

STRATEGI PENGUATAN EKOSISTEM UMKM YANG BERKELANJUTAN DI KABUPATEN BEKASI

Rizky Afnan Fadillah¹, Cahya Nur Hidayat², Ria Indriyati³

Corresponding author : twinkholic@gmail.com

INFO NASKAH

Riwayat Naskah :

Diterima April 2025

Diterima hasil revisi Mei 2025

Terbit Juni 2025

Kata Kunci :

UMKM

Micro Enterprises

UMKM Empowerment

UMKM Development

ABSTRACT

UMKM play an important role in the economy, with the aim of creating jobs, increasing income, reducing poverty, and promoting national economic growth. Despite their great potential, the development of UMKM in Bekasi Regency is still hampered by various obstacles, such as issues related to data collection, licensing, production, marketing, human resources, and capital access. Therefore, a comprehensive study is needed to develop UMKM in an integrated manner, which can serve as a guideline for the Bekasi Regency Government in enhancing the competitiveness and independence of UMKM in the region. Strategic steps for micro-business actors and the Bekasi Regency Government in developing micro-enterprises include improving access to capital through more accessible credit programs and providing financial management training. The government can organize skills training and promote the use of technology to enhance competitiveness. Based on the characteristics of Micro Enterprises and their actors spread across Bekasi Regency, several empowerment and development models can be applied in the form of formal and permanent institutions. By implementing these models, the empowerment and development of UMKM in Bekasi Regency can be carried out in a more structured and effective manner to support business growth and increase the contribution of UMKM to the local economy. These models include institutional approaches such as: industrial centers, clusters, business groups, incubators, Integrated Business Service Centers (PLUT), Productive Economic Enterprises – Joint Business Groups (UEP-KUBE), Regional Superior Product Promotion Centers, and Culinary and Souvenir Centers.

Keywords: *UMKM, Micro Enterprises, UMKM Empowerment, UMKM Development*

ABSTRAK

UMKM berperan penting dalam perekonomian, dengan tujuan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, mengurangi kemiskinan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Meskipun memiliki potensi besar, perkembangan UMKM di Kabupaten Bekasi masih

¹Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah, Kabupaten Bekasi, (email : twinkholic@gmail.com)

²Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah, Kabupaten Bekasi, (email : cahyonurhidayat1@gmail.com)

³Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah, Kabupaten Bekasi

terhambat oleh berbagai kendala, seperti masalah pendataan, perizinan, produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan permodalan. Oleh karena itu, perlu dilakukan kajian untuk mengembangkan UMKM secara terintegrasi, yang dapat menjadi pedoman bagi Pemerintah Kabupaten Bekasi dalam meningkatkan daya saing dan kemandirian UMKM di wilayah Kabupaten Bekasi.

Langkah strategis bagi pelaku usaha mikro dan Pemerintah Kabupaten Bekasi dalam pengembangan usaha mikro meliputi peningkatan akses modal melalui program kredit yang lebih mudah dan pelatihan manajemen keuangan. Pemerintah dapat mengadakan pelatihan keterampilan dan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan daya saing. Sesuai dengan karakteristik Usaha Mikro dan Pelaku Usaha Mikro yang tersebar di Wilayah Kabupaten Bekasi, maka memungkinkan dari beberapa model pendekatan untuk pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro untuk dapat diterapkan dalam bentuk kelembagaan yang formal dan permanen. Dengan menerapkan model pendekatan-pendekatan ini, pemberdayaan dan pengembangan UMKM di Kabupaten Bekasi dapat dilakukan secara lebih terstruktur dan efektif, guna mendukung pertumbuhan usaha, dan meningkatkan kontribusi UMKM terhadap perekonomian lokal, seperti model pendekatan kelembagaan; Sentra, Klaster, Kelompok, Inkubator, Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT), Usaha Ekonomi Produktif – Kelompok Usaha Bersama (UEP-KUBE), Pusat Promosi Produk Unggulan Daerah, dan Pusat Jajanan Kuliner dan Cenderamata.

