

Analisis Inovasi Produk dan Diversifikasi Menu Untuk Meningkatkan Daya Saing (Studi Kasus pada UMKM Kuliner “Dapur Rumi” di Bandar Jaya, Kabupaten Lampung Tengah, Provinsi Lampung)

Syahril Daud¹, Mei Liana Fransiska², Wenfa Noviati Wijaya³, Nuraini Maya Augustine⁴

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bandar Lampung

Abstrak

Penelitian ini menganalisis faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja Dapur Rumi di Bandar Jaya dan memberikan strategi untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Dengan menggunakan analisis IFAS, EFAS, dan SWOT, penelitian ini mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Metode Penelitian pada artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data berasal dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Kekuatan utama meliputi kualitas produk, bahan baku segar, variasi menu, pelayanan ramah, dan adaptasi tren pasar. Kelemahan mencakup ketergantungan pada pemasok, keterbatasan sumber daya, dan proses produksi terbatas. Peluang eksternal meliputi pembelian dalam jumlah banyak, promosi melalui media sosial, dan pelanggan tetap, sedangkan ancamannya adalah persaingan ketat, produk serupa, dan kebijakan pemerintah. Berdasarkan analisis SWOT, Dapur Rumi berada di kuadran strategi agresif, yang menunjukkan potensi memanfaatkan kekuatan dan peluang untuk mengatasi kelemahan dan ancaman. Saran termasuk diversifikasi pemasok, pemanfaatan media sosial, dan pengembangan produk sehat. Saran ini juga relevan bagi perusahaan lain di industri serupa dan memberi arahan bagi penelitian selanjutnya tentang faktor eksternal dan internal UMKM.

Kata Kunci : Analisis SWOT, UMKM, daya saing, Inovasi Produk, Diversifikasi.

Abstract

This study analyzes the internal and external factors affecting the performance of *Dapur Rumi* in Bandar Jaya and provides strategies to improve the company's competitiveness. Using IFAS, EFAS, and SWOT analysis, the study identifies the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by the company. The research employs a qualitative approach, with data collected through interviews, observations, and documentation. Key strengths include product quality, fresh raw materials, menu variety, friendly service, and adaptation to market trends. Weaknesses include dependency on suppliers, limited resources, and constrained production processes. External opportunities encompass bulk purchases, social media promotion, and loyal customers, while threats consist of intense competition, similar products, and government policies. Based on the SWOT analysis, *Dapur Rumi* is positioned in an aggressive strategy quadrant, indicating the potential to leverage strengths and opportunities to overcome weaknesses and threats. Recommendations include diversifying suppliers, optimizing social media utilization,

and developing healthy product options. These suggestions are also relevant to other companies in similar industries and provide direction for future research on MSME internal and external factors.

Keywords : *SWOT Analysis, SMEs, competitiveness, product innovation, diversification.*

Copyright (c) 2024 **Juliana**

✉ Corresponding author :

Email Address : julianasumilat@unima.ac.id

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi pilar utama dalam perekonomian di Indonesia, terutama dalam peran serta mereka berkenaan dengan pengembangan kesempatan kerja dan penggerak ekonomi lokal. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, UMKM ditempatkan pada kontestasi yang semakin intens, baik dari sesama pelaku usaha kecil maupun dari perusahaan besar yang mulai masuk ke pasar lokal. Kondisi ini memaksa UMKM untuk tidak hanya mengandalkan kualitas produk yang ada, tetapi juga melakukan inovasi dan diversifikasi agar tetap kompetitif.

Berdasarkan uraian diatas terdapat juga beberapa isu yang sedang terjadi saat ini, yaitu peningkatan tuntutan pembeli terhadap hasil produksi yang memiliki nilai lebih dari sekadar kualitas rasa, seperti keunikan menu, tampilan yang menarik, serta kemampuan UMKM untuk mengikuti tren kuliner terbaru. Selain itu, kehadiran platform digital dan media sosial juga mempercepat pergeseran preferensi konsumen, di mana pelanggan tidak hanya mencari produk yang melengkapi kebutuhan dasar, tetapi juga ketrampilan baru yang dapat mereka bagikan di dunia maya. Di sisi lain, UMKM seperti Dapur Rumi sering kali menghadapi berbagai kendala dalam mengikuti perubahan ini, seperti keterbatasan sumber daya manusia yang terampil, keterbatasan modal untuk melakukan inovasi produk, serta kurangnya akses terhadap pelatihan dan teknologi.

