

SKRIPSI

**PENGEMBANGAN EKONOMI BERKELANJUTAN PADA
UMKM KULINER LOKAL KOTA PAREPARE**



**PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**

2026 M / 1448 H

**PENGEMBANGAN EKONOMI BERKELANJUTAN PADA
UMKM KULINER LOKAL KOTA PAREPARE**



OLEH

**SITTI NUR HALISA
NIM: 2220203870231004**

Skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) pada
Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Ushuluddin, Adab dan
Dakwah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

**PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE**

2026 M / 1448 H

**PENGEMBANGAN EKONOMI BERKELANJUTAN PADA
UMKM KULINER LOKAL KOTA PAREPARE**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial
(S.Sos)**

OLEH:

**SITTI NUR HALISA
NIM: 2220203870231004**

**PROGRAM STUDI PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PAREPARE**

2026 M / 1448 H

PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan pada
UMKM Kuliner Lokal Parepare

Nama Mahasiswa : Sitti Nur Halisa

Nomor Induk Mahasiswa : 2220203870231004

Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Nomor: B-1510/In.39/FUAD.03/PP.00.9/06/2025

Disetujui Oleh:

Pembimbing Utama : Selvy Anggraini Syarif, M.Si.

NIP : 198910082020122014

Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah



Ushuddin Bakri, Lc., M. Fil. I

NIP. 197607132009121002

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan pada
UMKM Kuliner Lokal Parepare

Nama Mahasiswa : Sitti Nur Halisa

Nomor Induk Mahasiswa : 2220203870231004

Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Dasar Penetapan Pembimbing : Surat Penetapan Pembimbing Skripsi
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Nomor: B-1510/In.39/FUAD.03/PP.00.9/06/2025

Tanggal Kelulusan : 13 Juli 2026

Disahkan Oleh Komisi Penguji

Selvy Anggriani Syarif, M.Si. (Ketua)

Dr. Afidatul Asmar, M. Sos. (Anggota)

A. Nurul Mutmainnah, M. Si. (Anggota)



Mengetahui:

Dekan,
Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah




H. Muhsin Bakri, Lc., M. Fil.
NIP. 197607132009121002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

اَلْحَمْدُ لِلّٰهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلٰى اَشْرَفِ الْاَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِيْنَ وَعَلٰى اٰلِهِ وَاَصْحَابِهِ اَجْمَعِيْنَ اَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Atas limpahan rahmat dan karunianya sehingga penulis mampu menyelesaikan penelitian dalam bentuk karya tulis (skripsi) ini sebagai salah satu syarat pada tahapan penyelesaian studi dan memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam lingkup Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare. Terima kasih yang tak terhingga penulis haturkan kepada kedua orang tua tercinta, panutan sekaligus cinta pertama penulis, Bapak Abdul Azis Farid dan ibu tercinta Nurhaeda. Doa-doa tulus yang senantiasa dipanjatkan, yang menembus langit dan tak pernah terputus, menjadi kekuatan terbesar bagi penulis dalam menjalani proses penyusunan skripsi ini. Setiap tetes keringat, pengorbanan, dan kerja keras yang telah diberikan untuk mendidik, membimbing, serta memberikan kasih sayang yang tulus, motivasi, dan dukungan tanpa syarat, menjadi alasan utama penulis mampu bertahan dan melangkah setapak demi setapak dalam meraih mimpi.

Terima kasih karena selalu berada di sisi penulis dalam setiap keadaan dan menjadi alasan terkuat penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini hingga memperoleh gelar Sarjana. Semoga Allah Swt. senantiasa menganugerahkan kesehatan, umur yang panjang, kebahagiaan, serta rezeki yang berlimpah, agar di hari

tua kelak dapat menikmati kebahagiaan melihat anakmu ini mampu mewujudkan impiannya dan memberikan yang terbaik, baik di dunia maupun di akhirat. Wahai orang tuaku yang sangat penulis cintai, semoga Allah Swt. membalas segala pengorbanan kalian dengan pahala yang berlipat ganda.

Penulisan skripsi ini juga tidak akan terselesaikan tanpa peran dan bimbingan dari Ibu Selvy Anggriani Syarif, M.Si. selaku dosen pembimbing. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas arahan, nasihat, kesabaran, serta bimbingan beliau selama proses penyusunan skripsi ini, sehingga penelitian dan penulisan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Darmawati, S.Ag, M.Pd. sebagai Rektor IAIN Parepare,
Dr. Zulfa, M.Pd., Dr. Nurhikma, M. Sos.I., Dr. Kharuddin, S. Ag., M Pd.I. selaku wakil rektor I, II, III IAIN Parepare, serta Dr.H. Muhdin, S.Ag., M.Pd. I sebagai Kepala Biro AUK IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare
2. Bapak Dr. H. Muhiddin Bakri, Lc., M.Fil.I. sebagai Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Dr. Ahmad Yani, M.Hum., Dr. M. Ihsan Darwis, M.Si., Sebagai wakil dekan I,dan II Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa.
3. Bapak Wahyuddin Bakri, M. Si. sebagai ketua program studi Pengembangan Masyarakat Islam yang senantiasa memberikan motivasi, arahan dan kesempatan kepada penulis dalam berbagai hal selama studi di IAIN Parepare.

4. Dr. Afidatul asmar, M. Sos. sebagai Penasihat Akademik yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis selama melaksanakan studi di IAIN Parepare.
5. Ibu Dr. Afidatul Asmar, M. Sos. Penguji Utama dan Ibu Dr. Afidatul Asmar, M. Sos. Pebguji ke dua yang telah memberikan motivasi dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian.
6. Bapak/Ibu dosen Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang senantiasa mendidik penulis selama penulis menempuh pendidikan di IAIN Parepare.
7. Dr. Hj. Nurmi, S.Ag., M.A., beserta jajaran Staf Administrasi Akademik Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah yang telah banyak membantu penulis dalam tahap administrasi selama penulis studi di IAIN Parepare
8. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta jajarannya yang telah memberikan pelayanan khususnya dalam proses penyelesaian studi penulis dengan mengusahakan kelengkapan referensi yang tersedia.
9. Jajaran staf administrasi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah yang telah banyak membantu mulai dari proses menjadi mahasiswa sampai ke berbagai pengurusan untuk berkas penyelesaian studi.
10. Rekan-rekan seperjuangan pada Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam 2022 yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
11. Teman-teman KKN yang juga selalu memberikan dukung kepada saya.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari

kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bernilai ibadah disisi Allah SWT dan bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya, khususnya bagi mahasiswa IAIN Parepare.

Aamiin ya rabbal ‘alamin.

Parepare, 30 Juni 2026 M
15 Muharram 1448 H

Penyusun,



Sitti Nur Halisa
NIM : 2220203870231004



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini

Nama Mahasiswa : Sitti Nur Halisa
Nomor Induk Mahasiswa : 2220203870231004
Tanggal Lahir : Parepare, 21 Februari 2004
Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam
Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah
Judul Skripsi : Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan Pada
UMKM kuliner Lokal Kota Parepare

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari saya terbukti bahwa skripsi saya merupakan duplikat, tiruan, plagiat atau dibuat orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 30 Juni 2026

Penyusun,



Sitti Nur Halisa

NIM : 2220203870231004

ABSTRAK

Sitti Nur Halisa, 2026. *Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan Pada UMKM Kuliner Lokal Kota Parepare*. Skripsi Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, IAIN Parepare. Pembimbing: Selvy Anggriani Syarif, M.Si.

Penelitian deskriptif-eksploratif dengan pendekatan kualitatif ini bertujuan menganalisis pelaksanaan prinsip ekonomi berkelanjutan dan merumuskan strategi pengembangannya pada UMKM kuliner lokal di Kota Parepare. Melalui teknik *purposive sampling*, dipilih 10 informan pelaku UMKM yang beroperasi minimal 5 tahun, menggunakan bahan baku lokal minimal 60%, dan beromset bulanan minimal Rp 1.500.000,-. Data dihimpun via observasi, wawancara terstruktur, dan dokumentasi, lalu dianalisis menggunakan model interaktif Miles & Huberman serta matriks SWOT (IFAS dan EFAS).

Hasil penelitian menunjukkan pelaksanaan prinsip ekonomi berkelanjutan masih berada pada tahap *eco-efficiency defensif*. Pelaku usaha memiliki kesadaran lingkungan dasar, namun kendala modal dan struktur pasar membuat mereka tetap memprioritaskan profit jangka pendek. Ditinjau dari *Triple Bottom Line*, aspek ekonomi menjadi fokus dominan dengan manajemen tradisional (*bootstrapping*). Aspek sosial (*people*) tumbuh baik secara vertikal berbasis kepercayaan lokal (*social trust/manre rupa*) dengan pemasok, tetapi lemah dalam kolaborasi horizontal. Sementara itu, aspek lingkungan (*planet*) menjadi lini paling rapuh akibat ketergantungan pada kemasan plastik konvensional.

Analisis matriks internal-eksternal menghasilkan skor IFAS 2,40 dan EFAS 2,26, menempatkan ekosistem ini pada Kuadran IV (*Weakness-Threat*). Strategi prioritas yang dirumuskan meliputi: (1) memperkuat tata kelola UMKM melalui literasi keuangan, digitalisasi, dan kapasitas manajerial; (2) mengembangkan pemasaran digital berbasis identitas kuliner lokal; (3) memperkuat kemitraan kolaboratif *multi-stakeholder*; serta (4) mendorong praktik ramah lingkungan bertahap demi kemaslahatan ekonomi sesuai prinsip etika bisnis Islam Surah An-Nisa ayat 29.

Kata Kunci: Ekonomi Berkelanjutan, UMKM Kuliner Lokal, *Triple Bottom Line*, Analisis SWOT.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN KOMISI PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN KOMISI PENGUJI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	x
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
PEDOMAN TRASLITERASI	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Tinjauan Penelitian Relevan.....	13
B. Tinjauan Teori	19
C. Kerangka Konseptual	25
D. Kerangka Pikir.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	37
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
C. Populasi dan Sampel.....	38
D. Fokus Penelitian.....	43
E. Teknik Pengumpulan dan Analisis Data.....	43
F. Uji Keabsahan Data	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	49
A. Hasil Penelitian	49

B. Pembahasan	83
BAB V PENUTUP	124
A. Kesimpulan	124
B. Saran	128
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN-LAMPIRAN	139
BIODATA PENULIS	172

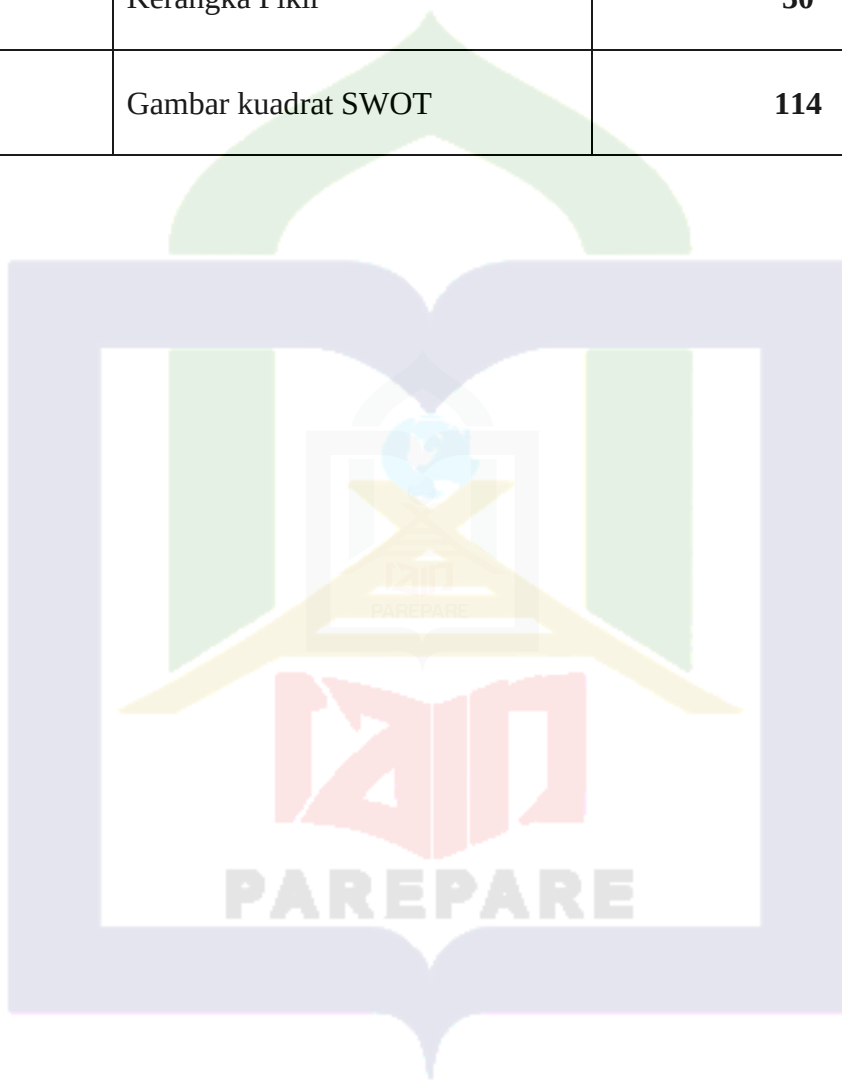


DAFTAR TABEL

No.Tabel	Judul Table	Halaman
1. 1.1	Daftar huruf-huruf arab dan Transliterasinya	Xv
2. 3.1	Informan Penelitian	42
3. 4.1	profil informan penelitian	50
4. 4.2	IFAS	110
5. 4.3	EFAS	113

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul Gambar	Halaman
1.	Kerangka Pikir	30
2	Gambar kuadrat SWOT	114



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran	Halaman
1	Surat Penetapan Pembimbing Skripsi	140
2	Surat Izin Penelitian Dari Kampus	141
3	Surat Izin Penelitian Dari Kantor Dinas Penanaman Modal Satu Pintu Kota Parepare	142
4	Surat Keterangan Selesai Meneliti	143-146
5	Pedoman Wawancara	147-154
6	Data Informan Penelitian	155
7	Surat Keterangan Wawancara	156-165
8	Turniting	167
9	Dokumentasi	168-172

PEDOMAN TRASLITERASI

1. Transliterasi Arab-Latin

a. Konsonan

Fonem konsonan dalam bahasa Arab yang diwakili oleh huruf dalam sistem penulisannya, dalam proses transliterasi ini ada yang diwakili oleh huruf, ada yang diwakili oleh tanda, dan ada juga yang diwakili kombinasi huruf dan tanda. Berikut adalah daftar huruf dalam bahasa Arab beserta transliterasinya ke huruf Latin:

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin:

Huruf	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	te
ث	Tha	Th	te dan ha
ج	Jim	J	je
ح	Ha	h	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	Dhal	Dh	de dan ha
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	zet

س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Shad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	ʿain	ʿ	Koma terbalik ke atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	,	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak diawal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apapun. Jika terletak ditengah atau diakhir, maka ditulis dengan tanda (').

b. Vokal

- 1) Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong. Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	a	a
ِ	Kasrah	i	i
ُ	Dammah	u	u

- 2) Vokal rangkap (*diftong*) bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َی	fathah dan ya'	ai	a dan i
َو	fathah dan wau	au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
َی َی	fathah dan alif atau ya'	a	a dan garis di atas
ِی	kasrah dan ya'	i	i dan garis di atas
ُو	dammah dan wau	u	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ	:	mata
رَمَى	:	rama
قِيلَ	:	qila
يَمُوتُ	:	yamutu

d. Ta Marbutah

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua:

- 1) *Ta marbutah* yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah [t]
- 2) *Ta marbutah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang terakhir dengan *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan *ha* [h].