Kata kunci : UMKM, Usaha Mikro, Pemberdayaan UMKM, Pengembangan UMKM

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan kegiatan usaha yang memberikan pelayanan ekonomi kepada masyarakat, yang bertujuan untuk penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat, pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat serta mendorong pertumbuhan ekonomi dalam mewujudkan stabilitas nasional dengan bentuk sebagai pilar utama ekonomi kerakyatan. UMKM memiliki potensi yang begitu besar namun kenyataannya terhadap pertumbuhan iklim usaha masih kurang optimal dikarenakan berbagai hambatan dan kendala dalam hal produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia, desain dan teknologi, dan permodalan serta iklim usaha.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah bertujuan untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan, menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan usaha mikro, kecil, dan menengah menjadi usaha yang tangguh dan mandiri, dan meningkatkan peran usaha mikro, kecil, dan menengah dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi, dan pengentasan rakyat dari kemiskinan dengan berpegang pada prinsip penumbuhan kemandirian, kebersamaan, dan kewirausahaan usaha mikro, kecil, dan menengah untuk berkarya dengan prakarsa sendiri, perwujudan kebijakan publik yang transparan, akuntabel, pengembangan usaha berbasis potensi daerah dan berorientasi pasar sesuai dengan kompetensi usaha mikro, kecil, dan menengah, peningkatan daya saing usaha mikro, kecil, dan menengah, dan penyelenggaraan perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian secara terpadu.

Berdasarkan Satu Data Provinsi Jawa Barat Kabupaten Bekasi bahwa jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di wilayah Kabupaten Bekasi sebanyak 311927 unit. Dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Kabupaten Bekasi terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh Pemerintah Kabupaten Bekasi yang terdiri dari:

1. Belum optimalnya standarisasi Bahan Baku Produk UMKM Kabupaten Bekasi
2. Masih rendahnya digital branding pada UMKM Kabupaten Bekasi

3. Belum adanya sentralisasi pemasaran produk UMKM Kabupaten Bekasi
4. Belum optimalnya pelatihan dalam pengembangan produk UMKM Kabupaten Bekasi.

Maksud dari kegiatan ini adalah mewujudkan UMKM naik kelas di Kabupaten Bekasi dengan kebijakan dan strategi secara berkelanjutan. Adapun tujuan kegiatan adalah sebagai berikut:

- a. Mendukung UMKM Kabupaten Bekasi naik kelas;
- b. Mewujudkan peran Pemerintah Daerah dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Bekasi
- c. Mendukung upaya pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan UMKM di Kabupaten Bekasi

Adapun target dan sasaran dari kegiatan penelitian ini adalah:

- a. Terumuskannya kebijakan dan strategi sebagai panduan pemerintah daerah dalam pengembangan UMKM naik kelas di Kabupaten Bekasi
- b. Terwujudnya UMKM naik kelas di Kabupaten Bekasi secara keberlanjutan.

Dan serangkaian kegiatan kajian ini lingkupnya adalah sebagai berikut:

- a. Identifikasi kesiapan UMKM naik kelas di Kabupaten Bekasi ;
- b. Analisis hambatan dan tantangan yang dihadapi UMKM untuk naik kelas di Kabupaten Bekasi;
- c. Perumusan kebijakan dan strategi pengembangan UMKM di Kabupaten Bekasi.

2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian campuran (*mixed method*). Penelitian metode campuran adalah pendekatan penelitian yang mengkombinasikan atau mengasosiasikan bentuk kualitatif dan bentuk kuantitatif. Pendekatan ini melibatkan fungsi dari dua pendekatan penelitian secara kolektif sehingga kekuatan penelitian semakin besar.

Jenis penelitian kombinasi yang digunakan adalah terpadu bersama-sama. Terpadu bersama-sama artinya metode ini diawali dengan mengumpulkan data kuantitatif dan kualitatif secara simultan atau bersama-sama. Tujuannya agar metode yang satu akan melengkapi metode yang lain dengan salah satu metode menjadi metode utama. Biasanya akan menghasilkan data yang saling melengkapi dan mendukung satu sama lain.

2.1 Metode Pengumpulan Data

Penelitian menggunakan beberapa jenis metode pengumpulan data, diantaranya Metode Observasi (pengamatan), Metode Angket/Kuesioner, Metode Dokumentasi dan Wawancara tematik.

