

Analisis Peran Jaringan Bisnis terhadap Pengembangan Produk UMKM Kuliner: Studi Kualitatif pada Mie Jebew dan Dimsum Ares

Al'sha Prames Dita¹, Mega Nur Kartini^{2*}, Sulastris³, Resya Dwi Marselina⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Universitas Teknologi Digital Bandung

*E-mail: mega10122128@digitechuniversity.ac.id

Kata Kunci	Abstrak
Jaringan Bisnis; Pengembangan Produk; Strategi jaringan bisnis.	<i>Penelitian ini bertujuan menganalisis peran jaringan bisnis dalam pengembangan produk UMKM kuliner Mie Jebew dan Dimsum Ares di Pameungpeuk, Kabupaten Bandung. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh keterbatasan kajian empiris mengenai pemanfaatan jaringan bisnis informal pada UMKM kuliner di wilayah semi-perdesaan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Validitas data melalui triangulasi, sedangkan analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif yang didukung analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaringan bisnis informal melalui relasi sosial, pelanggan, pemasok, serta pemanfaatan platform digital dan layanan pesan antar online berperan penting dalam memperluas pemasaran, meningkatkan penjualan, dan menjaga keberlangsungan usaha. Meskipun belum dikelola secara formal, jaringan bisnis tersebut mampu meningkatkan daya saing UMKM. Penelitian ini memberikan manfaat praktis bagi pelaku UMKM dalam mengoptimalkan jaringan bisnis sebagai strategi pengembangan usaha.</i>
Keyword	Abstract
Business Networks; Product Development; Business Network Strategy.	<i>This study aims to analyze the role of business networks in product development among culinary MSMEs, namely Mie Jebew and Dimsum Ares, in Pameungpeuk, Bandung Regency. The study is motivated by the limited empirical research on the utilization of informal business networks among culinary MSMEs in semi-rural areas. A descriptive qualitative research method was employed, with data collected through observation, in-depth interviews, and documentation. Data validity was ensured through triangulation, while data analysis was conducted using descriptive qualitative analysis supported by SWOT analysis. The findings indicate that informal business networks established through social relationships, customers, suppliers, as well as the use of digital platforms and online food delivery services, play a significant role in expanding market reach, increasing sales, and sustaining business continuity. Although these business networks are not yet formally managed, they contribute to enhancing the competitiveness of MSMEs. This study provides practical contributions for MSME actors in optimizing business networks as a strategy for business development.</i>

PENDAHULUAN

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner semakin pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat serta kemajuan teknologi digital. Namun, tingginya tingkat persaingan menuntut pelaku UMKM untuk memiliki strategi yang tepat agar mampu bertahan dan berkembang. Salah satu strategi yang dinilai penting adalah pemanfaatan jaringan bisnis, baik yang bersifat formal maupun informal, dalam mendukung pengembangan produk, pemasaran, dan keberlangsungan usaha. Jaringan bisnis memungkinkan pelaku usaha memperoleh akses informasi, sumber daya, pasar, serta peluang kerja sama yang dapat meningkatkan daya saing usaha.

Menurut Pudjowati et al. (2023), Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja, memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat, berperan dalam pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong munculnya ide-ide kreatif yang dapat dikembangkan, serta berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional.

Sejalan dengan hal tersebut, Vinatra (2023) menyatakan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, dan pengurangan ketimpangan sosial. Hal ini menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya berperan secara ekonomi, tetapi juga memiliki kontribusi sosial yang signifikan.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji peran UMKM dan pentingnya jaringan bisnis, sebagian besar studi masih berfokus pada aspek pemasaran, digitalisasi, atau kinerja keuangan UMKM, khususnya di wilayah perkotaan. Kajian yang secara mendalam membahas peran jaringan bisnis seperti relasi sosial, pelanggan, dan pemasok dalam pengembangan produk UMKM kuliner di wilayah semi-perdesaan masih relatif terbatas. Selain itu, belum banyak

penelitian yang mengkaji bagaimana jaringan bisnis informal tersebut dimanfaatkan secara nyata dalam aktivitas operasional UMKM sehari-hari.