Contoh :

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ	:	raudah al-atfa
الْحِكْمَةُ	:	al-hikmah

e. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan sebuah tanda tasydid (ـ) dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah.

Contoh:

رَبَّنَا	:	rabbana
نَجِّنَا	:	najjaina
الْحَقُّ	:	al-haqq
نُعِمْ	:	nu'ima
عَدُوٌّ	:	'aduwwun

Jika huruf ع ber- *tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ـِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi i.

Contoh:

عَلِيٌّ	:	'Ali (bukan 'Aliyy atau 'Aly)
عَرَبِيٌّ	:	'Arabi (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

f. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'arifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَة	: <i>al-zalزالah</i> (<i>az-zalزالah</i>)
الْفَلْسَفَة	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilaadu</i>

g. Hamzah

Aturan tranliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan akhir kata. Namun bila hamzah terletak diawalkata, iatidakdilambangkan, karena dalam Arabiaberupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'muruna</i>
النَّوْعُ	: <i>al-nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syai'un</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

h. Kata Arab yang Lazim digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sudah sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi diatas. Misalnya kata *Al-Qur'an* (dari *al-Qur'an*), *Sunnah*.

Namun bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka mereka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:

Fīẓilālal-qur'an
Al-sunnah qablal-tadwin
Al-ibāratbi'umumal-lafẓlābikhususal-sabab

***Lafẓal-Jalalah* (هلا)**

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jar dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mad ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *dinullah* بِاللَّهِ *billah*

Adapun *ta' marbutah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalalah*, di transliterasi dengan huruf [t].

Contoh:

فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fi rahmatillah*

i. Huruf kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga berdasarkan kepada pedoman ejaan Bahasa

Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang,tempat,bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (*al-*)maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (*Al*).

Contoh :

Wa ma Muhamadun illa rasul
Inna awwala baitin wudi'a linnasi lalladhi bi Bakkata mubarakan
Syahru Ramadan al-ladhi unzila fih al-qur'an
Nasir al-Din al-Tusi
Abu Nasr al-Farabi

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata *Ibnu* (anak dari) dan *Abu* (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh :

Abu al-Wahid Muhammad ibnu Rusyd, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd*
Abu al-Wahid Muhammad (bukan: *Rusyd*, *Abu al-Wahid Muhammad Ibnu*)
Nasr Hamid Abu Zaid,ditulismenjadi *Abu Zaid*,*Nasr Hamid* (bukan *Zaid*,*Nasr Hamid Abu*)

j. Singkatan

Beberapa singkatan yang dilakukan adalah sebagai berikut:

swt.	= <i>subhānahu wa ta'āla</i>
saw.	= <i>sallallahu 'alaihi wa sallam</i>
a.s.	= <i>'alaihi sallam</i>
H	= Hijriah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
QS.../...:4	= QS al-Baqarah/2:187 atau QS Ibrahim/ ..., ayat 4
HR	= Hadis Riwayat

Beberapa singkatan dalam bahasa Arab

صفحة = ص
 بدون مكان = دم
 صلوات الله عليه وسلم = صلعم
 طبعة = ط

Beberapa singkatan yang digunakan secara khusus dalam teks referensi perlu dijelaskan kepanjangannya, diantaranya sebagai berikut:

ed.: editor (atau, eds. [kata dari editors] jika lebih dari satu orang editor). Karena dalam bahasa Indonesia kata “editor” berlaku baik untuk satu atau lebih editor, maka ia bisa saja tetap disingkat ed. (tanpa s).

et al. “dan lain-lain” atau “dan kawan-kawan” (singkatan dari et alia). Ditulis dengan huruf miring. Alternatifnya, digunakan singkatan dkk. (“dan kawan-kawan”) yang ditulis dengan huruf biasa/tegak.

Cet: Cetakan. Keterangan frekuensi cetakan buku atau literatur sejenis.

Terj: Terjemahan (oleh). Singkatan ini juga untuk penulisan karya terjemahan yang tidak menyebutkan nama penerjemahnya.

Vol.: Volume. Dipakai untuk menunjukkan jumlah jilid sebuah buku atau ensiklopedia dalam bahasa Inggris. Untuk buku-buku berbahasa Arab biasanya digunakan juz.

No. : Nomor. Digunakan untuk menunjukkan jumlah nomor karya ilmiah berkala seperti jurnal, majalah, dan sebagainya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pembangunan ekonomi berkelanjutan telah menjadi paradigma pembangunan yang diadopsi secara global sebagai respons terhadap tantangan lingkungan, sosial, dan ekonomi yang semakin kompleks di abad ke-21. Konsep pembangunan berkelanjutan pertama kali diperkenalkan oleh *World Commission on Environment and Development (WCED)* melalui laporan "*Our Common Future*" tahun 1987 mendefinisikan pembangunan berkelanjutan sebagai pembangunan yang memenuhi kebutuhan generasi saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri¹. Paradigma ini kemudian berkembang menjadi kerangka kerja yang mengintegrasikan tiga pilar utama: pertumbuhan ekonomi, keadilan sosial, dan perlindungan lingkungan, yang dikenal sebagai konsep *Triple Bottom Line*².

Dalam konteks global, Perserikatan Bangsa-Bangsa melalui *Sustainable Development Goals (SDGs)* 2030 telah menetapkan 17 tujuan pembangunan berkelanjutan yang mencakup berbagai aspek kehidupan, termasuk pengentasan kemiskinan, ketahanan pangan, pertumbuhan ekonomi yang inklusif,

¹ World Commission on Environment and Development (WCED). *Our Common Future*. Oxford University Press. (1987).

² Elkington, J. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing. (1997).

dan pelestarian lingkungan³. Tujuan ke-8 SDGs secara khusus menekankan pentingnya "*Decent Work and Economic Growth*" yang mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, inklusif, serta kesempatan kerja yang produktif dan layak bagi semua⁴. Hal ini menunjukkan bahwa pembangunan ekonomi berkelanjutan bukan hanya menjadi agenda nasional, tetapi juga komitmen global yang harus diimplementasikan hingga tingkat lokal.

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, baik di tingkat global maupun nasional. Menurut data *International Labour Organization (ILO)*, UMKM menyumbang sekitar 70% dari total lapangan kerja global dan 50% dari Produk Domestik Bruto (PDB) dunia⁵. Di kawasan Asia-Pasifik, kontribusi UMKM terhadap PDB berkisar antara 40-60%. Keunggulan UMKM dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong inovasi, dan beradaptasi dengan perubahan pasar menjadikannya motor penggerak ekonomi yang penting dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia tahun 2023, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 65,5 juta unit usaha atau 99,99% dari total unit usaha yang ada⁶. Sektor UMKM menyumbang 61,07% terhadap PDB

³ United Nations. *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. UN General Assembly Resolution 70/1. (2015).

⁴ United Nations Development Programme (UNDP). *Sustainable Development Goals Report 2023*. UNDP Publications. (2023).

⁵ International Labour Organization (ILO). *Small and Medium Enterprises and Decent and Productive Employment Creation*. ILO Publications. (2023).

⁶ Kementerian Koperasi dan UKM RI. *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Usaha Besar Tahun 2023*. Jakarta: Kemenkop UKM RI. (2023).

nasional dan menyerap 97% dari total tenaga kerja Indonesia⁷. Kontribusi yang signifikan ini menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya berperan sebagai penyangga ekonomi, tetapi juga sebagai fondasi utama dalam struktur perekonomian Indonesia yang harus dikembangkan secara berkelanjutan.

Pemerintah Indonesia telah menunjukkan komitmen yang kuat terhadap pengembangan UMKM berkelanjutan melalui berbagai kebijakan dan program. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah menjadi landasan hukum yang mengatur pemberdayaan UMKM dengan prinsip-prinsip keberlanjutan⁸. Selanjutnya, Perpres No. 2 Tahun 2022 tentang Rencana Aksi Nasional Ekonomi Hijau 2021-2030 secara eksplisit mendorong transformasi UMKM menuju praktik bisnis yang ramah lingkungan dan berkelanjutan⁹. Program-program seperti KUR (Kredit Usaha Rakyat), digitalisasi UMKM melalui platform "*Proud Made in Indonesia*", dan inisiatif UMKM Go Green menunjukkan keseriusan pemerintah dalam mendorong pengembangan UMKM yang berkelanjutan¹⁰.

Konsep ekonomi berkelanjutan dalam konteks UMKM kuliner mencakup dimensi yang lebih luas dari sekadar profitabilitas ekonomi. Menurut Porter dan Kramer, penciptaan nilai bersama (*Creating Shared Value*) dalam bisnis kuliner harus

⁷ Badan Pusat Statistik Indonesia. *Statistik UMKM Indonesia 2023*. Jakarta: BPS. (2023).

⁸ Republik Indonesia. *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Sekretariat Negara. (2008).

⁹ Republik Indonesia. *Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2022 tentang Rencana Aksi Nasional Ekonomi Hijau 2021-2030*. Jakarta: Sekretariat Negara. (2022).

¹⁰ Kementerian Koperasi dan UKM RI. *Laporan Implementasi Program Digitalisasi UMKM 2023*. Jakarta: Kemenkop UKM RI. (2023).

mengintegrasikan nilai ekonomi dengan nilai sosial dan lingkungan¹¹. Dimensi ekonomi meliputi peningkatan produktivitas, efisiensi operasional, akses pasar, dan inovasi produk yang berkelanjutan. Dimensi sosial mencakup pemberdayaan masyarakat lokal, pelestarian budaya kuliner, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan kesejahteraan komunitas. Sementara dimensi lingkungan meliputi penggunaan bahan baku lokal, pengelolaan limbah, kemasan ramah lingkungan, dan praktik produksi yang tidak merusak ekosistem¹².

Ayat Al-Qur'an Surah An-Nisa ayat 29 memberikan landasan teologis yang kuat bagi pengembangan ekonomi berkelanjutan pada UMKM kuliner lokal di Kota Parepare. Pengembangan ekonomi berkelanjutan pada UMKM Kuliner Lokal Kota Parepare" karena memberikan landasan etika bisnis Islam dalam praktik perdagangan yang halal dan berkelanjutan. Dalam konteks UMKM kuliner lokal, ayat ini menegaskan pentingnya transaksi jual-beli yang didasarkan pada prinsip suka sama suka (*taradhi*) antara penjual dan pembeli, yang berarti harus ada transparansi harga, kejujuran dalam takaran dan kualitas produk kuliner dalam setiap transaksi. Prinsip "tidak memakan harta dengan cara batil" mengharuskan pelaku UMKM kuliner di Parepare untuk menjalankan usaha secara halal, mulai dari pemilihan bahan baku yang berkualitas, proses pengolahan yang higienis, hingga penetapan harga yang adil tanpa merugikan konsumen maupun pengusaha itu sendiri. Larangan "membunuh diri

¹¹ Porter, M. E., & Kramer, M. R. "Creating Shared Value in Food Industry: A Sustainable Business Approach." *Harvard Business Review*, (2019).

¹² Dyllick, T., & Hockerts, K. "Beyond the Business Case for Corporate Sustainability." *Business Strategy and Environment*, (2022). 441-456.

sendiri" dalam ayat ini dapat dimaknai secara luas sebagai larangan untuk melakukan praktik bisnis yang merusak keberlanjutan usaha, seperti persaingan tidak sehat, penggunaan bahan berbahaya, atau eksploitasi berlebihan terhadap sumber daya yang pada akhirnya akan menghancurkan usaha itu sendiri. Dengan demikian, pengembangan ekonomi berkelanjutan pada UMKM kuliner lokal harus mengintegrasikan nilai-nilai Islam ini melalui praktik perdagangan yang adil, transparan, dan bertanggung jawab, sehingga tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi jangka pendek tetapi juga menjamin keberlanjutan usaha, kesejahteraan masyarakat, dan keberkahan dalam setiap rezeki yang diperoleh.

Sebagaimana Allah berfirman dalam Q.S. An-Nisa/4:29.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبُطْلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا
أَنفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali (yang berupa) perdagangan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sungguh, Allah Maha Penyayang kepadamu."¹³

Penelitian yang dilakukan oleh Sari, Sulisty, dan Widyaningrum menunjukkan bahwa UMKM kuliner tradisional memiliki potensi besar untuk menerapkan strategi pembangunan berkelanjutan melalui tiga pendekatan utama: strategi ekonomi dengan diversifikasi produk dan pengembangan pasar digital, strategi sosial melalui pemberdayaan masyarakat lokal dan pelestarian budaya

¹³ Al-Qur'an dan Terjemahnya. Jakarta: Lajnah Pentashihan Al-Qur'an, Kementerian Agama RI, 2019.

kuliner, serta strategi lingkungan dengan penggunaan bahan baku lokal dan kemasan ramah lingkungan¹⁴. Seperti di kota Parepare yang memiliki banyak UMKM kuliner yang lahir, dirintis, dan berakar langsung dari sejarah kota parepare, serta berpotensi sejalan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan, misalnya UMKM kuliner Kota Parepare dalam konteks judul ini merujuk pada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah di bidang kuliner yang lahir, dirintis, dan berakar dari Kota Parepare. Secara akademik definisi tersebut sejalan dengan konsep *local entrepreneurship* atau *place-based entrepreneurship*, yaitu kewirausahaan dan bisnis memiliki karakteristik “tertancap” kuat pada lokasi tertentu-baik dalam hal identitas budaya, jaringan komunikasi, sumber daya lokal, maupun tujuan sosial-ekonomi yang ingin dicapai oleh komunitas tertentu. Definisi ini menekankan tiga aspek utama: pertama, asal-usul usaha yang memang murni dari Parepare (bukan cabang atau *franchise* dari luar); kedua, proses evolusi bisnis yang menunjukkan perjalanan dari tahap perintisan hingga mencapai stabilitas dan pertumbuhan di lingkungan lokal Parepare; dan ketiga, keberlanjutan usaha yang membuktikan kemampuan adaptasi dan resiliensi pelaku UMKM dalam menghadapi berbagai tantangan ekonomi, persaingan, dan perubahan pasar sepanjang waktu. UMKM ini menjadi representasi kewirausahaan lokal yang tidak hanya melestarikan identitas kuliner khas Parepare, tetapi juga berkontribusi pada ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja, dan menjadi bagian integral dari ekosistem bisnis serta budaya kuliner masyarakat Kota Parepare.