2.2 Metode Analisis

Analisis data dalam penelitian metode campuran sangat berkaitan dengan jenis strategi yang dipilih. Analisis ini bisa dilakukan berdasarkan pendekatan kuantitatif (analisis angka-angka secara deskriptif dan inferensial) dan kualitatif (deskripsi dan analisis teks atau gambar secara tematik), atau antara dua pendekatan ini.

Prosedur analisis data dalam penelitian ini mengikuti proses yang harus dilakukan oleh peneliti sebagaimana pada jenis penelitian yang lain yang secara umum adalah mempersiapkan jenis data yang akan dianalisis, mengeksplorasi data, menganalisis data untuk menjawab pertanyaan penelitian, menampilkan dan memvalidasi data. Hanya saja

teknik analisis datanya tidak harus didahulukan yang kuantitatif atau kualitatif terlebih dahulu. Bisa saja analisis data kuantitatif membutuhkan analisis lebih dalam sehingga analisis data kualitatif kemudian digabungkan dalam waktu yang bersamaan, dan sebaliknya.

3. Hasil dan Pembahasan

Langkah strategis bagi pelaku usaha mikro dan pemerintah Kabupaten Bekasi dalam pengembangan usaha mikro meliputi peningkatan akses modal melalui program kredit yang lebih mudah dan pelatihan manajemen keuangan. Pemerintah dapat mengadakan pelatihan keterampilan dan pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan daya saing. Pemasaran produk juga perlu didorong melalui platform digital dan pameran lokal. Selain itu, simplifikasi regulasi dan percepatan proses izin sangat penting. Kolaborasi dengan sektor swasta untuk memberikan mentor dan jaringan bisnis dapat membantu pelaku usaha mikro berkembang lebih baik. Dukungan yang terintegrasi akan menciptakan ekosistem yang lebih kondusif bagi pertumbuhan UMKM.

1. Di Kabupaten Bekasi, terdapat beberapa pusat utama untuk cenderamata, oleh-oleh khas, dan kuliner, yaitu:
 - a. Sentra Cenderamata, cenderamata Bekasi bisa ditemukan di beberapa pusat kerajinan tangan, galeri dan pasar tradisional. Tempat-tempat ini menjual berbagai barang unik seperti kerajinan lokal dan souvenir khas Bekasi;
 - b. Oleh-Oleh Khas Bekasi, beberapa oleh-oleh khas Bekasi meliputi makanan seperti Dodol, Keripik Tempe dan aneka produk olahan tempe. Produk ini sering dijual di toko-toko khusus Oleh-oleh atau pasar tradisional di wilayah Bekasi;
 - c. Pusat Jajanan Serba Ada (Pujasera), pujasera atau pusat jajanan serba ada di Bekasi menawarkan berbagai pilihan makanapn, mulai dari masakan tradisional Indonesia hingga menu internasional. Beberapa lokasi populer adalah Pujasera di kawasan perbelanjaan besar seperti Summarecon Mall Bekasi dan Grand Metropolitan;
 - d. Tempat-tempat dan lokasi ini tersebar di 9 kecamatan di Wilayah Kabupaten Bekasi dan menjadi titik utama untuk mendapatkan cenderamata, oleh-oleh, dan menikmati kuliner khas Bekasi.
2. Hasil Pemetaan Potensi Lahan yang dapat digunakan untuk Lokasi Usaha Mikro secara bersama-sama di Kabupaten Bekasi, terdapat di 6 kecamatan; Kecamatan Cibitung terdapat potensi lahan usaha di 11 lokasi, Kecamatan Tambun Selatan terdapat potensi lahan usaha di 3 lokasi, Kecamatan Setu terdapat potensi lahan usaha di 5 lokasi, Kecamatan Sukatani terdapat potensi lahan usaha di 3 lokasi, Kecamatan Serang Baru terdapat potensi lahan usaha di 4 lokasi, dan Kecamatan Cibusah terdapat potensi lahan usaha di 3 lokasi;
3. Menimbang karakteristik Usaha Mikro dan Pelaku Usaha Mikro yang tersebar di Wilayah Kabupaten Bekasi, maka memungkinkan dari beberapa model pendekatan untuk pemberdayaan dan pengembangan Usaha Mikro untuk dapat diterapkan dalam bentuk kelembagaan yang formal dan permanen. Dengan menerapkan model pendekatan-pendekatan ini, pemberdayaan dan pengembangan UMKM di Kabupaten Bekasi dapat dilakukan secara lebih terstruktur dan efektif, guna mendukung pertumbuhan usaha, dan meningkatkan kontribusi UMKM terhadap perekonomian lokal, seperti model