Mie Jebew dan Dimsum Ares merupakan UMKM kuliner yang beroperasi di Pameungpeuk, Kabupaten Bandung, yang mengandalkan jaringan bisnis informal melalui relasi sosial, pelanggan, pemasok, serta pemanfaatan platform digital dan layanan pesan antar online. Meskipun usaha ini menunjukkan perkembangan, pengelolaan jaringan bisnis belum dilakukan secara terstruktur, sehingga kontribusinya terhadap pengembangan produk belum dianalisis secara komprehensif. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang menekankan aspek makro UMKM, penelitian ini berfokus pada mekanisme jaringan bisnis pada satu UMKM kuliner secara mendalam.

Secara akademik, penelitian ini penting untuk memperkaya kajian ilmu manajemen, khususnya terkait jaringan bisnis dan pengembangan produk UMKM, dengan menghadirkan bukti empiris berbasis studi kasus lokal. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman konseptual mengenai peran jaringan bisnis informal dalam mendukung pengembangan produk UMKM kuliner. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM dalam mengoptimalkan jaringan bisnis sebagai strategi pengembangan usaha yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menyajikan gambaran secara mendalam dan faktual mengenai peran jaringan bisnis dalam pengembangan produk Mie Jebew dan Dimsum Ares di Pameungpeuk, Kabupaten Bandung. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman fenomena sosial serta strategi usaha yang dijalankan oleh

pelaku UMKM dalam konteks nyata.

Menurut Sugiyono (2017), pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari subjek yang diamati, serta dilakukan dalam kondisi alamiah dengan peneliti sebagai instrumen utama. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha sebagai narasumber utama yang memiliki keterlibatan langsung dalam pengelolaan dan pengembangan usaha, khususnya terkait pemanfaatan jaringan bisnis. Selain wawancara, pengumpulan data juga dilakukan melalui observasi dan dokumentasi untuk memperkuat informasi penelitian.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu:

- 1) Reduksi data, dengan menyeleksi dan memfokuskan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang relevan dengan tujuan penelitian;
- 2) Penyajian data, dengan menyusun data secara sistematis dalam bentuk narasi dan tabel agar mudah dipahami; serta
- 3) Penarikan kesimpulan dan verifikasi, dengan menginterpretasikan data untuk memperoleh makna mengenai peran jaringan bisnis dalam pengembangan produk UMKM.

Keabsahan data dijamin melalui teknik triangulasi. Menurut Moleong (2017), triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sumber atau metode lain sebagai pembanding terhadap data yang diperoleh, sehingga meningkatkan kredibilitas hasil penelitian.

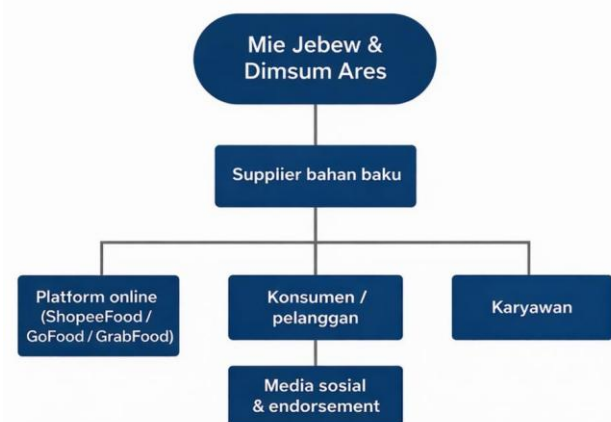
Analisis SWOT digunakan sebagai alat bantu dalam penelitian kualitatif untuk mengklasifikasikan temuan lapangan ke dalam faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman) usaha. Penggunaan SWOT secara ilmiah bertujuan untuk memperkuat analisis deskriptif dengan kerangka strategis, sehingga hasil penelitian tidak hanya bersifat

pemaparan fenomena, tetapi juga mampu menghasilkan rekomendasi strategis yang relevan bagi pengembangan UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jaringan Bisnis

Menurut Marselina et al. (2024), jaringan bisnis merupakan alat strategis yang dapat digunakan oleh pelaku usaha untuk mengembangkan bisnis melalui peningkatan penjualan, strategi pemasaran, serta perluasan relasi dan kerja sama.