¹⁴ Sari, D. P., Sulisty, B., & Widyaningrum, R. "Strategi Pengembangan UMKM Kuliner Tradisional Berbasis Ekonomi Berkelanjutan di Kota Yogyakarta." *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, (2022), 145-162.

Es menjelaskan bahwa makanan tradisional bukan sekadar hidangan, melainkan cerminan nilai budaya, sejarah, dan warisan leluhur yang kuat dalam membangun identitas nasional suatu bangsa¹⁵. Oleh karena itu, hadirnya UMKM kuliner di kota Parepare dapat berperan sebagai pemersatu bangsa dan sumber kebanggaan, serta jembatan yang menghubungkan masyarakat dengan akar budaya mereka.

Perkembangan UMKM kuliner di Parepare didukung oleh terbentuknya sentra-sentra kuliner dan klaster usaha yang tersebar di berbagai lokasi strategis seperti UMKM Istana Kanse di Jalan Industri Kecil No.93 Bukit Indah Kecamatan Soreang¹⁶, Gerai Lengkong sebagai sentra kuliner dan oleh-oleh produk UMKM lokal, serta kawasan eks swalayan Cahaya Ujung di Jalan Bau Massepe yang diinisiasi pemerintah kota pada Januari 2025 sebagai pusat pengembangan UMKM dan sentra kuliner menjelang Ramadan, di mana konsentrasi spasial ini tidak hanya memudahkan akses konsumen tetapi juga mendorong transfer pengetahuan, inovasi antar pelaku usaha, dan memperkuat jaringan kemitraan lokal yang saling mendukung¹⁷. Namun demikian, UMKM kuliner di Kota Parepare masih menghadapi berbagai tantangan dalam implementasi konsep ekonomi berkelanjutan. Telah diidentifikasi beberapa permasalahan utama, antara lain: (1) keterbatasan akses

¹⁵ Esa, P. M. P., Kinaya, A. Y., Khalfani, T. A., Tasya, Z., & Supriyono. Peran Makanan Tradisional dalam Memperkuat Identitas Nasional. *Jurnal Budaya Nusantara*, (2024).

¹⁶ <https://www.pijarnews.com/istana-kanse-padukan-ikan-kelas-ekspor/> di akses Januari 2026.

¹⁷ Abatanews. (2025, 9 November). "Pemkot Parepare Gerakkan Ekonomi Warga Lewat Event Kampung Enjoy". Diakses dari <https://abatanews.com/pemkot-parepare-gerakkan-ekonomi-warga-lewat-event-kampung-enjoy/>

terhadap teknologi dan pasar digital yang berdampak pada jangkauan pasar yang terbatas; (2) rendahnya standardisasi kualitas produk dan kemasan yang mempengaruhi daya saing; (3) kurangnya kesadaran terhadap praktik produksi ramah lingkungan; (4) terbatasnya akses permodalan untuk pengembangan usaha; dan (5) lemahnya jaringan kemitraan antar pelaku UMKM¹⁸. Dari 5 poin tersebut dapat juga kita lihat di Kota Parepare antara lain (1) Tantangan keterbatasan akses terhadap teknologi dan pasar digital juga dialami oleh UMKM kuliner di Kota Parepare. mayoritas UMKM kuliner masih mengandalkan pemasaran konvensional dan belum optimal memanfaatkan platform digital seperti (*e-commerce*) dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar¹⁹. (2) Isu standardisasi kualitas produk dan kemasan merupakan permasalahan umum yang juga ditemukan pada UMKM kuliner Kota Parepare menemukan bahwa inkonsistensi kualitas produk dan kemasan yang kurang menarik menjadi faktor penghambat penetrasi pasar yang lebih luas, terutama ketika bersaing dengan produk industri besar²⁰. (3) UMKM kuliner di Sulawesi Selatan masih banyak menggunakan kemasan plastik sekali pakai, belum menerapkan manajemen limbah yang baik, dan kurang memperhatikan efisiensi penggunaan energi dalam proses produksi²¹. (4) Keterbatasan akses permodalan merupakan hambatan klasik yang terus dihadapi UMKM kuliner Kota Parepare. UMKM di

¹⁸ Studi Pendahuluan Peneliti. *Observasi dan Wawancara dengan Pelaku UMKM Kuliner Kota Parepare*. [Data Primer]. (2023).

¹⁹ Hasanuddin, R., & Fitriyani, S. (2020). Strategi digitalisasi UMKM kuliner di era revolusi industri 4.0: Studi kasus Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*

²⁰ Amalia, F., & Rahman, A. (2019). Analisis daya saing UMKM makanan tradisional dalam menghadapi pasar modern. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*

²¹ Hasan, M., Azis, M., & Hamid, N. (2021). Green UMKM: Implementasi praktik bisnis berkelanjutan pada UMKM kuliner di Sulawesi Selatan. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 19(1), 78-92.

Indonesia mengidentifikasi bahwa kesulitan akses kredit perbankan disebabkan oleh persyaratan agunan yang berat, suku bunga yang tinggi, dan prosedur administrasi yang rumit²². UMKM kuliner Parepare yang sebagian besar masih mengandalkan modal pribadi atau pinjaman informal dari keluarga dan rentenir, sementara akses terhadap kredit program pemerintah atau perbankan masih terbatas karena ketidakmampuan memenuhi persyaratan administratif dan jaminan yang diminta²³. (5) Lemahnya jaringan kemitraan antar pelaku UMKM juga menjadi karakteristik yang ditemukan pada ekosistem UMKM kuliner di Kota Parepare. Pola kompetisi yang cenderung individualistik dan kurangnya trust antar pelaku usaha menghambat terbentuknya kolaborasi yang saling menguntungkan dalam bentuk klaster atau koperasi UMKM²⁴.

Berdasarkan pada penjelasan tersebut, Permasalahan tersebut sejalan dengan temuan penelitian yang menunjukkan bahwa keberlanjutan UMKM kuliner tradisional dipengaruhi oleh kualitas produk, inovasi kemasan, pemasaran digital, dan dukungan pemerintah²⁵. Implementasi pendekatan *Triple Bottom Line* juga terbukti dapat meningkatkan profit, pemberdayaan masyarakat, dan aspek lingkungan melalui pengurangan limbah serta penggunaan bahan ramah lingkungan.²⁶

²²T ambunan, T. T. H. (2019). *Akses UMKM terhadap pembiayaan di Indonesia*. Jakarta: LP3ES.

²³ Kristiyanti, M. (2012). Peran strategic entrepreneurship dalam membangun daya saing UMKM menghadapi ASEAN Economic Community (AEC). *Jurnal EMBA*.

²⁴ Kristiyanti, M. (2012). Peran strategic entrepreneurship dalam membangun daya saing UMKM menghadapi ASEAN Economic Community (AEC). *Jurnal EMBA*

²⁵ Nugraha, F., Permatasan, I., & Hartono, R. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan UMKM kuliner tradisional di era modern. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*.

²⁶ Hidayah, N., Fauzi, A., & Marlina, L. (2020). Pengembangan kapasitas UMKM kuliner

Permasalahan utama yang dihadapi UMKM kuliner Parepare cukup kompleks dan saling berkaitan. Akibatnya, daya saing UMKM lokal belum optimal dan keberlanjutan usaha jangka panjang belum terjamin, meskipun terdapat sentra-sentra kuliner strategis dan program pemerintah yang saat ini menyiapkan penataan ulang pasar UMKM untuk mengoptimalkan aset dan aktivitas warga²⁷. Oleh karena itu penelitian ini hadir sebagai salah satu upaya memetakan strategi pengembangan ekonomi berkelanjutan di Parepare, sehingga ke depan UMKM kuliner Parepare tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga dapat menjadi model pengembangan yang berkelanjutan dan dapat direplikasi di daerah lain.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dalam penelitian ini terdapat dua rumusan masalah yang akan dibahas yaitu:

1. Bagaimana pelaksanaan prinsip ekonomi berkelanjutan oleh UMKM kuliner lokal di kota Parepare?
2. Apa strategi pengembangan ekonomi berkelanjutan yang dapat dilakukan UMKM Kuliner Lokal Kota Parepare?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

3. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan prinsip ekonomi berkelanjutan oleh UMKM kuliner lokal di kota Parepare.
4. Untuk mengetahui strategi pengembangan ekonomi berkelanjutan yang

tradisional melalui pendekatan Triple Bottom Line. *Jurnal Pembangunan Berkelanjutan*

²⁷ <https://parepare.terkini.id/2025/11/05/pemkot-parepare-siapkan-penataan-ulang-pasar-umkm-untuk-optimalikan-aset-dan-aktivitas-warga>

dapat dilakukan UMKM Kuliner Lokal Kota Parepare.

D. Manfaat Penelitian

Besar harapan peneliti agar penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca sekalian baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat memperkaya konsep ekonomi berkelanjutan yang selama ini lebih banyak dikaji pada perusahaan besar, dengan mengaplikasikannya pada konteks UMKM kuliner lokal. Hal ini akan menghasilkan kerangka teoretis baru tentang bagaimana prinsip-prinsip keberlanjutan (ekonomi, sosial, dan lingkungan) dapat diintegrasikan dalam skala usaha mikro, kecil, dan menengah, khususnya di sektor kuliner tradisional. Temuan ini akan memperluas pemahaman teoretis tentang model bisnis berkelanjutan yang sesuai dengan karakteristik dan keterbatasan UMKM di daerah.
- b. Hasil temuan dan metodologi dari penelitian ini dapat menjadi landasan untuk penelitian lebih lanjut yang lebih menyeluruh mengenai strategi pengembangan ekonomi berkelanjutan pada umkm kuliner lokal.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi berbagai pihak, yakni:

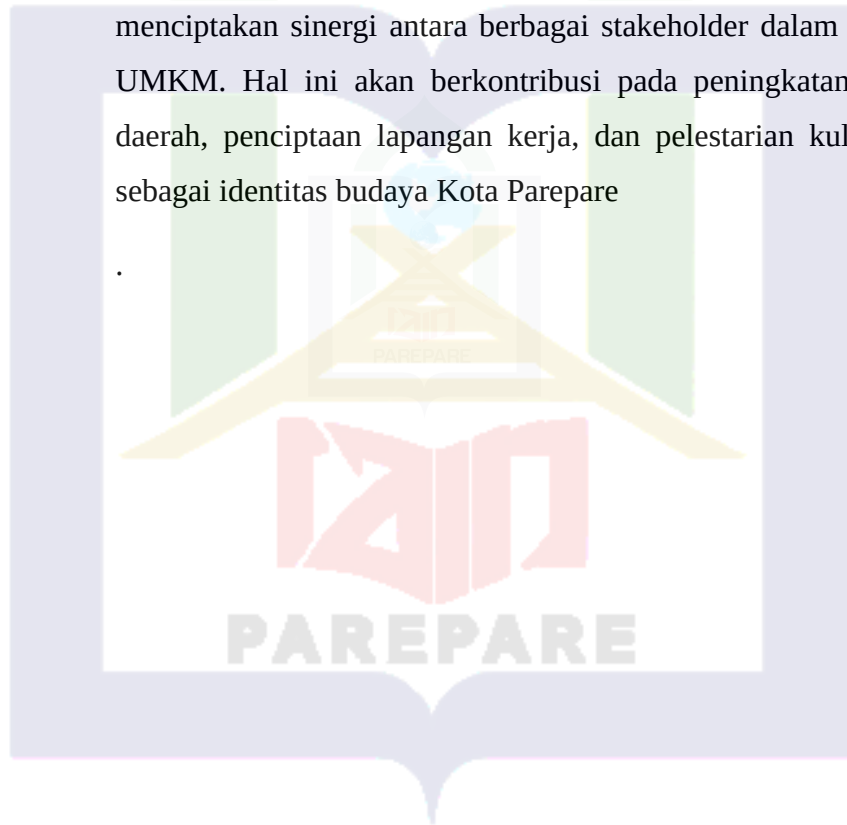
- a. Bagi pelaku UMKM kuliner lokal

Penelitian ini dapat memberikan wawasan dan informasi yang bagi para pelaku UMKM kuliner di Kota Parepare untuk menerapkan prinsip-prinsip ekonomi berkelanjutan dalam operasional bisnis mereka. Hasil penelitian dapat membantu UMKM dalam mengoptimalkan penggunaan bahan baku lokal, meningkatkan

efisiensi energi, serta mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan demikian, UMKM dapat meningkatkan daya saing, profitabilitas, dan keberlanjutan usaha jangka panjang.

b. Bagi pemerintah

Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan penting bagi pemerintah dalam mengevaluasi program pemberdayaan UMKM kuliner yang lebih terarah dan berkelanjutan. Hasil penelitian dapat menjadi dasar untuk mengalokasikan anggaran, menyusun regulasi yang mendukung, mengembangkan infrastruktur pendukung, serta menciptakan sinergi antara berbagai stakeholder dalam ekosistem UMKM. Hal ini akan berkontribusi pada peningkatan ekonomi daerah, penciptaan lapangan kerja, dan pelestarian kuliner lokal sebagai identitas budaya Kota Parepare



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Penelitian Relevan

Tinjauan penelitian relevan merupakan ulasan penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan topik atau variabel dengan penelitian Anda, berfungsi sebagai acuan, pembanding, dan penunjuk perbedaan untuk menunjukkan kebaruan penelitian Anda serta memperkuat landasan teori skripsi/tesis. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian penulis :

1. Dalam penelitian tahun 2020 yang ditulis Rina Kartika Sari, dkk, dengan judul "Pemberdayaan UMKM Kuliner Tradisional Melalui Pengembangan Kapasitas dan Jejaring Pemasaran di Sulawesi Selatan". Penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis efektivitas program pemberdayaan UMKM kuliner tradisional dan dampaknya terhadap peningkatan pendapatan pelaku usaha. Penelitian tersebut dikaji dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan *participatory action research*. Adapun temuan dari penelitian tersebut yakni diketahui bahwa program pemberdayaan yang paling efektif meliputi: (1) Pelatihan manajemen keuangan dan pembukuan sederhana yang meningkatkan literasi finansial pelaku UMKM sebesar 73%, (2) Pendampingan teknis dalam standardisasi produk dan kemasan yang meningkatkan nilai jual produk hingga 45%, (3) Pembentukan jejaring

pemasaran kolektif yang mampu memperluas akses pasar hingga ke tingkat regional. Program ini berhasil meningkatkan rata-rata pendapatan pelaku UMKM sebesar 68% dalam periode 12 bulan²⁸

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis kaji yaitu penelitian ini sama-sama bertujuan untuk menganalisis pengembangan UMKM kuliner lokal/tradisional. Adapun perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu yakni (1) Penelitian terdahulu menggunakan pendekatan participatory action research, sedangkan pada penelitian yang akan penulis lakukan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. (2) Penelitian terdahulu berfokus pada efektivitas program pemberdayaan, sedangkan pada penelitian yang akan penulis lakukan berfokus pada analisis komprehensif faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan ekonomi UMKM kuliner di Kota Parepare.