pendekatan kelembagaan; Sentra, Klaster, Kelompok, Inkubator, Pusat Layanan Usaha Terpadu (PLUT), Usaha Ekonomi Produktif – Kelompok Usaha Bersama (UEP-KUBE), Pusat Promosi Produk Unggulan Daerah, dan Pusat Jajanan Kuliner dan Cenderamata;

4. Beberapa manfaat penerapan model pendekatan kelembagaan bagi pelaku usaha mikro, adalah:
 - a. Akses Modal, memudahkan pelaku usaha untuk mendapatkan pembiayaan melalui program dukungan;
 - b. Peningkatan Keterampilan, pelatihan yang ditawarkan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan manajemen usaha;
 - c. Jaringan dan Kolaborasi, mendorong kerjasama antar pelaku usaha, memperluas jaringan, dan peluang bisnis;
 - d. Pemasaran yang Lebih Baik, memfasilitasi promosi produk, meningkatkan visibilitas, dan menarik lebih banyak pelanggan;
 - e. Dukungan Teknis, memberikan bimbingan dan konsultasi untuk mengatasi tantangan operasional;
 - f. Inovasi Produk, mendorong inovasi dan diversifikasi produk untuk memenuhi kebutuhan pasar;
 - g. Stabilitas Usaha, memperkuat keberlanjutan usaha melalui pembentukan kelompok dan kerjasama;
5. Berdasarkan hasil pemetaan permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Bekasi saat ini, maka diperlukan beberapa arahan kebijakan dan strategi pelaksanaan yang dapat diterapkan oleh Pemerintah Kabupaten Bekasi, yang bertujuan untuk:
 - a. Meningkatkan Daya Saing UMKM, memperkuat kapasitas UMKM agar lebih kompetitif di pasar lokal dan global;
 - b. Memperluas Akses Pasar dan Pembiayaan, menghubungkan UMKM dengan pasar yang lebih luas dan sumber pembiayaan yang lebih beragam;
 - c. Meningkatkan Kualitas Produk dan Layanan, meningkatkan standar kualitas produk dan layanan yang ditawarkan oleh UMKM;
 - d. Menumbuhkan Inovasi dan Teknologi: Mendorong penggunaan teknologi dan inovasi dalam operasional UMKM;
 - e. Mendukung Pembangunan Ekonomi Lokal: Membantu pertumbuhan ekonomi lokal dan penciptaan lapangan kerja.
6. Secara spesifik arahan kebijakan operasional dan strategi yang dapat diambil oleh Pemerintah Kabupaten Bekasi, adalah:
 - a. Pendataan, diharapkan data UMKM dapat dikelola dengan lebih baik, meningkatkan akurasi dan relevansi informasi yang mendukung perencanaan dan pengembangan kebijakan yang efektif;
 - b. Perizinan, diharapkan proses perizinan untuk UMKM dapat menjadi lebih efisien, terjangkau, dan mudah diakses, sehingga mendukung pertumbuhan dan pengembangan sektor UMKM secara efektif;
 - c. Modal, diharapkan UMKM dapat mengatasi tantangan terkait modal, mendapatkan akses yang lebih baik ke pembiayaan, dan mendorong pertumbuhan serta keberlanjutan usaha mikro;
 - d. Sumber Daya Manusia, tujuannya adalah UMKM dapat mengatasi tantangan dalam manajemen SDM, meningkatkan keterampilan dan motivasi tenaga kerja, serta memperbaiki proses perekrutan dan retensi.

