

---

## Peran Inovasi dan Jaringan Bisnis dalam Pengembangan UMKM Kuliner di Era Digital

Wilda Noveliana Tambunan<sup>1</sup>, Helmi Wandara<sup>2</sup>, Rahmat Fadhil<sup>3</sup>, Fajariah Asmawati<sup>4</sup>,  
Sharleen<sup>5</sup>, Mahdi<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Institut Bisnis dan Multimedia ASMI Jakarta

E-mail: [wandarahelmi@gmail.com](mailto:wandarahelmi@gmail.com)<sup>1</sup>, [helmiwandara@gmail.com](mailto:helmiwandara@gmail.com)<sup>2</sup>, [roronoafadhiil@gmail.com](mailto:roronoafadhiil@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[fajariah@gmail.com](mailto:fajariah@gmail.com)<sup>4</sup>, [redianaulia26@gmail.com](mailto:redianaulia26@gmail.com)<sup>5</sup>, [utengm10@gmail.com](mailto:utengm10@gmail.com)<sup>6</sup>

---

### Article History:

Received: 12 Juli 2024

Revised: 27 Juli 2024

Accepted: 29 Juli 2024

**Keywords:** Pengembangan  
UMKM, Kuliner, Era Digital,  
Inovasi

***Abstract:** Dalam Perkembangan bisnis dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal perusahaan. Usaha kuliner yang termasuk ke dalam UMKM dan umumnya masuk ke dalam usaha keluarga berkontribusi pada perekonomian. Kontribusi tersebut misalnya dalam pembentukan produk nasional bruto penciptaan lapangan kerja dan menjadi sumber baru pertumbuhan ekonomi masyarakat. Dalam sektor ekonomi kreatif, kuliner merupakan salah satu subsektor yang memberikan kontribusi terbesar pada pendapatan daerah Inovasi menjadi kunci dalam kehidupan bisnis karena merupakan sumber daya yang penting bagi perusahaan untuk berkembang. Inovasi dapat muncul dari mana saja dan dilakukan oleh siapa saja. Tidak hanya perusahaan besar, perusahaan kecil juga perlu melakukan inovasi demi kelangsungan usahanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan pengaruh jaringan bisnis dan inovasi produk terhadap pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah di sektor kuliner Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan bisnis dan inovasi produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah di sektor kuliner. Peneliti menyarankan agar UMKM selalu meningkatkan kolaborasi dengan berbagai pihak untuk memperluas jaringan bisnis, meningkatkan inovasi produk, dan meningkatkan daya saing agar UMKM dapat terus berkembang di tengah persaingan saat ini.*

---

## PENDAHULUAN

Kegiatan bisnis yang dilakukan oleh suatu organisasi tidak hanya bertujuan untuk mencapai profit maksimal. Namun, juga ditujukan untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha agar dapat berkelanjutan. Hal yang sama berlaku untuk kegiatan usaha UMKM. Usaha kecil ini ditujukan untuk mempertahankan kelangsungan usahanya dan mengembangkan aktivitas

bisnisnya. Di negara-negara berkembang seperti Indonesia, sektor UMKM merupakan sektor yang paling banyak terdapat. Selain jumlahnya yang jauh lebih besar daripada usaha besar, UMKM juga dianggap sebagai sektor yang dapat menjadi tulang punggung ekonomi nasional karena mampu bertahan dari krisis. Selain itu, keberadaan UMKM juga memegang peranan penting dalam menciptakan lapangan kerja di Indonesia. Sektor ini mampu memberikan kesempatan kerja baru bagi masyarakat sehingga dapat membantu mengurangi tingkat pengangguran.

Inovasi menjadi kunci dalam kehidupan bisnis karena merupakan sumber daya yang penting bagi perusahaan untuk berkembang. Inovasi dapat muncul dari mana saja dan dilakukan oleh siapa saja. Tidak hanya perusahaan besar, perusahaan kecil juga perlu melakukan inovasi demi kelangsungan usahanya.