Dalam konteks ini, inovasi produk dan diversifikasi menu menjadi strategi kunci yang sangat diperlukan oleh UMKM agar dapat bertahan dan bersaing di pasar lokal. Inovasi produk mencakup pengembangan ide-ide baru dalam menciptakan produk yang tidak hanya lezat, tetapi juga memiliki nilai tambah, seperti bahan-bahan lokal atau konsep yang unik. Diversifikasi menu, di sisi lain, merupakan cara untuk menawarkan berbagai pilihan kepada konsumen, sehingga UMKM dapat menjangkau segmen pasar yang lebih luas dan beragam. Namun, dalam praktiknya, banyak UMKM yang mengalami kesulitan untuk mengimplementasikan strategi ini secara efektif karena keterbatasan sumber daya. Berdasarkan gejala tersebut, riset ini bermaksud untuk mengkaji bagaimana inovasi produk dan diversifikasi menu dapat diterapkan oleh Dapur Rumi untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar lokal Bandar Jaya. Selain itu, penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi UMKM lain yang mungkin ingin menerapkan strategi serupa. Kontribusi penelitian ini juga mencakup pengembangan ilmu pengetahuan tentang strategi bisnis UMKM dan dapat mendukung kebijakan serta praktik bisnis yang memfasilitasi inovasi dan diversifikasi sebagai bagian dari strategi pembangunan ekonomi lokal. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bermanfaat untuk Dapur Rumi Bandarlaja tetapi juga untuk sektor UMKM secara umum dan pembuat kebijakan.

METODOLOGI

Desain Penelitian

Pendekatan Kualitatif digunakan dalam penelitian ini, memiliki tujuan untuk memahami secara mendalam fenomena inovasi produk dan diversifikasi menu untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal, dengan studi kasus pada Dapur Rumi di Bandar Jaya. Desain ini dipilih karena sesuai untuk mengeksplorasi bagaimana pelaku UMKM menerapkan strategi inovasi dan diversifikasi, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan atau kegagalannya. Penelitian ini berfokus pada penggalian pengalaman, pandangan, serta praktik yang dilakukan oleh UMKM dalam konteks yang kompleks dan dinamis. Data pada penelitian ini berasal dari Wawancara Mendalam, Wawancara semi-terstruktur akan dilakukan dengan pemilik dan manajer Dapur Rumi untuk memperoleh pemahaman tentang strategi inovasi produk dan diversifikasi menu yang mereka terapkan. Pertanyaan dalam wawancara akan difokuskan pada pengalaman mereka dalam mengembangkan produk baru, tantangan yang dihadapi, serta dampak yang dirasakan terhadap daya saing usaha. Selain itu, wawancara dengan pelanggan juga dilakukan untuk mendapatkan perspektif konsumen terhadap produk dan menu yang ditawarkan oleh Dapur Rumi.

Metode Analisis

Analisis tematik merupakan metode yang digunakan pada penelitian ini, yang bertujuan untuk mengidentifikasi tema-tema utama dari data yang terkumpul. Langkah-langkah analisis tematik meliputi:

1) Pengumpulan Data

Setelah data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi dikumpulkan, peneliti akan melakukan transkripsi wawancara dan menyusun catatan hasil observasi secara rinci..

2) Penyusunan Kesimpulan

Berdasarkan tema-tema yang diidentifikasi, peneliti akan menarik kesimpulan mengenai peran inovasi produk dan diversifikasi menu dalam meningkatkan daya saing UMKM. Kesimpulan ini akan dihubungkan kembali dengan teori dan literatur yang relevan untuk memberikan konteks dan justifikasi terhadap temuan penelitian.