Hal ini akan berkontribusi pada peningkatan produktivitas dan keberhasilan jangka panjang UMKM;

- e. Standar Bahan Baku, tujuannya adalah UMKM dapat mengatasi tantangan terkait standar bahan baku, meningkatkan konsistensi produk, mengakses bahan baku berkualitas tinggi dengan harga wajar, dan memenuhi regulasi serta sertifikasi yang diperlukan. Hal ini akan membantu UMKM dalam mempertahankan kualitas produk dan daya saing di pasar;
- f. Kemasan Produk, tujuannya adalah UMKM dapat mengatasi tantangan terkait kemasan produk, meningkatkan daya tarik dan efektivitas kemasan, serta memastikan kualitas dan keamanan produk mereka di pasar;
- g. Kualitas Produk, tujuannya adalah UMKM dapat mengatasi berbagai permasalahan terkait kualitas produk, meningkatkan konsistensi, dan memenuhi standar kualitas yang diharapkan. Ini akan membantu UMKM untuk meningkatkan daya saing, kepuasan pelanggan, dan keberhasilan pasar mereka;
- h. Digital Branding, tujuannya adalah UMKM dapat mengatasi berbagai tantangan dalam digital branding, meningkatkan efektivitas pemasaran digital mereka, dan membangun kehadiran merek yang kuat di pasar *online*;
- i. Lokasi/Sentra Pemasaran, tujuannya adalah UMKM dapat mengatasi berbagai tantangan terkait pasar dan pemasaran, meningkatkan jangkauan pasar, dan memperkuat posisi mereka di pasar yang kompetitif. Ini akan membantu UMKM untuk mencapai dan mempertahankan pelanggan serta memperluas kehadiran mereka di pasar yang lebih luas.

4. Kesimpulan dan Rekomendasi

4.1. Kesimpulan

Dari temuan di lapangan dan hasil analisis data terkait dengan pengembangan UMKM, maka ada beberapa aspek yang disimpulkan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis data survei terhadap 100 operasional usaha mikro terdapat 3 kategori kinerja atau operasional usaha mikro; yaitu Kategori Tinggi ada sebanyak 4 Pelaku Usaha Mikro, Kategori Sedang ada sebanyak 31 Pelaku Usaha Mikro, dan Kategori Rendah ada sebanyak 65 Pelaku Usaha Mikro, hasil ini mengindikasikan bahwa ada kebutuhan mendesak untuk meningkatkan performa, terutama dalam digital branding dan pengembangan produk, terutama bagi responden yang berada dalam kategori rendah dan sedang, dan masih diperlukannya arahan kebijakan dan strategi yang tepat untuk pemberdayaan dan pengembangan UMKM ke depan;
2. Dalam pengembangan UMKM di Kabupaten Bekasi, masalah perizinan menjadi prioritas utama. Tanpa izin resmi, pelaku usaha tidak dapat beroperasi secara legal, mengakses modal, atau memenuhi standar kualitas. Masalah ini menghambat pertumbuhan dan keberlangsungan usaha mikro secara signifikan. Menyelesaikan masalah perizinan dengan cepat akan memberikan dasar yang kuat bagi penyelesaian permasalahan lainnya, seperti akses modal, pengembangan SDM, dan perbaikan kualitas produk.

3. Untuk Galeri UMKM Aeon Mall Cikarang Pusat, Pujasera Kawasan Industri MM2100 dan Galeri UMKM Gedung Juang 45 di Tambun Selatan muncul sebagai lokasi yang paling potensial untuk dikembangkan.
 - a. Galeri UMKM Aeon Mall Cikarang Pusat
 - Keunggulan, terletak di dalam mall dengan akses pasar yang luas dan trafik pengunjung tinggi. Menawarkan ruang tanpa biaya sewa bagi 112 pelaku UMKM, dengan beragam produk.
 - Potensi Pengembangan, mengoptimalkan ruang dan strategi promosi dapat meningkatkan keberhasilan UMKM di sini, serta membantu mereka menghadapi persaingan dan manajemen.
 - b. Pujasera Kawasan Industri MM2100
 - Keunggulan, lokasi strategis dalam kawasan industri yang sibuk, melayani pekerja dan masyarakat umum. Memiliki 45 usaha mikro dengan potensi pasar besar.
 - Potensi Pengembangan, pengelolaan dan promosi yang efektif dapat memaksimalkan potensi pasar dan meningkatkan daya tarik bagi pelaku usaha mikro.
 - c. Galeri UMKM Gedung Juang 45 di Tambun Selatan menawarkan platform strategis bagi 50 pelaku usaha mikro dengan beragam produk, termasuk kuliner, pakaian, kosmetik, dan skincare. Fasilitas multifungsi ini tidak hanya mempromosikan produk lokal tetapi juga berfungsi sebagai pusat kuliner dan oleh-oleh, sekaligus melengkapi museum sebagai destinasi budaya. Dukungan pemerintah dan integrasi yang baik menjadikan galeri ini sebagai aset penting untuk pengembangan UMKM di wilayah Bekasi.