2. Dalam penelitian tahun 2021 yang ditulis Made Ayu Sinta Dewi dan I Ketut Sudibia dengan judul "Model Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis UMKM Kuliner untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Lokal". Penelitian tersebut bertujuan untuk mengembangkan model pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kuliner yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal secara berkelanjutan. Penelitian tersebut dikaji

²⁸ Rina Kartika Sari, Muhammad Arsyad, dan Wahyu Hidayat Rahman, "Pemberdayaan UMKM Kuliner Tradisional Melalui Pengembangan Kapasitas dan Jejaring Pemasaran di Sulawesi Selatan," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 6, no. 1 (2020): 89-102, <https://doi.org/10.24198/jpkm.v6i1.26754>.

dengan menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan *struktural equation modeling* SEM). Dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa (1) Inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap daya saing UMKM kuliner dengan koefisien sebesar 0,67, (2) Kualitas sumber daya manusia memiliki pengaruh langsung terhadap keberlanjutan usaha dengan koefisien sebesar 0,54, (3) Dukungan pemerintah dan akses permodalan menjadi faktor eksternal yang paling berpengaruh terhadap pengembangan UMKM kuliner dengan nilai koefisien masing-masing 0,48 dan 0,52²⁹

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis kaji, yaitu penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengembangan UMKM kuliner. Adapun perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu yakni (1) Penelitian terdahulu menggunakan metode SEM, sedangkan pada penelitian yang akan penulis lakukan menggunakan analisis deskriptif. (2) Penelitian terdahulu berfokus pada model pengembangan ekonomi kreatif secara umum, sedangkan pada penelitian yang akan penulis lakukan berfokus spesifik pada aspek keberlanjutan ekonomi UMKM kuliner lokal.

3. Dalam penelitian tahun 2022 yang ditulis Ahmad Fauzi Rahman dan Nurul

²⁹ Made Ayu Sinta Dewi and I Ketut Sudibia, "Model Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis UMKM Kuliner untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Lokal," *Jurnal Ekonomi dan Keuangan* 9, no. 4 (2021): 412-428, <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v9.i4.4692>.

Hidayati, dengan judul "Analisis Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Kuliner Pasca Pandemi Covid-19 di Kota Makassar". Penelitian tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan UMKM kuliner dan strategi adaptasi yang dilakukan pasca pandemi. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa keberlanjutan UMKM kuliner dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yakni (1) Adaptasi teknologi dan digitalisasi dalam sistem penjualan, (2) Diversifikasi produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang berubah, (3) Penguatan modal sosial melalui jaringan komunitas UMKM. Tingkat keberlanjutan UMKM kuliner di Kota Makassar tergolong pada kategori sedang dengan indikator finansial dan operasional menunjukkan resiliensi yang cukup baik³⁰

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis kaji, yaitu penelitian ini sama-sama menganalisis aspek keberlanjutan UMKM kuliner. Adapun perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu yakni (1) Penelitian terdahulu berfokus pada dampak pandemi Covid-19, sedangkan pada penelitian yang akan penulis lakukan berfokus pada pengembangan ekonomi berkelanjutan secara umum. (2) Lokasi penelitian

³⁰ Ahmad Fauzi Rahman and Nurul Hidayati, "Analisis Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Kuliner Pasca Pandemi Covid-19 di Kota Makassar," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 7, no. 3 (2022): 245-260, <https://doi.org/10.24252/jebi.v7i3.28945>.

terdahulu di Kota Makassar, sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan berlokasi di Kota Parepare dengan karakteristik geografis dan sosio-ekonomi yang berbeda.

4. Dalam penelitian tahun 2023 yang ditulis oleh Sri Wahjuni Latifah dan Noorlailie Soewarno, dengan judul "*The Environmental Accounting Strategy and Waste Management to Achieve MSME's Sustainability Performance*" yang diterbitkan dalam jurnal *Cogent Business & Management*, Vol. 10, No. 1, tahun 2023. Penelitian tersebut bertujuan untuk menguji pengaruh strategi akuntansi lingkungan terhadap kinerja keberlanjutan dan mengeksplorasi pengelolaan limbah sebagai mediasi antara strategi akuntansi lingkungan dengan kinerja keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode PLS-SEM digunakan untuk mengkaji penelitian ini. Data penelitian dikumpulkan dari 194 UMKM di Jawa Timur, Indonesia melalui kuesioner online dan offline³¹.

Kesamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis teliti adalah keduanya berfokus pada pengembangan UMKM kuliner lokal. Adapun perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu yakni Penelitian terdahulu lingkungan terhadap kinerja keberlanjutan dan mengeksplorasi pengelolaan limbah sebagai mediasi antara strategi akuntansi

³¹ Latifah, S. W., & Soewarno, N. (2023). The environmental accounting strategy and waste management to achieve MSME's sustainability performance. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2176444. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2176444>

lingkungan dengan kinerja keberlanjutan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

5. Dalam penelitian tahun 2024 yang ditulis oleh Siti Sharika dengan judul "Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Kuliner di Pamulang Barat" yang dipublikasikan dalam jurnal di Banten, penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan UMKM kuliner dalam meningkatkan daya saing UMKM. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis SWOT. Temuan penelitian tersebut menunjukkan beberapa strategi pengembangan UMKM kuliner, yaitu (1) inovasi produk yang menggabungkan cita rasa tradisional dengan sentuhan modern; (2) pemanfaatan pemasaran digital melalui platform *e-commerce* dan media sosial untuk memperluas pasar; (3) penguatan ekosistem pendukung melalui kolaborasi antara pelaku UMKM, pemerintah, dan lembaga terkait; (4) inovasi kemasan ramah lingkungan sebagai bagian dari upaya keberlanjutan lingkungan³².

Kesamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan penulis lakukan adalah keduanya berfokus pada pengembangan UMKM kuliner lokal. Adapun perbedaan penelitian penulis dengan penelitian terdahulu adalah penelitian terdahulu lebih menekankan pada aspek inovasi produk, pemasaran digital, dan kolaborasi untuk daya saing, serta termasuk aspek lingkungan melalui kemasan ramah lingkungan, sedangkan penelitian yang akan penulis

³² S. Sharika, "Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Kuliner di Pamulang Barat," J. Polteksahid, vol. 2024, pp. 1-15, 2024.journal.ikopin

lakukan berfokus pada aspek keberlanjutan ekonomi secara komprehensif di UMKM kuliner lokal Kota Parepare.

B. Tinjauan Teori

a. Teori Model Bisnis Berkelanjutan (Stubbs & Cocklin)

Model bisnis berkelanjutan oleh Stubbs dan Cocklin merupakan kerangka kerja yang mengintegrasikan tiga dimensi keberlanjutan yaitu ekonomi, lingkungan, dan sosial *Triple Bottom Line* ke dalam strategi dan operasional bisnis. Teori ini menekankan bahwa organisasi harus menciptakan nilai tidak hanya untuk pemegang saham, tetapi juga untuk semua pemangku kepentingan termasuk masyarakat dan lingkungan³³. Menurut Stubbs dan Cocklin, model bisnis berkelanjutan terdiri dari beberapa komponen utama:

b. Proposisi Nilai Berkelanjutan

1. Menawarkan produk atau layanan yang memberikan manfaat ekonomi, lingkungan, dan sosial.

Aspek Ekonomi (Profit) berfokus pada penciptaan nilai finansial yang berkelanjutan — bukan sekadar mengejar laba jangka pendek. Ini mencakup efisiensi operasional, inovasi produk yang berdaya saing, penciptaan lapangan kerja, serta distribusi manfaat ekonomi yang merata bagi seluruh pemangku kepentingan, mulai dari pemegang saham, karyawan, hingga komunitas lokal.

³³ Stubbs, W., & Cocklin, C. Conceptualizing a "sustainability business model". *Organization & Environment*, 21(2), 103-127. (2008). <https://doi.org/10.1177/1086026608318042>

Aspek Sosial (*People*) menekankan tanggung jawab bisnis terhadap manusia — karyawan, konsumen, dan masyarakat sekitar. Ini meliputi kondisi kerja yang adil dan aman, penghormatan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasok, kesetaraan dan inklusi, serta pemberdayaan komunitas lokal. Bisnis yang kuat secara sosial membangun kepercayaan jangka panjang dan loyalitas dari semua pihak yang terlibat.

Aspek Lingkungan (*Planet*) menuntut bisnis untuk meminimalkan dampak negatif terhadap ekosistem. Ini diwujudkan melalui, efisiensi penggunaan energi dan sumber daya alam, pengelolaan limbah berbasis ekonomi sirkular, serta perlindungan keanekaragaman hayati — memastikan bahwa kegiatan bisnis hari ini tidak mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Ketiga aspek ini tidak berdiri sendiri; keberhasilan sejati hanya tercapai ketika bisnis mampu menyeimbangkan ketiganya secara bersamaan.

Triple Bottom Line mendefinisikan kembali nilai untuk tidak hanya fokus pada produk atau layanan akhir tetapi juga untuk memperhitungkan biaya sistemik pengiriman barang, dengan tujuan meningkatkan kualitas ekonomi dan sosial dari kehidupan sambil membatasi dampak pada lingkungan.

2. Mengintegrasikan pertimbangan keberlanjutan dalam setiap tahap pengembangan produk.

Siklus hidup produk didasarkan pada prinsip untuk mencegah polusi oleh aktivitas proses produksi yang dapat mengganggu kelestarian alam, menggunakan sumber daya alam seminimal mungkin serta memperbaiki kualitas produk.

Pemilihan bahan dan pengalaman desainer berpengaruh signifikan terhadap keberhasilan produk *eco-design*, sehingga perusahaan perlu memberi perhatian serius terhadap pengembangan kemampuan desainer dan seleksi material yang berkelanjutan sebagai elemen kunci dalam strategi desain.

3. Menciptakan *value proposition* yang resonan dengan kebutuhan masyarakat lokal.

Value propositions adalah alasan mengapa pelanggan memilih satu perusahaan dari pada yang lain, terdiri dari gabungan produk atau jasa tertentu yang memenuhi kebutuhan segmen pelanggan tertentu dengan komponen: kinerja, sifat baru, penyesuaian, penyelesaian tugas, desain, merek/status, harga, kenyamanan, kegunaan, dan pengurangan biaya dan risiko.

Ekonomi: *Value proposition* memberikan keuntungan ekonomi melalui efisiensi biaya dan peningkatan pendapatan. Contohnya, Gojek menawarkan layanan ojek online dengan harga terjangkau dan transparan sehingga masyarakat dapat menghemat biaya transportasi sehari-hari dibandingkan menggunakan taksi konvensional.

Sosial: *Value proposition* berkontribusi pada pemenuhan kebutuhan berbagai lapisan masyarakat secara merata. Contohnya, Alfamart dan Indomaret hadir hingga ke pelosok perumahan sehingga masyarakat dari berbagai kalangan dapat dengan mudah mengakses kebutuhan sehari-hari tanpa harus pergi jauh ke pasar atau supermarket besar.

Lingkungan: *Value proposition* mendorong inovasi produk yang lebih ramah lingkungan. Contohnya, Aqua melalui program *Aqua Peduli* menggunakan kemasan

botol daur ulang dan mendorong pelanggan untuk mengembalikan botol bekas, sehingga mengurangi sampah plastik di lingkungan sekitar.

UMKM memiliki fleksibilitas, kreativitas, dan adaptabilitas untuk menjawab kebutuhan pasar dan memberikan kesempatan bagi individu untuk berinovasi dan mengembangkan keterampilan, dengan fokus yang lebih besar pada kebutuhan konsumen.

b. Struktur Jaringan Berkelanjutan

1. Membangun kemitraan dengan supplier yang menerapkan praktik berkelanjutan.

Dalam proses pemilihan pemasok, perusahaan perlu menerapkan kriteria keberlanjutan seperti penggunaan energi terbarukan, pengurangan emisi, dan manajemen limbah yang baik. Penilaian berkala terhadap kinerja lingkungan dan sosial supplier dilakukan melalui audit dan verifikasi secara rutin. Perusahaan juga dapat membantu supplier meningkatkan standar keberlanjutan melalui program pelatihan dan dukungan teknis. Selain itu, transparansi rantai pasok perlu dijaga dengan memastikan keterlacakan bahan baku dari sumber hingga produk akhir.

2. Mengembangkan jejaring dengan komunitas lokal dan organisasi non-profit.

Membangun hubungan kolaboratif dengan masyarakat sekitar dan lembaga non-pemerintah untuk menciptakan dampak sosial positif. Perusahaan dapat mengembangkan program CSR yang partisipatif dengan melibatkan masyarakat sejak tahap perencanaan hingga pelaksanaan. Kemitraan strategis dengan NGO dapat

dibangun untuk berkolaborasi dalam berbagai isu seperti konservasi lingkungan, pendidikan, atau kesehatan.