Jaringan bisnis melibatkan keterlibatan unit-unit usaha lain dalam kegiatan usaha yang dilakukan oleh produsen, baik dalam produksi maupun pemasaran produk. Produsen menggunakan perantara karena mereka dapat menciptakan efisiensi yang lebih besar dalam menyediakan barang bagi pasar target mereka. Melalui kontak, pengalaman, spesialisasi, dan skala operasi, perantara biasanya dapat memberikan lebih banyak manfaat bagi perusahaan daripada yang bisa dicapai oleh perusahaan sendiri.

Jaringan bisnis juga merupakan hasil dari keputusan dan upaya para pengusaha untuk meningkatkan daya saing melalui kerjasama dengan unit-unit usaha lainnya. Tingkat daya saing yang lebih tinggi dapat dicapai melalui jaringan bisnis karena pelaku usaha dapat melakukan spesialisasi yang dapat meningkatkan efisiensi usaha, mengurangi biaya transaksi, dan meningkatkan fleksibilitas karena adanya mitra bisnis yang dapat diandalkan profitabilitas perusahaan. Ketika persaingan di industri meningkat, rata-rata profitabilitas perusahaan yang bersaing di industri tersebut turun.

Salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan terkait dengan kendala yang dihadapi oleh UMKM adalah jaringan bisnis. Kurangnya akses informasi pasar dan kurang optimalnya

produk UMKM dalam menjangkau konsumen dapat disebabkan oleh kelemahan atau kurangnya dukungan dari jaringan bisnis yang mendukung kegiatan usaha UMKM.

Jaringan bisnis melibatkan keterlibatan unit-unit usaha lain dalam kegiatan usaha yang dilakukan oleh produsen, baik dalam produksi maupun pemasaran produk. Produsen menggunakan perantara karena mereka dapat menciptakan efisiensi yang lebih besar dalam menyediakan barang bagi pasar target mereka. Melalui kontak, pengalaman, spesialisasi, dan skala operasi, perantara biasanya dapat memberikan lebih banyak manfaat bagi perusahaan daripada yang bisa dicapai oleh perusahaan sendiri.

Jaringan bisnis juga merupakan hasil dari keputusan dan upaya para pengusaha untuk meningkatkan daya saing melalui kerjasama dengan unit-unit usaha lainnya. Tingkat daya saing yang lebih tinggi dapat dicapai melalui jaringan bisnis karena pelaku usaha dapat melakukan spesialisasi yang dapat meningkatkan efisiensi usaha, mengurangi biaya transaksi, dan meningkatkan fleksibilitas karena adanya mitra bisnis yang dapat diandalkan.

## **LANDASAN TEORI**

Pengembangan UMKM kuliner menjadi sangat penting, khususnya di era digital saat ini, di mana teknologi telah menjadi pendorong utama dalam pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Peran inovasi dan jaringan bisnis menjadi faktor kunci yang memengaruhi kemajuan UMKM kuliner di tengah persaingan yang semakin ketat.

Peran Inovasi dalam Pengembangan UMKM Kuliner: Inovasi memiliki peran vital dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner. Melalui penggunaan teknologi digital, UMKM kuliner

dapat meningkatkan efisiensi operasional, menciptakan produk yang unik dan menarik konsumen, serta memperluas pangsa pasar melalui platform daring.

Jaringan Bisnis dalam Menunjang Pengembangan UMKM Kuliner: Jaringan bisnis yang kuat dapat membantu UMKM kuliner untuk memperluas jangkauan pasar, memperoleh akses ke sumber daya yang lebih luas, dan meningkatkan kolaborasi dengan pemangku kepentingan terkait. Kerjasama dengan pemasok, distributor, dan pelanggan dapat membantu UKM kuliner untuk tumbuh dan berkembang.

