedangkan kelemahan yang dimiliki UMKM yaitu pertama, menggunakan teknologi sederhana dengan skor bobot 0,15. Kelemahan yang kedua yaitu terbatasnya modal usaha dengan skor bobot 0,25. Kelemahan yang ketiga yaitu tenaga distributor masih terbatas dengan skor bobot 0,09 dan kelemahan yang keempat yaitu sistem promosi produk pada UMKM belum optimal dengan skor bobot 0,16.

Matriks Eksternal Faktor Evaluation (EFE)

Tabel 3. Matriks EFE Internal UMKM

Faktor-faktor Strategi Eksternal	Bobot Rata-rata	Rating Rata-rata	Skor Rata-rata
Peluang:			
1. Ketersediaan bahan baku yang mudah didapat	0.16	4	0.65
2. Banyaknya tingkat ketersediaan tenaga kerja disekitar lingkungan	0.10	3	0.31
3. Tingkat permintaan produk yang cukup tinggi	0.15	4	0.59
4. Meningkatnya kesadaran Masyarakat akan manfaat mengonsumsi olahan yang berasal dari pangan lokal	0.18	4	0.71
Ancaman:			
1. Tidak stabilnya harga bahan baku	0.17	2	0.33
2. Adanya pesaing	0.12	2	0.24
3. Perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat	0.12	1.67	0.21
Total	1.00		3.04

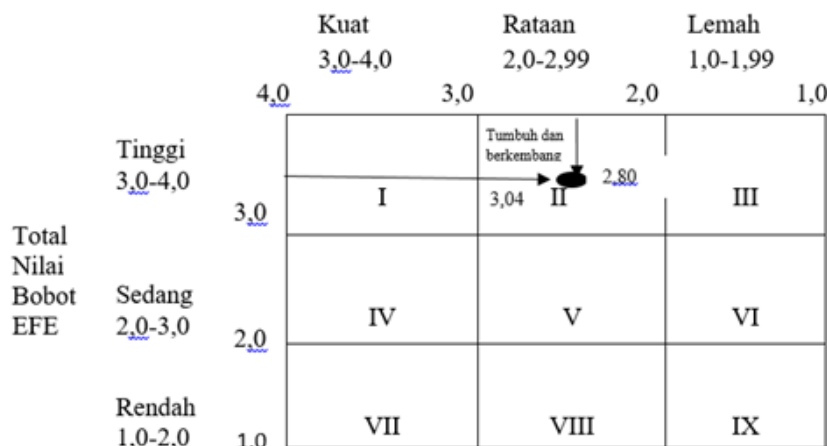
Sumber: Data Primer Setelah Diolah (2019)

Hasil wawancara dan pengisian kuesioner tersebut nilainya di rata-ratakan untuk memperoleh bobot matriks dengan keseluruhan sama dengan 1,00. Berdasarkan analisis faktor eksternal pada UMKM didapatkan sejumlah peluang dan ancaman yang disebut faktor strategis eksternal usaha. Faktor eksternal strategis tersebut kemudian dilakukan pembobotan dan pemberian peringkat. Adapun hasil analisis Matriks EFE dapat dilihat pada Tabel 3 berikut ini:

Pada Tabel 3 hasil analisis Matriks EFE untuk faktor peluang dan faktor ancaman yang diperoleh total skor bobot sebesar 3,04. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM berada pada posisi rata-rata dalam memanfaatkan peluang untuk mengatasi ancaman yang ada dari luar UMKM. Peluang utama yang dimiliki UMKM yaitu ketersediaan bahan baku yang mudah didapatkan dengan skor bobot 0,65. Peluang yang kedua yaitu banyaknya tingkat ketersediaan tenaga kerja disekitar lingkungan dengan skor bobot 0,31. Peluang yang ketiga yaitu tingkat permintaan produk yang cukup tinggi dengan skor 0.59 dan peluang yang keempat yaitu meningkatnya kesadaran Masyarakat akan manfaat mengonsumsi olahan yang berasal dari pangan lokal dengan skor bobot 0,71. Sedangkan ancaman utama

yang dimiliki UMKM yaitu tidak stabilnya harga bahan baku dengan skor bobot 0,33. Ancaman yang kedua yaitu adanya pesaing dengan skor bobot 0,24 dan ancaman yang ketiga yaitu perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat dengan skor bobot 0,21.

Analisis Matriks Internal dan Eksternal (IE)



Gambar 1. Matriks IE

Matriks IE dihasilkan melalui penggabungan informasi yang diperoleh dari matriks IFE dan EFE untuk mendapatkan informasi mengenai posisi perusahaan guna mempermudah dalam pemberian alternatif strategi. Nilai matriks IFE sebesar 2,80 menunjukkan UMKM memiliki kemampuan rata-rata dalam memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi kelemahan yang ada. sedangkan nilai matriks EFE sebesar 3,04 menunjukkan UMKM memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman yang ada. Setelah diperoleh total dari matriks IFE sebesar 2,80 dan nilai dari skor dari matrik EFE sebesar 3,04. Adapun matriks IE untuk UMKM ditunjukkan pada gambar 2. gambar tersebut menunjukkan bahwa posisi UMKM berada pada kuadran II (*grow and build*) yaitu memiliki kemampuan internal yang sedang dan eksternal yang kuat.