Pemberdayaan ekonomi lokal dilakukan melalui perekrutan tenaga kerja dari masyarakat setempat dan pembelian produk dari UMKM lokal. Perusahaan juga perlu membuat mekanisme dialog rutin melalui forum komunikasi dengan pemangku kepentingan lokal. Selain itu, investasi sosial dapat diarahkan untuk mendukung pembangunan infrastruktur dan fasilitas publik yang dibutuhkan komunitas.

3. Menciptakan ekosistem bisnis yang saling mendukung keberlanjutan.

Membangun sistem bisnis terintegrasi di mana berbagai pihak (perusahaan, supplier, pelanggan, kompetitor, regulator) bekerja sama untuk mencapai tujuan keberlanjutan bersama.

c. **Model Pendapatan Berkelanjutan**

1. Mengembangkan sumber pendapatan yang tidak merusak lingkungan.

UMKM kuliner harus membangun model bisnis yang menghasilkan keuntungan tanpa mengorbankan kelestarian lingkungan. Ini mencakup penggunaan bahan baku lokal yang diproduksi secara berkelanjutan, minimalisasi limbah makanan, penerapan kemasan ramah lingkungan, dan efisiensi energi dalam proses produksi. Prinsipnya adalah memastikan aktivitas usaha hari ini tidak mengurangi kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka. Sinergi antara efisiensi operasional dan kebutuhan. Konsep ini menghilangkan trade-off antara kinerja ekonomi dan lingkungan dengan pendekatan *eco-efficiency*. Sinergi terjadi ketika praktik berkelanjutan sekaligus menurunkan biaya operasional, seperti: penghematan energi

mengurangi emisi dan biaya, minimisasi limbah mengurangi biaya disposal dan kehilangan material, serta optimalisasi sumber daya meningkatkan produktivitas. Implementasi berbasis prinsip *lean manufacturing* yang mengintegrasikan *environmental metrics*, sehingga waste elimination mencakup pemborosan material, energi, dan dampak ekologis. Hasilnya adalah *value creation* yang menguntungkan bisnis dan lingkungan secara simultan.

Ekonomi sirkular menggantikan model linier (*take-make-dispose*) dengan sistem regeneratif yang mempertahankan nilai produk dan material selama mungkin. Prinsip utamanya: *design for durability and recyclability*, *resource recovery* melalui *reuse-repair-remanufacture-recycle*, *industrial symbiosis* (limbah satu industri menjadi input industri lain), dan *closed-loop systems*. Implementasi operasional meliputi *reverse logistics* untuk *product take-back*, *material flow analysis* untuk identifikasi peluang sirkulasi, dan *business model innovation* seperti *product-as-a-service*. Pendekatan ini mengurangi ketergantungan pada Virgin materials atau biasa disebut bahan baku murni yang meminimalkan *waste to landfill* atau biasa di katakan praktek membuang limbah atau sampah ke tempat pembuangan akhir (TPA) dan menciptakan *resiliensi* terhadap *volatilitas* harga sumber daya.

Stabilitas pendapatan dicapai dengan tidak bergantung pada satu sumber saja, melainkan mengembangkan multiple revenue streams seperti *dine-in*, *delivery*, *catering*, atau produk olahan yang tahan lama. Fokusnya adalah pada pertumbuhan yang konsisten dan terukur, bukan sekadar profit jangka pendek. Mengintegrasikan eksternalitas sosial dan lingkungan dalam perhitungan profitabilitas.

Profitabilitas tidak hanya diukur dari keuntungan finansial semata, tetapi juga memperhitungkan dampak sosial dan lingkungan yang dihasilkan. Misalnya, biaya sosial seperti dampak kesehatan dari penggunaan bahan berbahaya atau biaya lingkungan dari polusi dan limbah harus dimasukkan dalam kalkulasi bisnis. UMKM perlu menerapkan konsep *triple bottom line* profit (keuntungan), people (kesejahteraan masyarakat), dan planet (kelestarian lingkungan), sehingga keberhasilan usaha tidak hanya diukur dari angka finansial tetapi juga kontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan.

C. Kerangka Konseptual

1. Ekonomi Berkelanjutan dalam Konteks UMKM Kuliner Lokal Parepare

Ekonomi berkelanjutan merupakan konsep pembangunan ekonomi yang mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk memastikan kesejahteraan jangka panjang tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang dalam memenuhi kebutuhan mereka³⁴. Dalam konteks UMKM kuliner lokal, ekonomi berkelanjutan mengacu pada praktik bisnis yang tidak hanya mengutamakan keuntungan finansial, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas usaha kuliner.

UMKM kuliner lokal di Kota Parepare menghadapi tantangan unik dalam mengimplementasikan prinsip-prinsip ekonomi berkelanjutan. Sektor kuliner

³⁴ Daly, Herman E., dan John B. Cobb. *For the Common Good: Redirecting the Economy toward Community, the Environment, and a Sustainable Future*. Boston: Beacon Press, 2019

memiliki karakteristik yang berbeda dengan sektor lainnya karena berkaitan langsung dengan konsumsi harian masyarakat, pelestarian budaya makanan lokal, dan pemanfaatan sumber daya alam setempat³⁵.

Ketergantungan pada bahan baku lokal, seperti hasil laut dan produk pertanian daerah, membuat UMKM kuliner berperan penting dalam rantai ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Adapun beberapa hal yang sangat perlu diperhatikan

a. **Proposisi Nilai Berkelanjutan**

Proposisi nilai berkelanjutan dalam konteks pengembangan ekonomi UMKM kuliner lokal Kota Parepare merujuk pada penawaran nilai unik yang mengintegrasikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam operasional bisnis kuliner.

Aspek Ekonomi :Nilai berkelanjutan pada aspek ekonomi dalam UMKM kuliner lokal Kota Parepare tercermin dari kemampuan usaha untuk menciptakan dan mempertahankan keuntungan secara konsisten sekaligus memberikan dampak ekonomi yang positif bagi ekosistem usaha di sekitarnya. Proposisi nilai ekonomi ini tidak hanya diukur dari besaran omset atau keuntungan semata, tetapi juga dari sejauh mana usaha kuliner tersebut mampu menciptakan efisiensi biaya, membangun keunggulan kompetitif berbasis keunikan produk lokal, serta memperluas jangkauan pasar secara berkelanjutan. UMKM kuliner yang memiliki proposisi nilai ekonomi yang kuat akan mampu bertahan dalam jangka panjang karena memiliki fondasi

³⁵ Nugroho, Agung Dwi. "Keberlanjutan UMKM Kuliner dalam Era Digital." *Jurnal Ekonomi Berkelanjutan* 8, no. 2 (2023)

keuangan yang stabil, rantai pasok yang efisien, dan loyalitas pelanggan yang tinggi terhadap produk kuliner lokal yang ditawarkan. Contohnya Pelaku usaha kuliner yang mengembangkan menu berbasis resep tradisional Bugis-Makassar dan memasarkannya melalui platform digital sehingga mampu menjangkau pasar yang lebih luas tanpa harus meninggalkan identitas lokal produknya

Aspek Sosial :Nilai berkelanjutan pada aspek sosial mencerminkan kontribusi UMKM kuliner lokal terhadap kesejahteraan masyarakat, pemberdayaan komunitas, serta penguatan identitas budaya dan kearifan lokal Kota Parepare. Proposisi nilai sosial ini menekankan bahwa keberadaan usaha kuliner lokal bukan sekadar aktivitas ekonomi semata, melainkan juga merupakan bagian dari ekosistem sosial yang berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, dan melestarikan warisan kuliner daerah sebagai bagian dari identitas budaya masyarakat setempat. UMKM kuliner yang mampu mengintegrasikan nilai sosial dalam operasionalnya akan lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari komunitas lokal, membangun jaringan kemitraan yang solid, serta menciptakan loyalitas pelanggan yang berlandaskan pada rasa memiliki dan kebanggaan terhadap produk kuliner daerah. Contohnya : Usaha kuliner yang aktif berpartisipasi dalam festival atau pameran kuliner daerah sebagai wadah promosi identitas budaya lokal Kota Parepare kepada wisatawan maupun masyarakat luas.

Aspek Lingkungan: Nilai berkelanjutan pada aspek lingkungan mencerminkan komitmen UMKM kuliner lokal dalam menjalankan operasional bisnis yang ramah lingkungan, bertanggung jawab terhadap pengelolaan sumber daya

alam, serta berkontribusi pada pengurangan dampak negatif terhadap ekosistem sekitar. Proposisi nilai lingkungan ini menjadi semakin relevan di tengah meningkatnya kesadaran konsumen terhadap isu keberlanjutan dan perubahan iklim, di mana konsumen modern cenderung lebih memilih produk dari usaha yang menunjukkan kepedulian nyata terhadap lingkungan. Bagi UMKM kuliner di Kota Parepare, penerapan nilai lingkungan tidak hanya berfungsi sebagai bentuk tanggung jawab ekologis, tetapi juga dapat menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan produk kuliner lokal dari pesaing, sekaligus mendukung keberlanjutan pasokan bahan baku alam dalam jangka panjang. Contohnya Usaha kuliner yang mengganti kemasan plastik sekali pakai dengan kemasan berbahan daun pisang, bambu, atau bahan biodegradable lainnya yang bersumber dari alam lokal, sehingga mampu mengurangi limbah plastik sekaligus memperkuat kesan tradisional dan autentik produk kuliner yang dijual.

UMKM kuliner di Parepare dapat menciptakan proposisi nilai berkelanjutan dengan memanfaatkan bahan baku lokal dari petani dan nelayan setempat, yang tidak hanya mengurangi jejak karbon dari transportasi tetapi juga memperkuat ekonomi lokal dan melestarikan kearifan kuliner tradisional Bugis.

Implementasi proposisi nilai berkelanjutan pada UMKM kuliner Parepare juga mencakup praktik ramah lingkungan seperti pengurangan penggunaan plastik sekali pakai, pengelolaan limbah makanan yang efektif, dan efisiensi energi dalam proses produksi. Stubbs dan Cocklin (2008) menjelaskan bahwa model bisnis berkelanjutan harus menciptakan nilai bagi *multiple stakeholders*, bukan hanya

pemegang saham³⁶. UMKM kuliner dapat menarik segmen pasar yang semakin peduli terhadap keberlanjutan, terutama wisatawan dan konsumen muda yang menghargai produk lokal dan praktik bisnis yang bertanggung jawab. Dengan membangun narasi tentang keterkaitan produk kuliner dengan komunitas lokal, pelestarian budaya, dan tanggung jawab lingkungan, UMKM kuliner Parepare dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif sambil berkontribusi pada pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs) Pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi merupakan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) ke-8 yang menekankan pentingnya menciptakan lapangan kerja yang produktif dan berkualitas bagi semua orang sambil mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan³⁷.

a. Struktur Jaringan Berkelanjutan

Struktur jaringan berkelanjutan merupakan pola hubungan dan interaksi yang terbangun antara berbagai pelaku dalam ekosistem bisnis yang dirancang untuk mendukung keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan secara jangka panjang.

Dari sisi **ekonomi**, struktur jaringan berkelanjutan memberikan manfaat berupa efisiensi biaya produksi melalui sinergi antar pelaku, perluasan akses pasar, serta mendorong inovasi kolaboratif antara usaha besar dan UMKM. Jaringan ini juga memperkuat daya saing jangka panjang dan menciptakan pendapatan yang

³⁶ Stubbs, W., & Cocklin, C. (2008). Conceptualizing a "sustainability business model". *Organization & Environment*,

³⁷ United Nations, *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development* (New York: United Nations, 2015)

lebih inklusif bagi seluruh pihak yang terlibat. Sebagai contoh, koperasi petani yang bermitra langsung dengan eksportir mampu memangkas rantai distribusi sekaligus meningkatkan nilai jual hasil panen. Contoh lainnya adalah platform digital rantai pasok lokal-global, modal bersama antar startup, hingga klaster industri kreatif yang berbagi infrastruktur secara kolektif.

Dari sisi **sosial**, jaringan berkelanjutan berperan dalam pemberdayaan komunitas, pemerataan kesempatan kerja, serta mendorong transfer pengetahuan dan keahlian antar generasi maupun lintas kelompok masyarakat. Jaringan ini juga memperkuat keadilan sosial dan kesetaraan gender, serta mempererat kohesi sosial dalam komunitas. Contoh konkretnya meliputi kemitraan antara LSM dan sektor bisnis dalam program pemberdayaan masyarakat, pelatihan vokasi berbasis desa, program magang inklusif, koperasi perempuan di daerah terpencil, hingga jaringan produktif bagi penyandang disabilitas.

Dari sisi **lingkungan**, struktur jaringan berkelanjutan berkontribusi pada pengurangan emisi karbon, efisiensi pemanfaatan sumber daya alam, penerapan prinsip daur ulang dan zero-waste, serta pelestarian keanekaragaman hayati. Jaringan ini juga memperkuat ketahanan terhadap perubahan iklim dalam jangka panjang. Sebagai contoh, konsorsium energi surya yang melibatkan pemerintah, bisnis, dan komunitas lokal mampu mempercepat transisi energi bersih. Contoh lainnya adalah rantai pasok hijau, bank sampah komunitas, sertifikasi hutan lestari, hingga penerapan sistem pertanian regeneratif.

Dalam konteks UMKM kuliner lokal Kota Parepare, struktur jaringan

berkelanjutan mencakup keterkaitan antara pelaku usaha kuliner dengan pemasok bahan baku lokal, lembaga pemerintah, institusi keuangan, komunitas konsumen, serta organisasi pendukung seperti asosiasi UMKM dan lembaga pelatihan³⁸. Penerapan struktur jaringan berkelanjutan pada UMKM kuliner Kota Parepare dapat diwujudkan melalui pembentukan klaster industri kuliner yang menghubungkan pelaku usaha dengan petani dan nelayan lokal untuk memastikan pasokan bahan baku yang berkelanjutan, kolaborasi dengan pemerintah daerah dalam hal perizinan dan promosi produk lokal, serta kemitraan dengan lembaga pendidikan untuk transfer pengetahuan dan inovasi. Jaringan ini juga mencakup hubungan horizontal antar sesama pelaku UMKM kuliner yang memungkinkan berbagi pengalaman, sumber daya, dan bahkan kolaborasi dalam pemasaran bersama untuk meningkatkan daya saing.

b. Modal pendapatan berkelanjutan

Modal pendapatan berkelanjutan (*sustainable income capital*) merujuk pada kemampuan suatu entitas bisnis, dalam hal ini UMKM kuliner lokal Parepare, untuk menghasilkan pendapatan yang konsisten dan berkesinambungan dalam jangka panjang tanpa menguras sumber daya yang dimilikinya. Konsep ini berakar dari Teori Modal Berkelanjutan (*Sustainable Capital Theory*) yang dikembangkan oleh ekonom ekologi seperti Herman Daly dan Robert Costanza, yang menekankan bahwa pembangunan ekonomi harus mempertahankan stok modal—baik modal alam, modal

³⁸ Hakansson, H., & Snehota, I. (1995). *Developing Relationships in Business Networks*. London: Routledge

manusia, modal sosial, maupun modal fisik—agar dapat terus menghasilkan aliran pendapatan di masa depan³⁹

c. Posisi Dalam Rantai Nilai

Posisi dalam rantai nilai merujuk pada letak atau peran spesifik yang dimainkan oleh suatu pelaku usaha dalam keseluruhan proses penciptaan nilai, mulai dari bahan baku hingga produk sampai ke tangan konsumen akhir⁴⁰.