Dampak Keterlibatan Digital pada UMKM Kuliner: Keterlibatan dalam ekosistem digital memungkinkan UMKM kuliner untuk menghadapi tantangan dan peluang yang ditawarkan oleh era digital. Mereka dapat menciptakan nilai tambah melalui pelayanan yang personal, promosi yang efektif, serta peningkatan efisiensi operasional melalui integrasi teknologi. Dengan melihat aspek inovasi, jaringan bisnis, dan teknologi digital sebagai faktor kunci dalam pengembangan UMKM kuliner di era digital, penelitian ini bertujuan untuk menguji sejauh mana faktor-faktor tersebut berkontribusi terhadap kesuksesan dan pertumbuhan UMKM kuliner.

### **Salah satu Contoh Kuliner**

#### **a. Momchips**

*Momchips* adalah UMKM yang memasarkan produk keripik buah dan sayur dengan sentuhan inovatif dan rasa yang memikat. Berawal dari inspirasi untuk menghadirkan camilan yang sehat dan lezat bagi semua kalangan, *Momchips* merancang produknya dengan menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi dan teknologi pengolahan modern.

Produk utama yaitu Keripik buah, memberikan alternatif camilan yang alami dan bergizi dengan mempertahankan rasa autentik. Dengan keberanian untuk berinovasi di pasar camilan, *Momchips* menciptakan pengalaman baru bagi konsumen yang mencari camilan sehat tanpa mengorbankan cita rasa.

#### **b. Kue Talas Bogor Sangkuriang**

Konsep bisnis yang dijalankan oleh Lapis Bogor Sangkuriang adalah dengan mengedepankan makanan olahan talas sebagai oleh-oleh khas Bogor. Produk utama yang dihasilkan menggunakan kombinasi antara tepung terigu dengan tepung talas. Saat ini dua jenis produk utama yang dijual yaitu lapis bogor dan brownis talas. Untuk lapis bogor dibedakan menjadi lapis bogor original, lapis bogor topping keju, lapis bogor greentea, lapis bogor blueberry, lapis bogor strawberry, lapis bogor cokelat, lapis bogor tiramisu dan lapis bogor capucino. Sementara untuk brownis, terdapat brownis talas polos dan brownis talas topping keju.

Pengembangan Bisnis Lapis Bogor Sangkuriang ke depan yaitu dengan menambah kapasitas produksi dan menambah jumlah outlet. Lapis Bogor Sangkuriang juga memiliki bauran pemasaran produknya. Produk lapis bogor dan brownis talas merupakan suatu inovasi produk baru. Dengan menggunakan tepung talas sebagai substitusi tepung terigu, diharapkan produk ini mampu bersaing dengan produk lain.

### **METODE PENELITIAN**

Desain penelitian ini adalah survey. Data penelitian yang dibutuhkan adalah data primer dalam bentuk persepsi responden (subjek) penelitian. Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk meneliti mengenai jaringan bisnis dan inovasi bisnis terhadap keberhasilan bisnis UMKM Kuliner. Penelitian kualitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial yang perspektif partisipan yang mendalam, sehingga penelitian

ini memaparkan secara mendalam tentang Pengaruh Jaringan dan Inovasi bisnis terhadap kepuasan keberhasilan bisnis UMKM Kuliner.

Implikasi Penelitian, Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pengembangan UMKM kuliner. Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi dan panduan bagi pemilik UMKM kuliner, pemerintah setempat, dan pemangku kepentingan lainnya dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis kuliner di era digital.