Analisis SWOT

SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis posisi strategis sebuah organisasi, perusahaan, atau proyek. Melalui SWOT, dapat diidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang berasal dari lingkungan internal maupun eksternal yang berpotensi memengaruhi pencapaian tujuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Faktor-faktor Internal dan Eksternal Dapur Rumi di Bandar Jaya

Berikut adalah perbandingan unsur-unsur faktor internal dan eksternal Dapur Rumi di Bandar Jaya.

Tabel 1. Hasil Perbandingan Untuk Faktor Internal Dapur Rumi di Bandar Jaya dengan usaha pesaing

No.	Unsur-unsur Faktor	Nilai	Kekuatan/Kelemahan
1.	Harga sesuai dengan kualitas	3	Kekuatan
2.	Mengikuti tren makanan dan kebutuhan pelanggan	4	Kekuatan
3.	Menggunakan bahan baku segar dan resep yang teruji	4	Kekuatan
4.	Menghadirkan berbagai pilihan menu terbaru	3	Kekuatan
5.	Pelayanan yang baik dan ramah	4	Kekuatan
6.	Ketergantungan pada pemasok bahan baku	4	Kelemahan
7.	Keterbatasan sumber daya	3	Kelemahan
8.	Proses produksi yang terbatas	3	Kelemahan

Sumber: Data diolah Tahun 2024

Tabel 2. Hasil Perbandingan Untuk Faktor Eksternal Dapur Rumi di Bandar Jaya dengan usaha pesaing

No.	Unsur-unsur Faktor	Nilai	Peluang/Ancaman
1.	Merasa terganggu adanya pesaing	2	Ancaman
2.	Memiliki produk sama dengan pesaing	2	Ancaman
3.	Konsumen sering membeli produk dalam jumlah banyak	3	Peluang
4.	Memiliki pelanggan tetap	4	Peluang
5.	Media sosial digunakan untuk promosi	4	Peluang
6.	Peraturan dan kebijakan pemerintah	2	Ancaman

Sumber: Data diolah Tahun 2024

Berdasarkan Tabel 1 dan 2 yang membandingkan faktor internal dan eksternal Dapur Rumi di Bandar Jaya dengan para pesaing, dapat disimpulkan bahwa faktor internal mencakup aspek yang menjadi kekuatan dan kelemahan, sedangkan faktor eksternal

mencakup aspek yang berpotensi menjadi peluang dan ancaman. Kesimpulannya, Dapur Rumi memiliki kekuatan dan peluang yang signifikan untuk mendukung pertumbuhan bisnisnya. Namun, perusahaan perlu mengatasi kelemahan internal dan mengatasi ancaman eksternal untuk memastikan daya saingnya tetap terjaga di tengah kompetisi pasar.

2. Analisis IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*)

Total skor/nilai analisis faktor-faktor dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. IFAS Dapur Rumi

No.	Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (Strengths)				
1.	Kualitas yang diberikan sesuai dengan harga	0.14	3.00	0.41
2.	Menggunakan bahan baku segar dan resep yang teruji	0.09	4.00	0.36
3.	Menghadirkan berbagai pilihan menu terbaru	0.14	3.00	0.41
4.	Pelayanan yang baik dan ramah	0.14	4.00	0.55
5.	Mengikuti tren makanan dan kebutuhan pelanggan	0.14	4.00	0.55
	Sub Total	0.64		2.27
Kelemahan (Weaknesses)				
1.	Ketergantungan pada pemasok bahan baku	0.14	4.00	0.55
2.	Keterbatasan sumber daya	0.14	3.00	0.41
3.	Proses produksi yang terbatas	0.09	3.00	0.27
	Sub Total	0.36		1.23
	Total	1.00		3.50

Sumber: Data diolah Tahun 2024

Berdasarkan perhitungan pada tabel 3 diatas, faktor kekuatan diketahui mempunyai skor kekuatan sebesar 2.27 menunjukkan keunggulan kompetitif perusahaan yang didukung oleh kualitas produk, bahan baku segar, variasi menu, pelayanan ramah, dan kemampuan mengikuti tren. Sementara itu, skor kelemahan sebesar 1.23 mencerminkan kendala seperti ketergantungan pada pemasok, keterbatasan sumber daya, dan proses produksi yang terbatas. Dengan total skor internal 3.50 kekuatan perusahaan lebih dominan, memberikan posisi untuk memanfaatkan keunggulan dan memperbaiki kelemahan.