Posisi UMKM kuliner lokal Parepare dalam rantai nilai sangat menentukan keberlanjutan ekonomi mereka. Saat ini, banyak UMKM kuliner berada pada posisi yang relatif lemah dalam rantai nilai—mereka seringkali hanya menjadi produsen atau penjual produk akhir dengan margin keuntungan yang tipis, sementara nilai lebih besar ditangkap oleh aktor lain seperti pemasok bahan baku dengan posisi monopoli, aggregator platform digital, atau distributor besar.

2. Strategi Pengembangan UMKM Kuliner lokal Kota Parepare Berkelanjutan

Dalam konteks pengembangan kuliner lokal, khususnya UMKM kuliner di Kota Parepare, diperlukan analisis strategis untuk memahami posisi dan potensi pengembangannya. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) merupakan alat analisis strategis yang efektif untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha⁴¹. Berikut adalah

³⁹ Costanza, R., & Daly, H. E. (1992). Natural capital and sustainable development. *Conservation Biology*.

⁴⁰ Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press

⁴¹ Rangkuti, F. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. (2015).

analisis SWOT kuliner lokal berdasarkan konsep yang dikemukakan Guerrero:

a. Kekuatan (*Strengths*)

Autentisitas dan Keunikan Produk Kuliner lokal memiliki resep yang relatif otentik dan karakteristik khusus yang membedakannya dari kuliner daerah lain, menciptakan *competitive advantage* yang sulit ditiru. Keaslian ini menjadi nilai jual utama yang dapat menarik wisatawan dan konsumen yang mencari pengalaman kuliner autentik.

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Analisis kelemahan melengkapi analisis kekuatan untuk memberikan gambaran yang utuh dan seimbang tentang suatu kondisi, produk, sistem, atau situasi. Evaluasi yang hanya fokus pada aspek positif tidak akan memberikan informasi yang cukup untuk pengambilan keputusan yang tepat.

Dengan demikian, mengidentifikasi kelemahan bukanlah untuk merendahkan atau mencari kesalahan semata, melainkan sebagai bagian integral dari proses evaluasi yang bertujuan untuk perbaikan berkelanjutan dan pencapaian hasil yang lebih optimal.

c. Peluang (*Opportunities*)

Tren Wisata Kuliner dan Gastronomi Meningkatnya minat wisatawan terhadap culinary tourism dan pengalaman gastronomi autentik membuka peluang pasar yang luas bagi kuliner lokal. Dukungan Pemerintah untuk Ekonomi Kreatif Kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif, termasuk kuliner, memberikan peluang akses pembiayaan,

pelatihan, dan promosi. *Digitalisasi dan E-commerce* Platform digital dan media sosial memudahkan promosi, penjualan, dan jangkauan pasar yang lebih luas bagi UMKM kuliner lokal. Kesadaran Konsumen terhadap Produk Lokal Gerakan konsumsi produk lokal dan apresiasi terhadap warisan budaya menciptakan segmen pasar yang loyal dan berkembang. Peluang Kolaborasi dan Kemitraan Potensi kolaborasi dengan hotel, restoran, *event organizer*, and stakeholder pariwisata membuka peluang distribusi dan promosi yang lebih efektif.⁴²

d. Ancaman (*Threats*)

Kompetisi dari Kuliner Modern dan Franchise Masuknya waralaba makanan modern dengan sistem manajemen yang lebih baik dapat menggeser preferensi konsumen, terutama generasi muda. Perubahan Gaya Hidup dan Pola Konsumsi Modernisasi dan perubahan gaya hidup dapat mengurangi apresiasi terhadap kuliner tradisional dan mengancam keberlanjutan warisan kuliner. Risiko Kehilangan Pengetahuan Tradisional Kurangnya regenerasi dan dokumentasi dapat menyebabkan hilangnya resep, teknik pengolahan, dan pengetahuan tradisional kuliner lokal.⁴³ Fluktuasi Ekonomi dan Daya Beli Ketidakstabilan ekonomi dapat mempengaruhi daya beli konsumen dan preferensi terhadap produk kuliner premium atau tradisional. Tantangan Regulasi dan Sertifikasi Persyaratan izin usaha, sertifikasi halal, dan

⁴² Mardikanto, T., & Soebiato, P. (2012). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Alfabeta.

⁴³ Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*. LP3ES.

standar keamanan pangan dapat menjadi hambatan bagi UMKM dengan keterbatasan sumber daya.⁴⁴

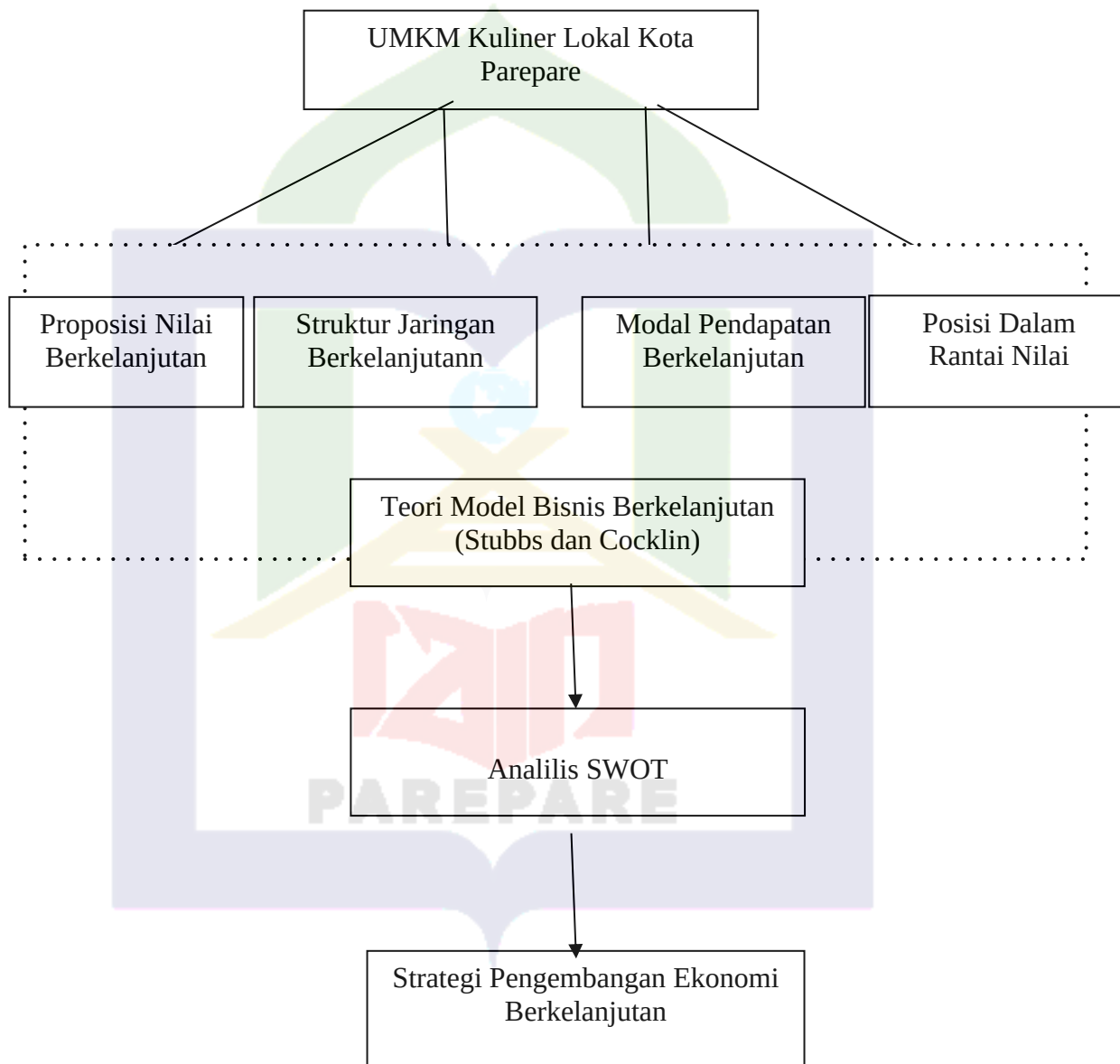
Analisis SWOT ini menunjukkan bahwa kuliner lokal memiliki kekuatan fundamental yang berakar pada autentisitas dan nilai budaya, namun menghadapi tantangan dalam hal modernisasi dan persaingan. Dengan memanfaatkan peluang yang ada, khususnya dalam digitalisasi dan tren wisata kuliner, serta mengatasi kelemahan melalui capacity building dan inovasi, UMKM kuliner lokal Kota Parepare dapat mengembangkan strategi yang sustainable dan kompetitif.



⁴⁴ Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing. *INOVIS*

D. Kerangka Pikir

Skema 1. Kerangka Berfikir Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu penelitian deskriptif-eksploratif. Penelitian deskriptif-eksploratif merupakan salah satu pendekatan dalam metode kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan dan mengeksplorasi secara mendalam tentang implementasi ekonomi berkelanjutan pada UMKM kuliner lokal. Penelitian ini dilakukan dengan mengeksplorasi berbagai aspek ekonomi berkelanjutan melalui tiga dimensi utama yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan, kemudian mendeskripsikan temuan-temuan tersebut secara komprehensif untuk memberikan gambaran yang holistik tentang fenomena yang diteliti.⁴⁵

Pendekatan kualitatif dipilih karena dalam penelitian ini terdapat rumusan masalah yang membutuhkan pemahaman mendalam tentang praktik-praktik ekonomi berkelanjutan pada UMKM kuliner lokal. Untuk memahami cara UMKM kuliner lokal mengimplementasikan prinsip-prinsip ekonomi berkelanjutan, diperlukan pendekatan kualitatif guna mengumpulkan data melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan Sementara itu, untuk menganalisis tantangan dan strategi pengembangan yang dihadapi UMKM, memerlukan analisis yang lebih mendalam dan komprehensif melalui eksplorasi pengalaman dan perspektif para pelaku usaha secara detail. Oleh karena itu, dengan pendekatan ini dapat memberikan pemahaman

⁴⁵ Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, 2nd ed. (Jakarta: Kencana, 2021).

yang lebih utuh dan lengkap terhadap fenomena yang diteliti⁴⁶.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan di Kota Parepare , Provinsi Sulawesi Selatan, dengan fokus pada sejumlah pelaku usaha UMKM lokal di Parepare dengan kriteria-kriteria yang akan disebutkan populasi dan sampel. Waktu penelitian ini 1-2 bulan lamanya.

C. Populasi dan Sampel

Dalam pedoman penulisan Karya Ilmiah (Karil), khususnya untuk penelitian kualitatif, sub bab "Populasi dan Sampel" dipertahankan namun disesuaikan agar tidak menggunakan definisi statistik kuantitatif yang menekankan generalisasi. Sebaliknya, fokus pada partisipan atau informan yang dipilih secara teoritis dengan *purposive* sampling untuk eksplorasi mendalam fenomena, sesuai karakteristik kualitatif seperti induktif dan saturasi data.

1. Populasi

Populasi dalam penelitian kualitatif merujuk pada kelompok fenomena atau subjek potensial yang relevan dengan fokus studi, bukan untuk generalisasi statistik melainkan untuk konteks eksplorasi mendalam. Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh pelaku UMKM kuliner lokal Kota Parepare yang telah beroperasi selama 5 tahun terakhir, dengan kriteria relevansi terhadap pengembangan ekonomi berkelanjutan.

⁴⁶ Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

2. Sampel

Sampel dalam konteks kualitatif adalah sebagian partisipan dari populasi yang dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria teoritis, untuk menghasilkan data kaya dan saturasi makna. Metode pengambilan yang digunakan adalah *non-probability sampling* melalui *purposive sampling*, yaitu partisipan dipilih tidak secara acak melainkan berdasarkan rencana untuk mendukung pembangunan teori dari lapangan. *Purposive sampling* diterapkan dengan kriteria: pelaku UMKM kuliner yang memiliki pengalaman langsung, potensi mengembangkan ekonomi berkelanjutan (misalnya inovasi ramah lingkungan), dan komitmen relevan. Alasan pemilihan ini adalah memastikan data kontekstual mendalam sambil menghindari partisipan tanpa pengalaman terkait, dengan jumlah ditentukan hingga saturasi data tercapai.

Adapun kriteria responden yang akan digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Pelaku UMKM kuliner dari Kota Parepare yang telah menjalankan usaha kuliner lokal selama minimal 5 tahun terakhir.