Dengan pendekatan penelitian yang komprehensif dan metodologi yang tepat, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam memajukan sektor UMKM kuliner dan menginspirasi pengembangan lebih lanjut di bidang ini.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Tantangan dan Peluang untuk UMKM Kuliner di Era Digital**

#### **1. Tantanga**

a. Menentukan Variasi Menu yang akan Dijual

Tantangan bisnis kuliner yang pertama adalah menentukan variasi menu yang akan dijual. Anda perlu melakukan berbagai eksperimen untuk menentukan menu terbaik. Mintalah teman, keluarga, atau pihak-pihak yang Anda percayai lainnya untuk membantu menyusun menu yang akan dijual.

b. Batas Kadaluwarsa

Batas kedaluwarsa menjadi salah satu tantangan yang berat pada bisnis makanan. Sebagai pebisnis makanan, saya harus selalu memperhatikan kapan batas waktu produk makanan yang dijual agar tetap sehat dan enak. Tes rasa secara berkala perlu dilakukan, untuk memastikan kondisi makanan yang masih baik dan layak jual.

c. Sulit Membangun Identitas *Brand*

Pertumbuhan industri kuliner di beberapa tahun ke belakang luar biasa cepat. Selain disebabkan oleh adanya “pemain” lama, tantangan juga hadir disebabkan oleh banyaknya *brand-brand* baru yang bermunculan. Fenomena ini pun jadi tantangan bagi pebisnis kuliner untuk menjadi tetap dikenal dengan persepsi yang tepat dan baik ditengah persaingan. Oleh karena itu, aktivitas membangun *brand* menjadi hal kunci dari sebuah bisnis untuk tetap selalu diingat dan dipersepsikan secara relevan oleh konsumen.

d. *Rating* Penilaian

Konsumen yang memesan produk makanan melalui aplikasi *online*, biasanya memilih toko atau resto dengan mempertimbangkan jenis produk, harga, dan *rating* restoran. Konsumen pastinya ingin mendapatkan makanan berkualitas dengan cita rasa enak, murah, berkemasan menarik, dan memiliki pelayanan yang baik. *Rating* restoran pun kini jadi tantangan tersendiri dalam berbisnis kuliner secara *online*. Semua kondisi yang diinginkan konsumen tersebut dapat terlihat dari *rating* atau penilaian yang diberikan. *Rating* menunjukkan banyaknya konsumen yang memberikan penilaian dan bagaimana kualitas produk makanan yang dijual.

e. Keterbatasan Sumber Daya dan Kapasitas

UMKM kuliner mungkin menghadapi kendala dalam hal sumber daya manusia yang terbatas, keterbatasan modal, serta keterampilan teknologi yang kurang.

#### **2. Peluang:**

- a. Ekspansi Pasar: Dengan adopsi teknologi digital, UMKM kuliner dapat menjangkau pasar yang lebih luas secara online, termasuk wisatawan dan konsumen dari luar kota.
- b. Kolaborasi dan Jaringan: Membangun jaringan bisnis yang kuat dengan pelaku industri kuliner lainnya dan mitra strategis dapat membuka peluang kerjasama yang saling menguntungkan.
- c. Peningkatan Efisiensi Operasional: Teknologi digital dapat membantu UMKM dalam memperbaiki proses operasional, manajemen inventaris, dan pemasaran, sehingga meningkatkan efisiensi dan produktivitas.

### **Upaya yang dilakukan untuk Pengembangan UMKM Kuliner**

1. Pelatihan dan Pendidikan: Memberikan pelatihan dan dukungan untuk meningkatkan keterampilan teknologi dan inovasi kepada pemilik UMKM kuliner.
2. Pemberdayaan Jaringan Bisnis Lokal: Mendorong kolaborasi antara UMKM kuliner dengan pelaku usaha lokal, pemerintah, akademisi, dan organisasi terkait untuk memperkuat jaringan bisnis.
3. Investasi dalam Infrastruktur Teknologi: Memberikan akses dan dukungan untuk adopsi teknologi digital, seperti pembangunan platform online dan fasilitas teknologi yang diperlukan.