Ketiga lokasi tersebut di atas memiliki peluang besar untuk pengembangan usaha dengan dukungan manajemen dan strategi pemasaran yang tepat. Kabupaten Bekasi memiliki berbagai potensi lokasi untuk pusat kuliner dan Oleh-Oleh di beberapa kecamatan, terutama di Cibitung, Tambun Selatan, Setu, Sukatani, Serang Baru, dan Cibarusah. Dengan banyaknya perumahan yang berkembang di wilayah-wilayah tersebut, terdapat peluang besar untuk mendirikan pusat kuliner yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat lokal dan pekerja.

4.2. Rekomendasi

Berdasarkan temuan dan pemetaan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha mikro di Kabupaten Bekasi, berikut ini beberapa rekomendasi yang anggap penting, adalah:

1. Untuk meningkatkan kinerja pelaku usaha mikro yang saat ini berada pada kategori rendah, fokuslah pada perbaikan dalam pelatihan keterampilan dan pengembangan strategi pemasaran. Investasikan dalam program pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dalam pengelolaan bahan baku, pemasaran, dan proses produksi. Optimalkan digital branding untuk meningkatkan visibilitas pasar. Selanjutnya, tingkatkan kualitas produk agar sesuai dengan standar pasar. Pendekatan ini akan membantu pelaku usaha mikro mencapai potensi maksimal dan memperbaiki kinerja mereka secara keseluruhan.
2. Untuk mengatasi masalah perizinan secara cepat dan efektif, pemerintah daerah harus menyederhanakan proses perizinan dengan sistem online yang mudah

diakses dan transparan. Sediakan bimbingan dan pelatihan mengenai regulasi dan prosedur izin untuk pelaku UMKM. Kolaborasi dengan lembaga terkait untuk mempercepat proses pengajuan izin dan memastikan kepatuhan. Selain itu, berikan bantuan hukum dan administrasi untuk mempermudah UMKM dalam memperoleh izin, sehingga mereka bisa beroperasi secara legal dan mengakses berbagai dukungan lainnya.

3. Sedangkan pada lokasi-lokasi yang menjadi pusat atau perkumpulan pelaku usaha mikro melakukan operasional usahanya, seperti:
 - a. Galeri UMKM Aeon Mall Cikarang Pusat, optimalisasi ruang dengan penataan tematik dan promosi aktif melalui media sosial dan acara khusus. Adakan pelatihan untuk pelaku UMKM dan dorong kolaborasi produk.
 - b. Pujasera Kawasan Industri MM2100, tingkatkan kenyamanan dan fasilitas dengan area makan yang bersih dan WiFi. Promosikan lewat media lokal dan kerja sama dengan perusahaan sekitar untuk menarik pelanggan tambahan.
 - c. Galeri UMKM Gedung Juang 45 di Tambun Selatan, ada beberapa yang dapat direkomendasikan adalah:
 - Pengembangan Pemasaran, fokus pada promosi yang intensif melalui kampanye digital dan event khusus seperti pameran dan festival untuk menarik lebih banyak pengunjung. Kembangkan strategi pemasaran yang memanfaatkan media sosial dan kerja sama dengan influencer lokal.
 - Kolaborasi dan Sinergi, bentuk kemitraan dengan pelaku usaha lokal dan institusi pendidikan untuk menyediakan pelatihan berkala, meningkatkan keterampilan dan kualitas produk UMKM.
 - Peningkatan Fasilitas, investasi dalam perbaikan fasilitas seperti area parkir, aksesibilitas, dan kenyamanan pengunjung untuk meningkatkan pengalaman secara keseluruhan.
 - Sistem Feedback, implementasikan mekanisme umpan balik dari pengunjung untuk evaluasi berkala, memungkinkan perbaikan terus-menerus pada layanan dan produk yang ditawarkan.
4. Untuk mengoptimalkan potensi ini, fokuskan pengembangan pusat kuliner dan oleh-oleh di kawasan perumahan padat seperti Cibitung dan Tambun Selatan. Bangun pusat yang terintegrasi dengan fasilitas modern dan area parkir yang memadai. Kembangkan strategi pemasaran lokal dan adakan event promosi secara rutin untuk menarik pengunjung. Kolaborasi dengan pengembang perumahan dan komunitas lokal untuk memastikan keterlibatan dan dukungan masyarakat.
5. Dari beberapa konsep model pendekatan pengembangan UMKM, model PLUT dan model Klaster mungkin menjadi yang paling relevan. PLUT dapat memberikan layanan yang komprehensif dan mendukung UMKM dalam berbagai aspek, sementara model Klaster dapat memanfaatkan potensi konsentrasi usaha sejenis di wilayah tersebut. Selain itu, model Pusat Promosi Produk Unggulan Daerah dan Pusat Jajanan Serba Ada dan Cenderamata juga dapat menjadi relevan, terutama jika ada produk atau kuliner lokal yang perlu dipromosikan lebih luas.