Analisis Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Pangan Lokal

Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat pencocokan yang sangat penting dalam mengembangkan empat tipe strategi yaitu: (1) Strategi kekuatan-peluang (*strenghts-opportunities-SO*), (2) strategi kelemahan-peluang (*weaknesses-opportunities-WO*), (3) strategi kekuatan-ancaman (*strenghts-threats-ST*), (4) strategi kelemahan-ancaman (*weaknesses-theats-WT*). Adapun hasil analisis matriks SWOT Usaha Mikro kecil Menengah (UMKM) berbasis pangan lokal dapat dilihat pada Tabel 4 :

Tabel 4. Matriks SWOT UMKM Berbasis Pangan Lokal.

Faktor Internal	Streanghts (Kekuatan)	Weaknesses(Kelemahan)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lokasi produksi yang strategis dan harga terjangkau 2. Tenaga kerja berasal dari wilayah sekitar lingkungan 3. Produk tidak menggunakan bahan pengawet 4. Memelihara hubungan yang baik serta memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan teknologi sederhana 2. Terbatas modal usaha 3. Tenaga distributor masih terbatas 4. Sistem promosi produk pada UMKM belum optimal
Faktor Eksternal	Opportunity(Peluang)	Strategi W-O
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ketersediaan bahan baku yang mudah didapat 2. Banyaknya tingkat ketersediaan tenaga kerja disekitar lingkungan 3. Tingkat permintaan produk yang cukup tinggi 4. Kesadaran masyarakat meningkat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pelatihan terhadap pemilik usaha dan tenaga kerja agar usaha berkembang. 2. Mengoptimalkan promosi produk melalui media internet dan brosur.
Thearth (Ancaman)	Strategi S-O	Strategi W-T
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tidak stabilnya harga bahan baku 2. Adanya pesaing 3. Perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mempertahankan ciri khas cita rasa produk dan meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing dengan produk lain 2. Menciptakan inovasi baru yang lebih menarik

Sumber: Data primer setelah diolah (2020)

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpuln dari penelitian ini yaitu Analisis faktor internal yang menjadi kekuatan UMKM yaitu: lokasi produksi yang strategis, harga terjangkau, tenaga kerja yang digunakan berasal dari wilayah sekitar lingkungan, produk tidak menggunakan bahan pengawet, dan memelihara hubungan yang baik serta memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen. Sedangkan faktor eksternal yang menjadi peluang UMKM yaitu: ketersediaan bahan baku yang mudah didapat, banyaknya tingkat ketersediaan tenaga kerja disekitar lingkungan, tingkat permintaan produk yang cukup tinggi, dan meningkatnya kesadaran Masyarakat akan manfaat mengonsumsi olahan yang berasal dari pangan lokal. Strategi pengembangan UMKM berbasis pangan lokal di Kecamatan Tana Lili yaitu melalui pemanfaatan tenaga kerja dari lingkungan untuk meningkatkan produksi,

meningkatkan produksi produk olahan pangan lokal, mempertahankan ciri khas cita rasa produk dan meningkatkan kualitas produk agar dapat bersaing dengan produk lain, menciptakan inovasi baru yang lebih menarik, melakukan pelatihan terhadap pemilik usaha dan tenaga kerja agar usaha berkembang, mengoptimalkan promosi produk melalui media internet dan brosur, dan menambah tenaga distributor untuk meminimalisasi potensi adanya pesaing baru dan perubahan gaya hidup dan pola konsumsi masyarakat.

Saran

Diperlukan kolaborasi antara pelaku UMKM dan stakeholder dalam upaya mengidentifikasi peluang pengembangan potensi produk olahan lokal yang bisa bersaing di pasar yang lebih luas. Diperlukan penelitian lanjutan terkait digitalisasi produk UMKM menuju pasar yang lebih luas

DAFTAR PUSTAKA

- David Fred R, 2016. *Manajemen Strategi, Buku 1, Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Salemba
- Fandy, 2009. *Strategi Bisnis dan Manajemen*. Jakarta: Penerbit Andi.
- Hadari Nawawi. 2008. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada.
- Hafsah, J.M., 2010. *Kemitraan usaha Konsepsi dan Strategi*. Pustaka Harapan, Jakarta.
- Mangcuprawira, Sjafri. 2010. *Manajemen Sumber Daya manusia*, Strategik. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pearce Robinson. 2008. *Manajemen Strategik Formulasi, Implementasi dan Pengendalian Jilid 1*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Rangkuti, 2014. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Manajemen*. 5th Edition. Alfabeta cv, Bandung.
- Tambunan, T. 2010. *Usaha Kecil Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Salemba, Jakarta.
- Yoder, Hasibuan. 2009. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.