3. Analisis EFAS (*External Factors Analysis Summary*)

Total skor/ nilai analisis faktor-faktor dapat dilihat pada tabel berikut ini:

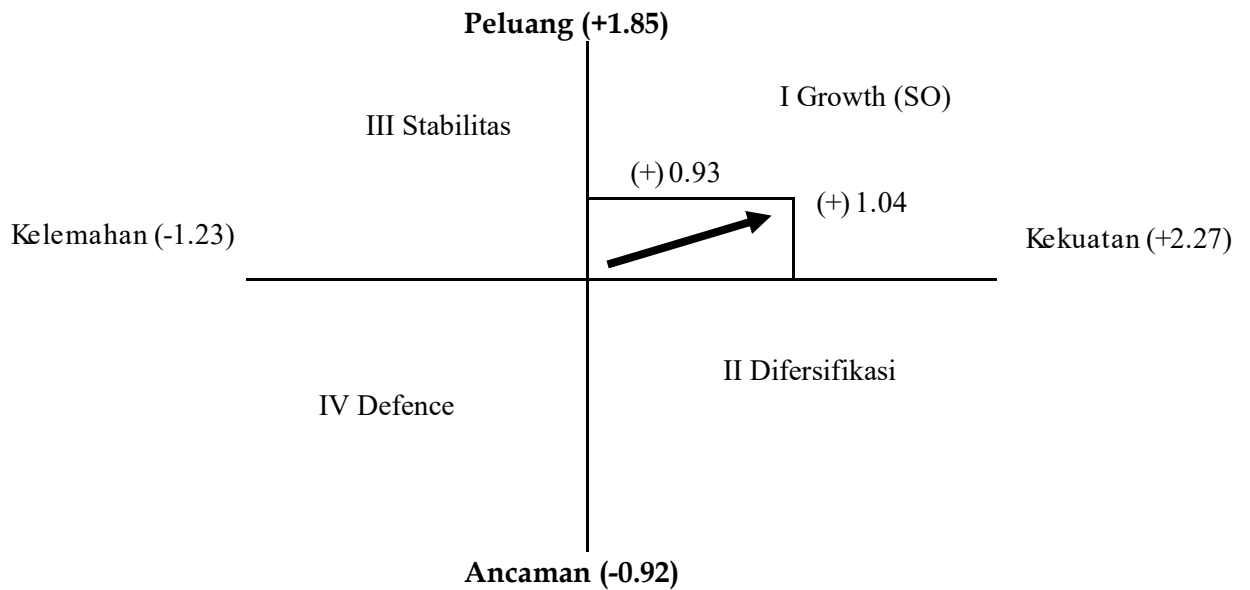
Tabel 4. EFAS Dapur Rumi

No.	Faktor-faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor
<i>Peluang (Opportunities)</i>				
1.	Konsumen sering membeli produk dengan jumlah banyak	0.23	4.00	0.92
2.	Media sosial digunakan untuk promosi	0.08	3.00	0.23
3.	Memiliki pelanggan tetap	0.23	3.00	0.69
	Sub Total	0.54		1.85
<i>Ancaman (Threats)</i>				
1.	Merasa terganggu adanya pesaing	0.15	2.00	0.31
2.	Memiliki produk sama dengan pesaing	0.23	2.00	0.46
3.	Peraturan dan kebijakan pemerintah	0.08	2.00	0.15
	Sub Total	0.46		0.92
	Total	1.00		2.77