### **Solusi untuk Membantu Mengembangkan UMKM**

1. Survey dan Observasi Tempat yang Berpotensi  
Salah satu cara untuk mengembangkan usaha anda adalah dengan membuka cabang usaha di tempat-tempat yang berpotensi terjadi penjualan yang tinggi. Hal itu dimulai dengan meneliti berbagai tempat yang memiliki target pasar.
2. Mengikuti Beberapa Acara Pameran dan Festival  
Mendukung eksistensi dari produk anda, ikutilah acara pameran atau festival. Dengan ini produk anda akan dikenalkan kepada masyarakat lebih luas. Pameran dan festival adalah salah satu tindakan pemasaran yang cukup terjangkau dan bisa mendapatkan lebih banyak manfaat seperti mengenal vendor-vendor baru, mengetahui kompetitor-kompetitor bisnis anda dan juga mendapatkan calon-calon pelanggan setia anda.
3. Membangun Relasi antar Sesama Pengusaha  
Menjalankan usaha bukan cuma sekedar berdagang sendirian, tetapi juga menambah relasi yang lebih banyak. Semakin banyak relasi, semakin mudah mencari vendor-vendor yang terpercaya. Selain itu juga dengan semakin banyaknya relasi yang anda miliki akan membuka peluang untuk memperluas wilayah bisnis anda.
4. Meningkatkan Mutu Pelayanan  
Ini adalah bagian yang tidak kalah pentingnya dalam mengembangkan bisnis anda. Ketika anda menerima kritik dan saran dari pelanggan, anda bisa memperbaiki hal-hal yang pengalaman yang kurang menyenangkan dari pelanggan. Hal ini dapat membuat mutu pelayanan anda semakin baik.
5. Mengikuti Perkembangan Teknologi dalam Bisnis  
Di era digital ini, sangat disayangkan jika anda termasuk orang yang sedikit ketinggalan dalam hal teknologi. Karena itu dapat membantu anda untuk mengembangkan bisnis anda baik dalam hal administrasi, transaksi keuangan, komunikasi, dan penjualan. Sering-seringlah anda membuka artikel tentang teknologi yang berkaitan dengan bisnis agar

anda tidak ketinggalan. Memanfaatkan teknologi dalam bisnis seperti ketika berkomunikasi kepada pelanggan dengan memanfaatkan aplikasi messenger, mengirimkan video dan foto produk anda, video call dan lain- lain.

### **Faktor-faktor yang harus diperhatikan dalam menentukan keberhasilan bisnis kuliner**

1. Kualitas Produk.

Produk makanan yang berkualitas menjadi modal utama dalam memenangkan persaingan. Pada umumnya kualitas produk makanan terbagi 2, yaitu *real quality* dan *perceive quality*. Untuk *real quality*, biasanya lebih mengutamakan cita rasa dan bahan baku yang digunakan. Sedangkan *perceive quality*, tidak hanya bicara soal cita rasa makanan tapi juga memperhitungkan kesehatan bagi para konsumennya.

2. Lokasi yang Strategis

Lokasi usaha menjadi faktor pendukung kesuksesan bisnis kuliner. Yang dimaksud strategis tidak selamanya harus dekat dengan pusat keramaian. Yang terpenting adalah tempat yang memiliki kesesuaian antara makanan yang ditawarkan dengan target pasar.

3. Membentuk persepsi konsumen kuliner.

Membentuk persepsi konsumen menjadi salah satu strategi untuk mengenalkan bisnis kita. Strategi ini dapat membantu menanamkan citra merek atau ciri khas tertentu di hati para konsumen.

4. Perkuat Promosi

Jangan ragu untuk mempromosikan bisnis kuliner yang kita jalankan. Aktiflah mempromosikan bisnis ke area public, seperti melalui media online, brosur, memasang spanduk dan *neonbox* di depan lokasi usaha atau melalui billboard yang terpasang di sepanjang jalan raya.