Menilai kebutuhan spesifik dan karakteristik UMKM di Kabupaten Bekasi serta melibatkan para pemangku kepentingan lokal akan membantu dalam menentukan model yang paling sesuai dan efektif.

Daftar Pustaka

- S Muhammad, Strategi Pemerintah: Manajemen Organisasi Publik, (Jakarta: Erlangga, 2013).
- https://spada.uns.ac.id/pluginfile.php/649912/mod_resource/content/1/Standarisasi%20dan%20Sertifikasi.pdf.
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2014 tentang Standarisasi dan Penilaian Kesesuaian, Pasal 1;
Victoria Br Simanungkalit, <https://bsn.go.id/main/berita/detail/11166/sni-untuk-peningkatan-mutu-produk-umkm-guna-pengadaan-barang-jasa-pemerintah>.
- Badan Standardisasi Nasional | Annual Report 2023.
- ISO 9001: Quality management systems – Requirements. Standar internasional yang mengatur persyaratan sistem manajemen mutu, termasuk pengelolaan kualitas bahan baku.
- Monczka, R. M., Handfield, R. B., Giunipero, L. C., & Patterson, J. L. (2020). Purchasing and supply chain management.
- Christopher, M., & Peck, H. (2004). Building the Resilient Supply Chain. *International Journal of Logistics Management*, 15(2), 1-14.
- ISO 22000: Standar internasional yang mengatur persyaratan sistem manajemen keamanan pangan, mencakup kesesuaian bahan baku.
- Lambert, D. M., & Stock, J. R. (1993). *Strategic logistics management*. McGraw-Hill.
- Montgomery, D. C. (2017). *Introduction to Statistical Quality Control* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Handfield, R., & Nichols, E. L. (1999). *Introduction to Supply Chain Management*.
- Slack, N., Brandon-Jones, A., & Johnston, R. (2019). *Operations Management* (9th ed.).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.).
<https://qontak.com/blog/digital-branding>.
- Dave Chaffey dan Fiona Ellis-Chadwick (2022). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*
- Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1997 tentang Dokumen Perusahaan, Pasal 1.
- UU No. 6 Tahun 2023 bagi UMKM tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2022 Nomor 238, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6841).
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- John W. Creswell, *Research Design*, h. 320-324.
- Narbuko, Cholid dan Abu Achmadi. 2001. *Metodologi Penelitian*. Jakarta. Bumi Aksara. h 76.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya. h 221-222.

- Nur Fadilah A; Sabaruddin G; Kamaluddin A; dalam JURNAL PILAR Volume 14, No. 1, Juni 2023; Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian.
- Creswell, John W. 2016. Research Design. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. h. 328.
- Riduan. 2004. Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula. Bandung: Alfabeta. h.71