Gambar 1 Flowchart Jaringan Bisnis pada Mie Jebew & Dimsum Ares

Berdasarkan hasil wawancara, Mie Jebew dan Dimsum Ares memiliki jaringan bisnis yang terbentuk secara bertahap melalui relasi sosial, kedekatan dengan pelanggan, serta pemanfaatan platform digital. Pola pembentukan jaringan tersebut menunjukkan bahwa jaringan bisnis tidak terbentuk secara instan, melainkan berkembang seiring dengan meningkatnya interaksi dan kepercayaan antara pelaku usaha dengan pihak-pihak terkait.

Temuan ini sejalan dengan teori network-based view yang menekankan bahwa keunggulan usaha dapat diperoleh melalui hubungan dan jaringan eksternal yang dimiliki pelaku usaha. Jaringan pertemanan, rekomendasi pelanggan, serta relasi sosial yang dimanfaatkan oleh Mie

Jebew dan Dimsum Ares terbukti berperan sebagai sumber daya strategis dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan produk usaha.

Pemanfaatan platform digital seperti Shopee Food, GoFood, dan GrabFood menunjukkan adanya perluasan jaringan bisnis berbasis teknologi. Temuan ini memperluas penerapan teori network-based view dalam konteks UMKM kuliner, di mana platform digital berfungsi sebagai perantara jaringan yang membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar tanpa harus bergantung pada jaringan fisik semata.

Selain itu, hubungan kerja sama dengan supplier bahan baku yang dibangun berdasarkan pembelian rutin dan rasa saling percaya mencerminkan pentingnya kualitas relasi dalam jaringan bisnis. Hal ini memperkuat pandangan teori jaringan bisnis bahwa hubungan jangka panjang dan kepercayaan menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan usaha, terutama dalam menghadapi ketidakpastian seperti fluktuasi harga bahan baku.

Produksi

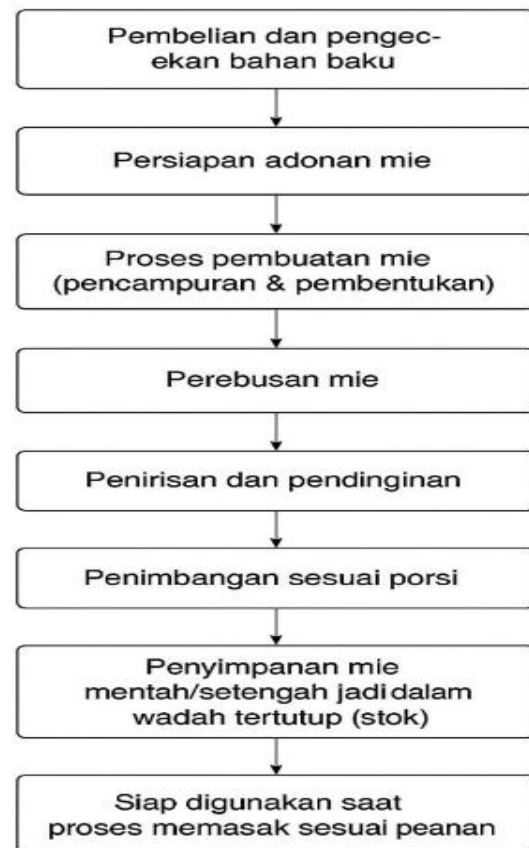
Menurut Marselina et al. (2024), produksi merupakan aktivitas utama dalam bisnis yang bertujuan menciptakan nilai tambah melalui pengolahan bahan mentah menjadi produk siap pakai yang bernilai ekonomi. Produksi juga mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan sumber daya secara optimal untuk meningkatkan daya saing.