Kriteria ini ditetapkan berdasarkan pertimbangan bahwa pengalaman usaha merupakan faktor penting dalam menentukan kualitas data yang diperoleh dari responden. Pelaku UMKM yang telah beroperasi selama minimal 5 tahun dianggap telah memiliki pemahaman yang matang terhadap dinamika pasar, pengelolaan usaha, serta tantangan yang dihadapi dalam menjalankan usaha kuliner lokal. Masa operasional minimal 5 tahun juga mencerminkan bahwa usaha tersebut telah berhasil melewati fase kritis

keberlangsungan usaha, di mana banyak UMKM baru umumnya mengalami kegagalan pada tiga tahun pertama akibat ketidakstabilan modal, manajemen yang lemah, dan minimnya jaringan pemasaran. Dengan demikian, responden yang memenuhi kriteria ini diharapkan mampu memberikan informasi yang lebih akurat, mendalam, dan relevan terhadap topik penelitian yang dikaji⁴⁷.

b. Menggunakan bahan baku lokal min. 60% dari total bahan baku

Kriteria penggunaan bahan baku lokal minimal 60% ditetapkan sebagai indikator bahwa pelaku UMKM kuliner yang bersangkutan memiliki orientasi usaha yang berpihak pada pemanfaatan potensi sumber daya daerah. Penggunaan bahan baku lokal dalam proporsi yang signifikan mencerminkan komitmen pelaku usaha terhadap pengembangan ekonomi wilayah, sekaligus menunjukkan keterkaitan usaha kuliner tersebut dengan rantai pasok dan ekosistem produksi lokal di Kota Parepare. Selain itu, tingkat kandungan lokal yang tinggi juga berdampak pada efisiensi biaya produksi, pengurangan ketergantungan terhadap bahan baku impor, serta penguatan identitas kuliner lokal sebagai bagian dari kekayaan budaya daerah. Penetapan angka 60% merujuk pada ambang batas yang dianggap cukup representatif untuk menggambarkan orientasi lokal suatu usaha tanpa mengabaikan fleksibilitas

⁴⁷ Tambunan, T. T. H. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting*. Jakarta: LP3ES.

operasional pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan bahan baku tertentu yang tidak tersedia secara lokal⁴⁸

- c. Memiliki omset bulanan min. Rp 1.500.000,-

Kriteria omset bulanan minimal Rp 1.500.000,- ditetapkan sebagai batas kelayakan ekonomi responden dalam penelitian ini. Penetapan angka ini merujuk pada klasifikasi usaha mikro yang diatur dalam peraturan perundang-undangan, di mana usaha yang memiliki omset di bawah ambang batas tertentu dianggap belum mencerminkan aktivitas ekonomi yang stabil dan berkelanjutan. Omzet bulanan minimal Rp 1.500.000,- menunjukkan bahwa usaha kuliner tersebut telah memiliki basis pelanggan yang cukup, kontinuitas produksi yang terjaga, serta kemampuan untuk menutup biaya operasional dasar secara mandiri. Dengan menetapkan batas omset ini, penelitian diharapkan dapat menjaring responden yang benar-benar aktif secara ekonomi dan memiliki pengalaman transaksi yang memadai, sehingga data yang dihasilkan lebih representatif dalam menggambarkan kondisi nyata UMKM kuliner lokal di Kota Parepare⁴⁹

Penelitian ini melibatkan sepuluh orang informan yang merupakan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner lokal di Kota Parepare. Karakteristik umum informan penelitian disajikan pada tabel berikut

⁴⁸

Rustiadi, E., Saefulhakim, S., & Panuju, D. R. (2018). *Perencanaan dan Pengembangan Wilayah*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

⁴⁹ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 17*.

Tabel 3.1 Profil Informan Penelitian

No	Nama Informan	Usia	Nama Usaha	Jenis Usaha / Produk	Lama Usaha	Pendidikan
1	MK	41	Delnafa	Aneka kue dan makanan ringan	5 tahun	SMA
2	AP	45	Lawanda Pizza	Pizza	5 tahun	S1
3	AM	37	Krumi	Aneka gorengan (pangsit, dimsum, dll)	± 6 tahun	S1
4	UN	30	Cemilan Pare	Burger, olahan pisang, martabak mini	± 6 tahun	SMA
5	YN	40	Simoist	Cake dan dessert custom	± 5 tahun	S1
6	SY	52	Aneka Kue Suriyani	Aneka kue tradisional dan nasi kuning	17 tahun	SMP
7	WD	51	Warung Ida	Nasi campur dan lauk pauk	10 tahun	SMK
8	RW	41	Prasmanan Rikawati	Prasmanan dan aneka minuman	7 tahun	SMP
9	AW	49	Es Teler Bahagia	Es teler, pisang ijo, aneka jus	5 tahun	SMA
10	EN	22	Kedai Bilal	Bakso bakar dan aneka makanan bakar	± 5 tahun	SMK

Berdasarkan tabel di atas, dapat dilihat Informan dalam penelitian ini berjumlah 10 orang dengan karakteristik yang beragam. Berdasarkan usia, sebanyak 6 informan berada pada rentang usia di atas 40 tahun, yakni MK (41 tahun), AP (45 tahun), SY (52 tahun), Wd (51 tahun), Rw (41 tahun), dan AW (49 tahun), sementara 2 informan berada pada rentang usia 31–40 tahun, yaitu AM (37 tahun) dan YN (40 tahun), serta 2 informan lainnya berada pada rentang usia 20–30 tahun, yaitu UN (30 tahun) dan EN (22 tahun). Berdasarkan tingkat pendidikan terakhir, terdapat 5

informan berlatar belakang pendidikan SMA/SMK, 3 informan merupakan lulusan Sarjana (S1), dan 2 informan lainnya merupakan lulusan SMP. Adapun jenis usaha yang digeluti para informan cukup bervariasi, meliputi usaha kuliner seperti aneka kue dan makanan ringan, pizza, gorengan, burger, cake dan dessert, kue tradisional, nasi campur, prasmanan, es teler, hingga bakso bakar, dengan lama usaha berkisar antara 5 hingga 17 tahun.

D. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah pengembangan ekonomi berkelanjutan melalui potensi UMKM kuliner lokal di Kota Parepare yang telah beroperasi minimal 5 tahun. Penelitian menyoroti pelaku UMKM yang memiliki pengalaman dan komitmen relevan terhadap praktik berkelanjutan, seperti pemanfaatan sumber daya lokal dan inovasi ramah lingkungan. Pemfokusan ini memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap kasus-kasus representatif tanpa generalisasi luas.

E. Teknik Pengumpulan dan Analisis Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah strategi yang dapat digunakan dalam sebuah penelitian, sebab salah satu tujuan utama dari sebuah penelitian adalah pengumpulan data. Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode sebagai berikut.

1. Observasi

Metode observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek atau fenomena yang diteliti, dalam hal ini

kondisi pengembangan UMKM kuliner lokal di Kota Parepare. Observasi dilakukan dengan mencatat secara sistematis berbagai aspek yang berkaitan dengan ekonomi, lingkungan, dan sosial dalam proses pengembangan usaha kuliner, seperti praktik produksi, pengelolaan limbah, interaksi sosial pelaku usaha, serta kondisi lingkungan sekitar lokasi usaha. Peneliti melakukan pengamatan secara langsung di lapangan untuk mendapatkan gambaran nyata mengenai kondisi yang sebenarnya, sehingga data yang diperoleh lebih akurat dan relevan dengan masalah penelitian. Observasi ini bertujuan untuk memahami secara komprehensif bagaimana aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial berperan dalam pengembangan UMKM kuliner lokal di Kota Parepare.

2. Wawancara terstruktur

Wawancara terstruktur adalah salah satu metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara langsung dengan narasumber menggunakan panduan pertanyaan terbuka yang sudah dirancang sebelumnya. Wawancara ini dilakukan dengan pola yang ketat dan teratur, sehingga pertanyaan peneliti tidak menyimpang dari daftar pertanyaan yang telah disiapkan. Setiap narasumber akan menerima pertanyaan dengan urutan yang sama, sehingga hasil wawancara lebih mudah dibandingkan dan dianalisis.

3. Teknik Analisis Data — Miles dan Huberman

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif interpretatif untuk memahami secara mendalam fenomena pengembangan ekonomi berkelanjutan pada UMKM kuliner lokal di Kota Parepare,

mengikuti model analisis interaktif Miles dan Huberman yang dilakukan secara terus-menerus hingga data jenuh melalui tiga tahapan utama yang saling berkaitan⁵⁰.

Proses analisis meliputi reduksi data (*data reduction*), yaitu merupakan proses pemilihan, penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi data mentah yang diperoleh dari lapangan. Kemudian penyajian data (*data display*), yaitu pengorganisasian dan penyusunan informasi yang telah direduksi ke dalam bentuk yang sistematis dan mudah dipahami. Serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (*drawing conclusions and verification*), yaitu Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir analisis untuk menginterpretasi makna dari data yang telah disajikan.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan model interaktif Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga alur kegiatan yang berlangsung secara bersamaan dan terus-menerus selama proses penelitian.

Pertama, **reduksi data**, yaitu proses pemilihan, pemusatan perhatian, dan penyederhanaan data kasar yang muncul dari catatan lapangan. Data hasil observasi dan wawancara disaring untuk memfokuskan hanya pada informasi yang relevan dengan peran aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial pada UMKM kuliner di Kota Parepare, sehingga data yang tidak relevan disingkirkan.

Kedua, **penyajian data**, yaitu penyusunan informasi yang telah direduksi ke dalam bentuk yang terorganisir — seperti uraian narasi, tabel, atau bagan — sehingga memudahkan penarikan kesimpulan. Pada tahap ini, gambaran kondisi tiap aspek

⁵⁰ Matthew B. Miles & A. Michael Huberman, *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*, 2nd ed. (California: Sage Publications, 1994)

Triple Bottom Line pada UMKM yang diteliti mulai dapat dibaca secara utuh.

Ketiga, **penarikan kesimpulan dan verifikasi**, yaitu proses memaknai data yang telah disajikan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Kesimpulan bersifat sementara dan terus diverifikasi selama pengumpulan data masih berlangsung, sehingga kesimpulan akhir yang dihasilkan benar-benar kredibel dan didukung oleh bukti yang kuat dari lapangan⁵¹. Selain model Miles dan Huberman, penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT sebagai alat bantu untuk memberikan gambaran strategis yang lebih menyeluruh terhadap kondisi UMKM kuliner lokal di Kota Parepare. Analisis SWOT mengidentifikasi empat dimensi, yaitu kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) yang bersumber dari faktor internal usaha, serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) yang datang dari faktor eksternal lingkungan bisnis⁵².

Dalam konteks penelitian ini, analisis SWOT berfungsi untuk memetakan posisi strategis UMKM kuliner ditinjau dari ketiga aspek Triple Bottom Line. Dari sisi ekonomi, analisis ini membantu mengidentifikasi keunggulan kompetitif yang dimiliki sekaligus hambatan finansial yang masih dihadapi pelaku usaha. Dari sisi sosial, analisis SWOT mengungkap sejauh mana hubungan antara pelaku usaha dengan komunitas dan tenaga kerja lokal menjadi kekuatan atau justru celah yang perlu diperbaiki. Dari sisi lingkungan, analisis ini menggali apakah praktik

⁵¹ Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*. Diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).

⁵² Rangkuti, Freddy. 2015. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis — Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

pengelolaan usaha saat ini sudah ramah lingkungan atau masih menjadi kelemahan yang berpotensi menjadi ancaman jangka panjang.

Dengan demikian, hasil analisis SWOT nantinya digunakan untuk merumuskan rekomendasi strategis yang konkret dan berbasis data, sehingga penelitian ini tidak hanya berhenti pada deskripsi kondisi lapangan, tetapi juga mampu memberikan arah pengembangan yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM maupun pemangku kebijakan di Kota Parepare.

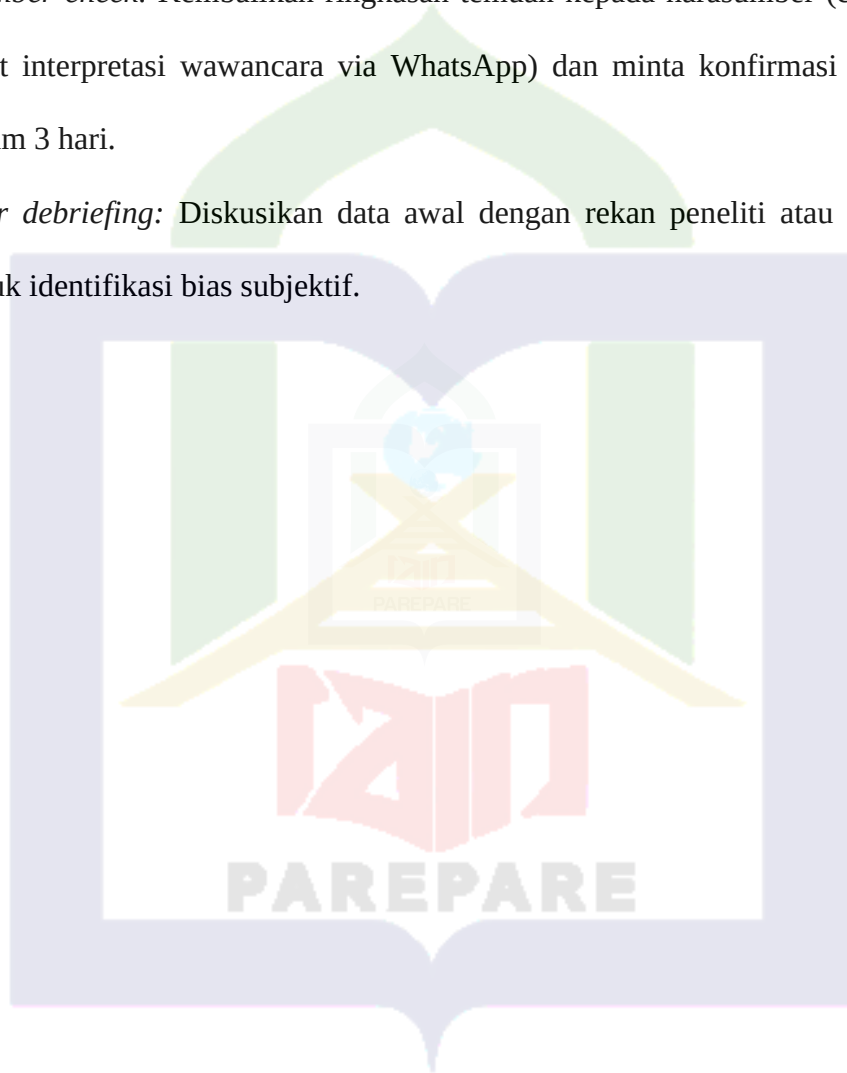
F. Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dilakukan untuk memverifikasi keandalan data dari observasi dan wawancara terstruktur, serta proses pengelolaannya. Teknik uji diterapkan secara bertahap selama dan setelah pengumpulan data, dengan fokus pada aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial.

1. Kredibilitas (Keakuratan dan Kebenaran Data)

- a. Triangulasi sumber: Bandingkan data observasi lapangan (misalnya, praktik pengelolaan limbah di lokasi usaha) dengan hasil wawancara narasumber yang sama (pelaku UMKM). Contoh: Jika observasi menunjukkan limbah dikelola buruk, verifikasi melalui wawancara apakah narasumber mengonfirmasi tantangan tersebut.
- b. Triangulasi metode: Gabungkan catatan observasi sistematis dengan transkrip wawancara terstruktur untuk pola yang konsisten, seperti interaksi sosial yang diamati dan dijelaskan narasumber.