5. Gunakan Medsos

Buat akun bisnis kuliner di fitur-fitur, seperti WA, Instagram, dan Facebook. Manfaat yang dirasakan promosi jadi lebih muda dan murah, gampang.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, maka diajukan beberapa saran sebagai bahan pertimbangan bagi pelaku umkm dan pemerintah setempat,:

1. Pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan jaringan bisnis dengan cara bekerjasama dengan para pemasok dan pihak perantara, tidak hanya pemasok bahan baku saja tetapi juga dengan pemasok bahan penolong. Hal tersebut bisa dilakukan dengan cara menjalin kerjasama yang baru dengan lebih banyak pemasok dan perantara. Sehingga pelaku UMKM memiliki kesempatan yang lebih besar untuk memilih bahan baku dan bahan penolong dengan harga yang terjangkau dan kualitas yang baik serta memiliki kesempatan untuk meningkatkan penjualan produk.
2. Pelaku UMKM juga diharapkan mampu mengembangkan bentuk produk yang mereka hasilkan. Bentuk produk sebaiknya dibuat lebih rapih, menarik dan jika memungkinkan dibuat sedemikian rupa sehingga memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan produk pesaing. Inovasi pada produk dimaksudkan agar konsumen dapat dengan mudah mengenali produk sehingga produk memiliki tempat tersendiri di benak konsumen.
3. UMKM Kuliner perlu diberikan bantuan berupa teknologi/peralatan tepat guna untuk mengatasi masalah ketidaksesuaian jumlah produk yang dihasilkan yang disebabkan oleh kendala pada faktor cuaca dan keterbatasan UMKM kuliner dalam kegiatan produksi.



Pemerintah/dinas terkait dapat bekerjasama dengan pihak perguruan tinggi untuk membantu menemukan teknologi/peralatan yang tepat bagi UMKM kuliner untuk mempermudah proses produksi mereka tanpa mengurangi kualitas produk yang dihasilkan.

### **DAFTAR REFERENSI**

- Agusetyaningrum, V., Mawardi, M. K., & Pangestuti, E. (2016). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Untuk Meningkatkan Citra Kota Malang Sebagai Destinasi Wisata Kuliner (Studi Pada Ukm Berbasis Kuliner Kota Malang). Brawijaya University.
- Anggraini, R. (2021). Pengaruh Jaringan Usaha, Inovasi Produk Dan Persaingan Usaha Terhadap Perkembangan Usaha Kecil Menengah (Ukm) Di Kabupaten
- Boven Digoel= Effect Of Business Network, Product Innovation And Business Competition On Development Of Middle Small Businesses In Boven Digoel Regency (Doctoral Dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.  
Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm), 4(12).
- Bahri, S., Khoiruddin, K., Amiruddin, A., Asman, P., Yaqin, A., & Kholil, M. (2023). Implementasi Digital Corporate Culture “Expressi” Di Bank Jatim
- Syariah Capem Sampang. Prospeks: Prosiding Pengabdian Ekonomi Dan Keuangan Syariah, 1(1), 39-48.
- Hamdam, H. (2020). Inovasi Pelayanan Publik Unit Pelayanan Pendaftaran Penduduk Dan Pencatatan Sipil Keliling (Up3sk) Di Kabupaten Pinrang  
(Doctoral Dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Hendriyanto, A. (2015). Analisis Pengaruh Jaringan Usaha Dan Inovasi Terhadap Kinerja Umkm. Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (Jimat), 6(1), 44-49.
- Hendriyanto, A. (2015). Analisis Pengaruh Jaringan Usaha Dan Inovasi Terhadap Kinerja Umkm. Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (Jimat), 6(1), 44-49.
- Indah, D. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang Pt. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa. Jurnal Samudra Ekonomika, 3(1), 1-8.
- Latif, H. F., Pangkey, J. M. T., Handayani, D., & Sarumaha, N. (2022). Digitalisasi Sebagai Fasilitas Dan Tantangan Modernisasi Pelayanan Pengembalaan Di Era Pasca-Pandemi: Refleksi Teologi Kisah Para Rasul 20: 28. Kharismata: Jurnal Teologi Pantekosta, 4(2), 296-311.
- Maidiana, M. (2021). Penelitian Survey. Alacrity: Journal Of Education, 20-29.