Sumber: Data diolah Tahun 2024

Sesuai perhitungan pada tabel 4 diatas, diketahui bahwa faktor peluang memiliki total skor sebesar 1.85 menunjukkan potensi besar yang didukung oleh kebiasaan konsumen membeli dalam jumlah besar, efektivitas media sosial, dan pelanggan tetap. Sementara itu, skor ancaman sebesar 0.92 mencerminkan tantangan seperti persaingan produk serupa dan dampak kebijakan pemerintah, namun relatif lebih kecil dibandingkan peluang. Dengan total skor eksternal 2.77, perusahaan berada diposisi kuat guna memanfaatkan peluang sambil mengelola ancaman. Analisis SWOT Cartesian Chart merupakan langkah berikutnya dalam mengevaluasi faktor-faktor internal dan eksternal. Berdasarkan tabel IFAS dan EFAS, teridentifikasi bahwa selisih antara kekuatan dan kelemahan ialah 1.04, serta peluang dan ancaman memiliki selisih 0.93. Hal ini menjelaskan bahwa kekuatan dan peluang perusahaan lebih dominan dibandingkan kelemahan dan ancaman, sehingga perusahaan berada di kuadran I (Aggressive Strategy). Strategi yang disarankan meliputi inovasi produk dan diversifikasi untuk memperkuat daya saing.

Gambar 1 : Diagram Cartesius Analisis SWOT Dapur Rumi



Hasil diagram *Cartesius* analisis SWOT Dapur Rumi menunjukkan bahwa perusahaan memiliki peluang yang cukup besar dengan nilai positif (+1.85). Peluang ini mencerminkan potensi yang dapat dimanfaatkan oleh Dapur Rumi untuk berkembang, seperti tren permintaan yang meningkat atau kesempatan untuk memperkenalkan produk baru. Namun, di sisi lain, Dapur Rumi juga menghadapi beberapa ancaman dengan nilai negatif (-0.92). Ancaman ini bisa berupa persaingan yang ketat, perubahan preferensi pasar, atau faktor eksternal lainnya yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Dengan demikian, analisis SWOT ini memberikan gambaran jelas tentang posisi Dapur Rumi dalam pasar serta faktor-faktor yang perlu diwaspadai untuk menjaga pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.

Tabel 5. Diagram Rumusan Prioritas Matrik SWOT

IFAS EFAS	Strength (S)	Weakness (W)
	Strategi (SO)	Strategi (WO)
Opportunities (O)	$= 2.27 + 1.85$ $= 4.12$	$= 1.23 + 1.85$ $= 3.08$
Threats (T)	$= 2.27 + 0.92$ $= 3.19$	$= 1.23 + 0.92$ $= 2.15$

Berdasarkan perhitungan yang terdapat pada tabel 5 di atas, diperoleh skor kombinasi taktik dalam matrik SWOT sebagai berikut: SO (4.12), WO (3.08), ST (3.19), dan WT (2.15).