Kegiatan produksi Mie Jebew dan Dimsum Ares dilakukan setiap hari selama jam operasional. Proses produksi diawali dengan persiapan bahan baku dan bahan setengah jadi, seperti mie mentah, frozen food, bumbu, dan bahan pendukung lainnya. Beberapa bahan utama, seperti bumbu dasar dan chili oil, diolah langsung oleh pemilik usaha.

Pemanfaatan jaringan bisnis, khususnya hubungan dengan supplier bahan

baku, berperan dalam menjaga ketersediaan bahan dan efisiensi produksi. Hubungan yang dibangun melalui pembelian rutin dan rasa saling percaya memungkinkan pemilik memperoleh bahan baku secara lebih stabil meskipun terjadi fluktuasi harga. Hal ini membantu menjaga kelancaran proses produksi dan mengurangi risiko keterlambatan atau kekurangan bahan.

Selain itu, pengolahan bumbu utama secara mandiri merupakan strategi untuk menjaga konsistensi kualitas produk. Dengan mengendalikan proses produksi inti, pemilik dapat memastikan rasa produk tetap stabil meskipun volume produksi meningkat. Proses memasak yang dilakukan saat pesanan diterima, baik untuk dine in maupun pesanan online, juga mendukung efisiensi operasional sekaligus menjaga kualitas produk agar tetap segar dan sesuai dengan standar yang ditetapkan.



Gambar 2 Alur Proses Produksi pada Mie Jebew & Dimsum Ares

Pengembangan Produk

Keunggulan kompetitif Mie Jebew dan Dimsum Ares tidak hanya terletak pada produk dan harga, tetapi juga pada kemampuan pemilik dalam membangun dan memanfaatkan jaringan bisnis. Jaringan yang terbentuk melalui relasi alumni sekolah, masyarakat lokal, pelanggan tetap, serta platform pesan antar online berperan penting dalam mendukung inovasi dan pengembangan produk.

Hubungan yang terjalin dengan pelanggan bersifat personal, di mana pemilik secara aktif menyimpan kontak pelanggan, menjaga komunikasi, serta merespons masukan yang diberikan. Masukan dari pelanggan tersebut menjadi sumber informasi penting dalam pengembangan produk, seperti penyesuaian tingkat rasa, variasi menu, dan penyempurnaan penyajian. Dengan demikian, jaringan bisnis tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran, tetapi juga sebagai media umpan balik (feedback) yang mendorong inovasi produk secara berkelanjutan.

Selain itu, keberadaan platform digital seperti ShopeeFood, GoFood, dan GrabFood memungkinkan pemilik usaha memantau tren permintaan dan preferensi konsumen secara lebih cepat. Hal ini membantu pemilik dalam menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar, sehingga pengembangan produk dapat dilakukan secara lebih responsif dan tepat sasaran.

Saluran Distribusi Pemasaran

Saluran distribusi dan pemasaran Mie Jebew dan Dimsum Ares dilakukan melalui penjualan langsung di kedai serta pemanfaatan platform layanan pesan antar online seperti ShopeeFood, GoFood, dan GrabFood. Lokasi kedai yang strategis di dekat sekolah dan pusat keramaian mendukung tingginya kunjungan pelanggan, khususnya pada jam-jam tertentu. Selain itu, pemasaran juga dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan WhatsApp

untuk menyampaikan informasi produk, promo, dan testimoni pelanggan, serta didukung oleh promosi dari mulut ke mulut.

Pemanfaatan platform digital berperan sebagai network enabler, yaitu pihak yang memfasilitasi terbentuk dan meluasnya jaringan bisnis antara pelaku usaha dan pelanggan. Melalui platform pesan antar online, Mie Jebew dan Dimsum Ares tidak hanya memperoleh saluran distribusi tambahan, tetapi juga akses terhadap jaringan pelanggan yang lebih luas tanpa harus membangun relasi secara langsung satu per satu. Platform digital memungkinkan produk menjangkau konsumen di luar area sekitar kedai dengan proses yang lebih cepat dan efisien.

Selain memperluas jangkauan pasar, platform digital juga mendukung efektivitas pemasaran melalui fitur promosi, sistem penilaian, dan ulasan pelanggan. Ulasan dan rating yang diberikan konsumen berfungsi sebagai sarana rekomendasi digital yang memperkuat kepercayaan calon pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa platform digital tidak hanya berperan sebagai media transaksi, tetapi juga sebagai penghubung jaringan yang memperkuat interaksi antara pelaku usaha dan konsumen.

Pemilik usaha juga menjaga hubungan dengan pelanggan melalui komunikasi personal dan pelayanan yang baik, baik secara langsung di kedai maupun melalui media digital. Kombinasi antara jaringan sosial, media sosial, dan platform digital memperkuat sistem distribusi dan pemasaran Mie Jebew dan Dimsum Ares, sehingga mampu meningkatkan loyalitas pelanggan serta mendukung keberlanjutan usaha.

Analisis SWOT

Menurut Kristanto et al. (2017), analisis SWOT merupakan alat analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor guna merumuskan strategi perusahaan.

Mashuri & Nurjannah (2020) dalam

Jannah et al. (2024), analisis SWOT memberikan pemahaman menyeluruh mengenai dinamika bisnis dengan membantu pelaku usaha memahami posisinya di pasar serta mengidentifikasi faktor-faktor kunci yang memengaruhi keberlangsungan usaha. Dengan mengevaluasi kekuatan internal, pelaku usaha dapat memanfaatkan keunggulan kompetitif untuk membedakan diri dari pesaing. Sementara itu, identifikasi kelemahan memberikan peluang untuk melakukan perbaikan operasional dan meminimalkan risiko di masa depan.

Berikut ini merupakan hasil analisis SWOT Kedai Mie Jebew dan Dimsum Ares sebagai berikut :

1. *Strengths* (kekuatan), harga menu terjangkau, variasi menu beragam, cita rasa pedas khas dengan bumbu buatan sendiri, hubungan personal dengan pelanggan yang meningkatkan loyalitas, serta lokasi strategis dekat sekolah dan area ramai.
2. *Weaknesses* (kelemahan), jumlah karyawan dan kapasitas produksi masih terbatas, ketergantungan pada supplier tertentu, serta kedai dan branding visual yang masih sederhana.
3. *Opportunities* (peluang), meningkatnya tren kuliner pedas di kalangan anak muda, peluang promosi melalui media sosial dan konten digital, kerja sama dengan komunitas dan event lokal, serta perluasan pasar melalui platform pesan antar online.
4. *Threats* (ancaman), persaingan usaha kuliner sejenis yang semakin ketat, kenaikan harga bahan baku, perubahan selera konsumen, serta ketergantungan pada layanan ojek online yang dapat memengaruhi kualitas pelayanan.

Berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal tersebut, selanjutnya disusun matriks strategi SWOT untuk merumuskan strategi pengembangan usaha.

Tabel 1. Matriks Strategi SWOT Kedai Mie Jebew dan Dimsum Ares

	Opportunities (O)	Threats (T)
Strengths (S)	SO Memanfaatkan harga terjangkau, variasi menu, dan cita rasa pedas khas untuk menarik segmen anak muda melalui promosi media sosial dan platform pesan antar online. Menjalin kerja sama dengan komunitas dan event lokal dengan mengandalkan lokasi strategis dan loyalitas pelanggan untuk memperluas jangkauan pasar.	ST Menggunakan keunggulan cita rasa khas dan hubungan personal dengan pelanggan untuk mempertahankan loyalitas di tengah persaingan usaha kuliner yang ketat. Menjaga kualitas produk secara konsisten guna mengantisipasi perubahan selera konsumen.
Weaknesses (W)	WO Memanfaatkan peluang promosi digital untuk memperkuat branding visual kedai meskipun dengan keterbatasan sumber daya. Mengoptimalkan kerja sama dengan komunitas dan event lokal untuk meningkatkan volume	WT Mengurangi ketergantungan pada supplier tertentu dengan mencari alternatif pemasok untuk menghadapi kenaikan harga bahan baku. Meningkatkan efisiensi operasional dan perencanaan usaha guna meminimalkan dampak persaingan dan ketergantungan

	produksi secara bertahap.	pada layanan ojek online.
--	---------------------------	---------------------------