4. Analisis SWOT (Strength, Weaknesses, Opportunities, Threats)

Tabel 6. Analisis SWOT Dapur Rumi

IFAS EFAS	Strength : 1. Kualitas yang diberikan sesuai dengan harga. 2. Menggunakan bahan baku segar dan resep yang teruji. 3. Menghadirkan berbagai pilihan menu terbaru. 4. Pelayanan yang baik dan ramah 5. Mengikuti tren makanan dan kebutuhan pelanggan	Weaknesses : 1. Ketergantungan pada pemasok bahan baku. 2. Keterbatasan sumber daya. 3. Proses produksi yang terbatas.
Opportunities : 1. Konsumen membeli produk dengan jumlah banyak. 2. Media sosial digunakan untuk promosi. 3. Memiliki pelanggan tetap	Strategi SO: 1. Memberikan diskon atau bonus dalam pembelian dengan jumlah banyak 2. Memberikan paket diskon untuk menu baru di media sosial 3. Berkolaborasi dengan komunitas atau UMKM lainnya untuk Bermitra dengan komunitas lokal untuk menciptakan paket produk khas yang menggabungkan kue dengan kerajinan atau produk lokal lainnya, sehingga dapat meningkatkan nilai jual dan memperluas jangkauan pasar.	Strategi WO: 1. Eksplorasi distribusi misalnya, melalui toko oleh-oleh di sekitar Bandar Jaya. Sehingga memperluas akses pelanggan terhadap produk diluar jangkauan pemasaran utama. 2. Diversifikasi produk yang lebih sehat atau ramah diet untuk mengikuti tren gaya hidup sehat, sehingga dapat menarik segmen pasar yang lebih luas dan peduli dengan pola makan sehat.
Threats : 1. Merasa terganggu adanya pesaing. 2. Memiliki produk sama dengan pesaing. 3. Peraturan dan kebijakan pemerintah	Strategi ST : 1. Fokus pada bahan baku yang digunakan dengan kualitas yang bagus. 2. Perkuat citra merek sebagai produk lokal yang berkualitas dengan menonjolkan keunggulan bahan baku lokal dan cerita di balik produk, untuk membedakan dari persaingan dengan merek lain yang tidak fokus pada produk lokal.	Strategi WT : 1. Fokus pada pasar lokal dengan produk terjangkau untuk mengatasi persaingan dan keterbatasan produksi, sehingga tetap memenuhi permintaan tanpa biaya tambahan. 2. Optimalkan pemasaran dengan menggunakan promosi musiman atau paket hemat untuk menarik pelanggan, terutama selama musim ramai atau acara lokal, untuk meningkatkan penjualan dan mengurangi ketergantungan pada konsumen musiman.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil perhitungan dalam matriks IFAS dan EFAS, serta diagram Cartesius, dapat disimpulkan bahwa Dapur Rumi memiliki posisi yang cukup kuat untuk berkembang di pasar. Dalam matriks IFAS, faktor kekuatan perusahaan, yang meliputi kualitas produk yang sesuai dengan harga, penggunaan bahan baku segar, pelayanan yang ramah, serta kemampuan mengikuti tren pasar, mendapatkan skor total sebesar 2.27, menunjukkan keunggulan kompetitif yang dimiliki. Di sisi lain, faktor kelemahan, seperti ketergantungan pada pemasok bahan baku dan keterbatasan sumber daya, mendapatkan skor lebih rendah, yaitu 1.23, yang mengindikasikan area yang perlu diperbaiki. Matriks EFAS menunjukkan bahwa Dapur Rumi memiliki peluang besar dengan total skor 1.85, terutama dalam kebiasaan konsumen yang membeli produk dalam jumlah banyak, pemanfaatan media sosial untuk promosi, dan pelanggan tetap. Namun, perusahaan juga menghadapi ancaman dari persaingan yang ketat dan peraturan pemerintah, yang mendapatkan skor lebih rendah yaitu 0.92. Secara keseluruhan, total skor eksternal sebesar 2.77 menunjukkan bahwa peluang perusahaan lebih dominan dibandingkan dengan ancaman yang ada.

Hasil perhitungan ini kemudian digambarkan dalam diagram Cartesius, yang menempatkan Dapur Rumi pada *kuadran I (Strategi Agresif)*, yang berarti perusahaan memiliki posisi yang kuat untuk mengambil langkah-langkah ekspansif. Dengan selisih positif antara kekuatan dan kelemahan sebesar 1.04, serta selisih positif antara peluang dan ancaman sebesar 0.93, Dapur Rumi berada dalam posisi untuk memanfaatkan kekuatan dan peluang untuk memperkuat daya saingnya. Oleh karena itu, strategi yang disarankan untuk perusahaan adalah meningkatkan inovasi produk dan promosi, seperti menawarkan diskon atau paket promo untuk pembelian dalam jumlah banyak dan memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan produk baru. Kolaborasi dengan UMKM lokal juga bisa menjadi langkah yang baik untuk memperluas pasar dan menciptakan nilai tambah. Selain itu, perusahaan perlu fokus pada peningkatan kualitas produk dan diferensiasi dengan pesaing melalui branding yang menonjolkan produk lokal berkualitas. Untuk mengatasi kelemahan, Dapur Rumi bisa mengeksplorasi saluran distribusi alternatif, seperti toko oleh-oleh, serta mendiversifikasi produk dengan pilihan sehat dan ramah diet. Menghadapi ancaman persaingan, strategi yang tepat adalah fokus pada pasar lokal dengan produk yang lebih terjangkau dan menggunakan promosi musiman atau paket hemat untuk menarik pelanggan pada musim ramai atau acara lokal. Dengan langkah-langkah ini, Dapur Rumi dapat memanfaatkan potensi yang ada dan terus berkembang dalam menghadapi tantangan pasar.