Keuangan

Jaringan bisnis memiliki peran penting dalam mendukung peningkatan laba dan efisiensi biaya pada UMKM Mie Jebew dan Dimsum Ares. Pemanfaatan jaringan bisnis informal, seperti hubungan dengan pelanggan, pemasok, serta relasi sosial di lingkungan sekitar, berkontribusi langsung terhadap peningkatan volume penjualan dan pengendalian biaya operasional. Hubungan personal dengan pelanggan mendorong terbentuknya loyalitas serta promosi dari mulut ke mulut (word of mouth), sehingga usaha tidak memerlukan biaya promosi yang besar namun tetap mampu menjangkau konsumen baru. Kondisi ini berdampak pada efisiensi biaya pemasaran sekaligus peningkatan pendapatan usaha.

Selain itu, jaringan bisnis dengan pemasok memberikan keuntungan berupa kelancaran pasokan bahan baku dan potensi harga yang lebih stabil. Kepercayaan yang terbangun memungkinkan adanya fleksibilitas pembayaran serta mengurangi risiko keterlambatan produksi akibat kekurangan bahan baku. Hal tersebut

berkontribusi pada efisiensi biaya produksi dan meminimalkan pemborosan.

Pemanfaatan platform digital dan layanan pesan antar online sebagai bagian dari jaringan bisnis eksternal juga berperan dalam meningkatkan laba usaha. Platform tersebut memperluas jangkauan pasar tanpa memerlukan pembukaan cabang baru yang membutuhkan biaya besar. Peningkatan aksesibilitas usaha dan volume pesanan berdampak positif terhadap pertumbuhan pendapatan, yang tercermin dari kemampuan pemilik usaha untuk mengembangkan skala usaha.

Pada awal pendirian, Mie Jebew dan Dimsum Ares dijalankan dari rumah dengan modal awal sebesar Rp500.000,00 melalui sistem pre-order (PO), di mana seluruh kegiatan produksi dan pelayanan masih dilakukan secara mandiri. Seiring meningkatnya permintaan pelanggan, pemilik usaha mengembangkan usaha dengan menyewa ruko dan menambah modal sebesar Rp11.000.000,00 untuk pembelian peralatan dapur, perlengkapan kedai, meja kursi, serta biaya awal sewa. Keberadaan ruko meningkatkan aksesibilitas usaha dan kapasitas penjualan.

Tabel 2. Laporan Laba Rugi

LAPORAN LABA RUGI MIE JEBEW DAN DIMSUM ARES PERIODE 31 OKTOBER 2025		
Pendapatan:		
Penjualan	Rp 25.525.000,00	
Harga Pokok Penjualan	-Rp15.000.000,00	
Laba Kotor		Rp 10.525.000,00
Beban Usaha:		
Beban Operasional		
Biaya Gaji Karyawan	Rp 2.200.000,00	
Biaya Listrik	Rp 200.000,00	
Biaya Wifi	Rp 175.000,00	
Biaya Sewa Ruko	Rp 1.300.000,00	
Biaya Lain-lain	Rp 50.000,00	
Total Beban Operasional		-Rp3.925.000,00
Laba Bersih		Rp 6.600.000,00

Berdasarkan tabel tersebut, Mie Jebew dan Dimsum Ares memperoleh laba kotor sebesar Rp10.525.000,00 dan laba bersih sebesar Rp6.600.000,00 setelah dikurangi biaya operasional. Hasil ini menunjukkan bahwa usaha berada dalam kondisi keuangan yang stabil dan menguntungkan, dengan pengelolaan biaya yang cukup efektif serta penjualan yang berjalan baik melalui penjualan langsung maupun layanan pesan antar online. Jaringan bisnis yang dimanfaatkan terbukti berkontribusi dalam meningkatkan laba dan mendukung keberlanjutan usaha.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil mini riset pada usaha Mie Jebew dan Dimsum Ares, Berikut beberapa kesimpulan yang dapat di peroleh :