Peneliti juga memberikan beberapa saran untuk beberapa pihak yang akan membutuhkannya yaitu:

1. Untuk Owner Dapur Rumi:

- Diversifikasi Sumber Pemasok: Mengurangi ketergantungan pada pemasok tunggal dengan mencari pemasok alternatif atau mempertimbangkan penggunaan bahan baku lokal yang lebih bervariasi, untuk memastikan kelancaran pasokan dan mengurangi potensi gangguan produksi.
- Eksplorasi Saluran Distribusi Baru: Memperluas akses pelanggan dengan membuka saluran distribusi alternatif, seperti toko oleh-oleh atau bekerja sama dengan bisnis lokal lainnya untuk menjangkau pasar yang lebih luas.
- Inovasi Menu Sehat: Mengembangkan varian menu yang lebih sehat atau ramah diet untuk mengikuti tren gaya hidup sehat, serta menarik segmen pasar yang lebih luas.

2. Untuk Perusahaan Lain (terutama di industri makanan dan minuman):

- Mengikuti Tren Pasar: Seperti yang ditunjukkan oleh Dapur Rumi, mengikuti tren makanan dan kebutuhan pelanggan sangat penting untuk mempertahankan daya saing. Perusahaan lain dapat memanfaatkan media sosial dan riset pasar untuk mengenali dan merespons tren yang sedang berkembang.
 - Meningkatkan Kualitas Pelayanan: Perusahaan lain juga sebaiknya memastikan pelayanan pelanggan yang ramah dan berkualitas, karena pelayanan yang baik merupakan salah satu faktor yang dapat memperkuat loyalitas pelanggan.
3. Untuk Peneliti Selanjutnya:
- Pendalaman pada Pengaruh Faktor Eksternal: Penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi lebih dalam tentang bagaimana kebijakan pemerintah dan regulasi pasar memengaruhi daya saing bisnis lokal, serta dampaknya terhadap strategi perusahaan di sektor makanan dan minuman.
 - Studi Lanjutan Tentang Kolaborasi dengan UMKM: Peneliti selanjutnya dapat meneliti lebih lanjut tentang efektivitas kolaborasi antara perusahaan makanan dan UMKM lokal dalam menciptakan produk bersama yang meningkatkan nilai jual serta memperluas jangkauan pasar, dan bagaimana hal ini berdampak pada pertumbuhan bisnis.

Referensi:

- Angel Fricilia, F., & Wulan, S. (2022). ANALISIS STRATEGI BISNIS UNTUK MEMPERTAHANKAN DAYA SAING PADA BENGKEL BODY REPAIR MIPA CHAMPION BANDAR LAMPUNG DI MASA PANDEMI COVID-19. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(6), 917-930. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i6.110>
- Diniaty, D., Kusumanto, I., Roza, F., Dinatul Husna, F., & Hartati, M. (2019). Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Ikan Salai Patin pada Kelompok XYZ Analysis Strategy Marketing in an Effort to Increase Sales Salai Patin Fish at XYZ Group. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 6(1). <https://doi.org/10.31289/jkbm.v5i2.3080>
- Angel Fricilia, F., & Wulan, S. (2022). ANALISIS STRATEGI BISNIS UNTUK MEMPERTAHANKAN DAYA SAING PADA BENGKEL BODY REPAIR MIPA CHAMPION BANDAR LAMPUNG DI MASA PANDEMI COVID-19. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(6), 917-930. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i6.110>
- Diniaty, D., Kusumanto, I., Roza, F., Dinatul Husna, F., & Hartati, M. (2019). Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Ikan Salai Patin pada Kelompok XYZ Analysis Strategy Marketing in an Effort to Increase Sales Salai Patin Fish at XYZ Group. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, 6(1). <https://doi.org/10.31289/jkbm.v5i2.3080>