1. jaringan bisnis terbentuk melalui relasi sosial dan pemanfaatan media digital, seperti alumni sekolah, komunitas lokal, pelanggan tetap, serta platform layanan pesan antar online. Jaringan bisnis tersebut berperan sebagai sarana strategis dalam memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan akses konsumen terhadap produk.
2. Pemanfaatan jaringan bisnis memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan usaha, khususnya dalam meningkatkan penjualan, memperkuat loyalitas pelanggan, serta memperluas pasar. Hubungan personal dengan pelanggan dan komunikasi aktif melalui media sosial menjadi faktor pendukung utama dalam keberhasilan pemanfaatan jaringan bisnis.

Meskipun demikian, usaha ini masih menghadapi sejumlah tantangan, antara lain fluktuasi harga bahan baku, keterbatasan sumber daya manusia, dan persaingan usaha kuliner sejenis. Strategi yang diterapkan untuk mengatasi tantangan tersebut meliputi menjaga konsistensi kualitas rasa, memperluas variasi menu, meningkatkan kualitas pelayanan, serta mempertahankan

hubungan baik dengan supplier dan pelanggan. Secara teoretis, temuan ini mendukung pandangan bahwa jaringan bisnis merupakan sumber daya strategis bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Saran

Deskripsi saran di rumuskan berdasarkan hasil mini riset yang telah penulis lakukan, penulis memberikan beberapa saran yang di harapkan dapat membantu Mie Jebew dan Dimsum Ares dalam mengembangkan usahanya, yaitu sebagai berikut :

1. Pemilik usaha disarankan untuk terus mengembangkan jaringan bisnis secara lebih aktif melalui keterlibatan dalam komunitas UMKM, kerja sama dengan sekolah atau kegiatan lokal, serta peningkatan konsistensi promosi melalui media sosial guna memperluas jangkauan pasar.
2. Upaya menjaga loyalitas pelanggan perlu ditingkatkan melalui penerapan program sederhana, seperti promo rutin atau paket hemat, dengan tetap mengutamakan konsistensi kualitas rasa dan pelayanan sebagai faktor utama kepercayaan konsumen.
3. Pemilik usaha disarankan untuk melakukan pencatatan biaya dan penjualan secara lebih terstruktur guna mengantisipasi perubahan harga bahan baku serta mendukung pengambilan keputusan usaha. Penambahan atau pelatihan karyawan juga diperlukan untuk menjaga kelancaran proses produksi dan pelayanan, terutama pada jam operasional yang padat. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji peran jaringan bisnis UMKM menggunakan pendekatan kuantitatif atau membandingkan efektivitas jaringan sosial dan jaringan digital terhadap kinerja usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Jannah, M., Indraputri, A. J., & Puspita, V. E. (2024). *Pentingnya Analisis Swot dalam Suatu Perencanaan dan Pengembangan Bisnis*. 2(1), 9–17.
- Kristanto, T., Muliawati, E. C., Arief, R., & Hidayat, S. (2017). *Strategi Peningkatan Omset UKM Percetakan dengan Pendekatan Analisis SWOT*. November.
- Marselina, R. D., Nilamsari, A. C., Nurjaman, A., Jamal, F. N., & Ferdiana, I. S. (2024). *Analisis Strategi Jaringan Bisnis , Pemasaran dan Produksi Pada Produk Roll Cake “On a Roll .”* 2.
- Mashuri, & Nurjannah, D. (2020). *ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN DAYA SAING*. 1(1), 97–112.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (16th ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Pudjowati, J., Mas'adah, Wahyuni, S. T., Pudjiastuti, N., & Inayah, N. L. (2023). *Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Kreatif Asesoris “Cantik” Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Usaha Semasa Pandemi Pada Event Jatim Fair*. 4(2), 2519–2524.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Vinatra, S. (2023). *Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat*. 1(3).