- c. Triangulasi peneliti: Libatkan asisten peneliti untuk observasi paralel atau review transkrip independen, kemudian diskusikan perbedaan hingga kesepakatan
2. Konfirmabilitas (Objektivitas dan Bebas Bias)
- a. *Member check*: Kembalikan ringkasan temuan kepada narasumber (contoh: kirim draft interpretasi wawancara via WhatsApp) dan minta konfirmasi atau koreksi dalam 3 hari.
 - b. *Peer debriefing*: Diskusikan data awal dengan rekan peneliti atau ahli UMKM untuk identifikasi bias subjektif.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner di Kota Parepare. Pemilihan sektor kuliner sebagai objek penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa sektor tersebut merupakan salah satu sektor usaha yang paling banyak digeluti oleh masyarakat Kota Parepare serta memiliki relevansi yang tinggi terhadap penerapan konsep keberlanjutan usaha, khususnya dalam kaitannya dengan *sustainable value proposition*.

Berdasarkan hasil identifikasi dan pemetaan lokasi yang dilakukan oleh peneliti, informan penelitian tersebar di empat kecamatan yang berada dalam wilayah administratif Kota Parepare, yaitu Kecamatan Bacukiki Barat, Kecamatan Bacukiki, Kecamatan Ujung, dan Kecamatan Soreang. Persebaran lokasi tersebut menunjukkan bahwa aktivitas usaha kuliner di Kota Parepare tidak terpusat pada satu wilayah tertentu, melainkan tersebar secara proporsional mengikuti pola pemukiman dan aktivitas perekonomian masyarakat setempat.

Adapun rincian persebaran informan penelitian berdasarkan wilayah kecamatan dapat diuraikan sebagai berikut. Kecamatan Bacukiki Barat merupakan wilayah dengan jumlah informan terbanyak, yaitu sebanyak 5 (lima) UMKM atau

sebesar 50% dari keseluruhan informan penelitian, yang terdiri atas Lawanda Pizza yang berlokasi di Kelurahan Cappa Galung, Delnafa Cake yang berlokasi di Kelurahan Sumpang Binangae, Krumi yang berlokasi di Kelurahan Lumpue, Cemilan Pare yang berlokasi di Kelurahan Tiro Sompe, serta Kedai Bilal yang berlokasi di Kelurahan Cappa Galung. Selanjutnya, Kecamatan Bacukiki dan Kecamatan Ujung masing-masing menyumbangkan 2 (dua) UMKM. Pada Kecamatan Bacukiki terdapat Simost Cake dan Es Teler Bahagia yang keduanya berlokasi di Kelurahan Lompoe, sedangkan pada Kecamatan Ujung terdapat Kue Lampu Merah yang berlokasi di Kelurahan Bukit Harapan dan Warung Hulk 57 yang berlokasi di Kelurahan Ujung Sabbang. Adapun Kecamatan Soreang merupakan wilayah dengan jumlah informan paling sedikit, yaitu 1 (satu) UMKM yaitu Warung Ida yang berlokasi di sekitar Pasar Lakessi, Kelurahan Lakessi.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai identitas dan lokasi informan penelitian, berikut disajikan tabel rekapitulasi.

Tabel 4.1 Profil Informan Penelitian

No	Nama Usaha	Alamat	Kecamatan	Kelurahan
1	Lawanda Pizza	Jl. Bau Massepe	Bacukiki Barat	Cappa Galung
2	Delnafa Cake	Jl. Bau Massepe	Bacukiki Barat	Sumpang Binangae
3	Simost Cake	Jl. Garuda, Grand Sulawesi	Bacukiki	Lompoe
4	Krumi	Jl. Bau Massepe	Bacukiki Barat	Lumpue
5	Cemilan Pare	Jl. Reformasi	Bacukiki Barat	Tiro Sompe
6	Kue Lampu Merah	Jl. Jenderal Ahmad Yani Km. 5, Lapadde	Ujung	Bukit Harapan
7	Warung Ida	Jl. Lasinrang, Pasar Lakessi	Soreang	Lakessi
8	Warung Hulk 57	Jl. Kalimantan	Ujung	Ujung Sabbang

9	Es Teler Bahagia	Jl. Garuda	Bacukiki	Lompoe
10	Kedai Bilal	Jl. Mattirotasi	Bacukiki Barat	Cappa Galung

Sumber: Data primer hasil penelitian, diolah oleh peneliti (2026)⁵³.

Pada tahap pengumpulan data, peneliti telah menghubungi sebanyak 35 (tiga puluh lima) UMKM kuliner yang dinilai memenuhi kriteria penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Namun demikian, dalam proses tersebut peneliti menghadapi kendala berupa rendahnya tingkat kesediaan calon informan untuk diwawancarai. Sebagian besar UMKM yang dihubungi menyatakan keberatan dengan alasan kesibukan operasional usaha sehari-hari serta keterbatasan waktu yang dimiliki oleh pemilik usaha. Akibat kondisi tersebut dari 35 UMKM yang dihubungi, hanya 10 (sepuluh) UMKM yang menyatakan kesediaannya untuk berpartisipasi sebagai informan dalam penelitian ini.

Dengan demikian, penelitian ini pada akhirnya menetapkan 10 (sepuluh) informan yang tersebar di empat kecamatan di Kota Parepare sebagaimana telah diuraikan di atas. Kesepuluh informan tersebut dipandang telah memenuhi prinsip kecukupan data (*data saturation*) dalam penelitian kualitatif serta dinilai mampu memberikan informasi yang mendalam dan relevan dengan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui dan menganalisis penerapan *sustainable value proposition* pada UMKM kuliner di Kota Parepare.

⁵³ *Data primer hasil penelitian, diolah oleh peneliti (2026).*

2. Pelaksanaan Prinsip Ekonomi Berkelanjutan oleh UMKM Kuliner Lokal di Kota Parepare

Pelaksanaan prinsip ekonomi berkelanjutan pada UMKM kuliner lokal Kota Parepare dianalisis berdasarkan empat komponen utama yang mengacu pada kerangka pikir penelitian, yaitu konsep model bisnis berkelanjutan dari Stubbs dan Cocklin yang terdiri atas proposisi nilai berkelanjutan ⁵⁴(*sustainable value proposition*), struktur jaringan berkelanjutan (*sustainable network structure*), modal pendapatan berkelanjutan (*sustainable income capital*), dan posisi dalam rantai nilai (*position in the value chain*). Hasil wawancara terhadap sepuluh informan dikelompokkan berdasarkan keempat komponen tersebut sebagai berikut.

a. **Proposisi Nilai Berkelanjutan (*Sustainable Value Proposition*)**

Berdasarkan hasil wawancara terhadap pelaku UMKM kuliner di Kota Parepare, ditemukan bahwa penerapan proposisi nilai berkelanjutan masih didominasi oleh aspek ekonomi, diikuti oleh sebagian aspek sosial, sedangkan aspek lingkungan belum menjadi perhatian utama bagi sebagian besar pelaku usaha.

Dominannya penerapan aspek ekonomi tersebut terlihat dari berbagai upaya yang dilakukan pelaku UMKM dalam menciptakan nilai bagi konsumennya. Salah satunya ditunjukkan oleh Kedai Bilal yang berupaya mempertahankan kualitas dan konsistensi produknya sebagai nilai utama yang ditawarkan kepada pelanggan. Pemilik usaha menjelaskan bahwa cita rasa produk selalu dijaga, termasuk melalui

⁵⁴ Wendy Stubbs and Chris Cocklin, "Conceptualizing a Sustainability Business Model," *Organization & Environment* 21, no. 2 (2008): 103–127, <https://doi.org/10.1177/1086026608318042>.

penyajian sambal tumis racikan sendiri yang dipertahankan secara konsisten sebagai pelengkap menu. Upaya tersebut dilakukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan sekaligus membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen sehingga dapat mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang.

"Kalau saya lihat toh, kebanyakan itu pembeliku datang lagi beli karena lombo tumisnya. Kenapaka tau karena biasa itu kalau saya menjaga di jualanku banyak pembeliku selalu bilang kasih banyak-banyak lombo tumisnya kak. Jadi meskipun banyak penjual bakso bakar toh tapi yang racik lombo sendiri itu masih sedikit jih, apalagi saya rasanya lomboku tidak pernah ka kurangi atau tambahi bahannya jadi begitu-begitu terus dari dulu sampe sekarang."⁵⁵

Berdasarkan hasil wawancara, sambal tumis racikan sendiri yang dipertahankan secara konsisten merupakan salah satu bentuk proposisi nilai berkelanjutan yang diterapkan oleh Kedai Bilal. Konsistensi cita rasa tersebut menjadi nilai yang dirasakan langsung oleh konsumen sehingga mendorong sebagian pelanggan untuk kembali melakukan pembelian. Dengan demikian, nilai yang ditawarkan Kedai Bilal tidak hanya terletak pada produk yang dijual, tetapi juga pada kemampuannya membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan yang mendukung keberlangsungan usaha.

Selain menjaga kualitas produk, Kedai Bilal juga menerapkan strategi harga yang terjangkau agar produk dapat dinikmati oleh berbagai lapisan masyarakat.

⁵⁵ Bilal, Pemilik Kedai Bilal, Wawancara di Parepare, tanggal 22 Juni 10 Juni 2026.

Pemilik usaha, EN, menjelaskan bahwa harga yang ditetapkan sejak awal memang disesuaikan dengan kemampuan masyarakat tanpa mengurangi kualitas produk yang ditawarkan.

“Dari awal memang, saya konsepkan ini usaha supaya itu harganya tidak terlalu mahal dan tidak terlalu murah juga supaya sama-sama enak toh pelanggan senang saya tidak rugi jika juga. Jadi siapapun bisa beli yah terjangkaulah ceritanya mau itu anak-abak, ibu-ibu, anak muda, yah semuanya bisa na beli bakso bakar ku, yang murah tapi rasanya tetap terjaga dan barang juga cepat habis toh daripada dijual mahal tapi tidak ada beli karena mahal sekali jadi tidak papa untung sedikit asal habis terusji tiap malam.”⁵⁶

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa proposisi nilai berkelanjutan yang diterapkan Kedai Bilal tidak hanya diwujudkan melalui konsistensi kualitas produk yang mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang, tetapi juga melalui penetapan harga yang terjangkau sehingga produk dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Praktik ini mencerminkan keseimbangan antara pencapaian tujuan ekonomi melalui peningkatan penjualan dan pemberian manfaat sosial dengan menyediakan produk yang terjangkau bagi masyarakat.

Temuan serupa juga terlihat pada UMKM Krumi. Selain memberikan nilai kepada konsumen melalui kualitas produk dan harga yang terjangkau, UMKM Krumi juga menciptakan nilai sosial melalui pemberian peluang usaha kepada masyarakat. Hal tersebut diwujudkan dengan memberikan kesempatan kepada beberapa pihak

⁵⁶ *Ibid.*

untuk mengambil produk dalam bentuk *frozen* yang kemudian dapat digoreng dan dijual kembali. Praktik ini menunjukkan bahwa nilai yang dibangun oleh UMKM Krumi tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi pelaku usaha, tetapi juga membuka peluang bagi masyarakat untuk memperoleh tambahan pendapatan.

Temuan lain ditemukan pada Lawanda Pizza. Pemilik usaha menyatakan:

"Saya gunakan kemasan box karena lebih ramah lingkungan, gampang juga terurai, tetap menarik juga dan terjaga ji juga kualitas produk salah satu caraku supaya terjaga kualitas produkku di bagian boxnya itu saya kasih laminating supaya itu pizza tetap hangat sampai ke pelanggan⁵⁷.

Penjelasan tersebut membuktikan bahwa Lawanda Pizza telah mengintegrasikan aspek lingkungan ke dalam nilai yang ditawarkan kepada konsumen melalui penggunaan kemasan yang lebih ramah lingkungan. Praktek serupa juga ditemukan pada usaha Simoist, yang menggunakan kemasan dari bahan yang lebih mudah hancur untuk produk cake dan dessert custom yang dijualnya. Langkah ini diambil sebagai bentuk tanggung jawab lingkungan guna menekan penggunaan plastik sekali pakai dalam bisnis kuliner, sebagaimana yang dipaparkan oleh pemiliknya

"Kalau untuk kemasan kue dan dessert custom di Simoist, sengaja beralih pakai box yang bahannya lebih ramah lingkungan dan gampang juga terurai atau hancur di tanah. Memang biayanya sedikit berbeda, tapi ini komitmen kami supaya sampah kemasan dari produk kami tidak mengotori lingkungan

⁵⁷ A. Purnawan, Pemilik Usaha Lawanda Pizza, Wawancara di Parepare, tanggal 01 Juni 2026.

dalam jangka panjang."⁵⁸

Sementara itu, sebagian besar informan lainnya menyatakan bahwa fokus utama usaha masih berada pada peningkatan penjualan dan keberlangsungan usaha. Mereka belum memiliki kebijakan khusus terkait pengurangan limbah maupun penggunaan kemasan yang ramah lingkungan. Kendala biaya dan ketersediaan bahan baku alternatif di pasar domestik menjadi alasan utama, sebagaimana yang dipaparkan oleh MK

*"Sebenarnya ditau ji kalau penggunaan styrofoam, mika-mika, sama dus biasa itu tidak bagus untuk lingkungan di jangka panjang. Tapi jujur mi saja, UMKM seperti kita ini pertimbangan utamanya itu di biaya produksi sama kepraktisannya. Kemasan alternatif yang lebih ramah lingkungan harganya lebih mahal sama susah juga dicari di pasar lokal di sini. Kalau kita paksakan ganti sekarang, otomatis biaya modal naik, dan harga jual ke konsumen juga pasti mi dinaikkan. Jadi kita ini khawatir nanti malah kehilangan pelanggan."*⁵⁹

Berdasarkan hasil wawancara di atas, terlihat adanya benturan antara aspek *Profit* (keuntungan/efisiensi biaya) dan *Planet* (keberlanjutan lingkungan) pada UMKM Delnafa. Keputusan UMKM Delnafa untuk tetap menggunakan *styrofoam* lebih dipengaruhi oleh pertimbangan efisiensi biaya dibandingkan aspek lingkungan. Meskipun pemilik usaha mengetahui adanya pilihan kemasan yang lebih ramah lingkungan, keterbatasan modal dan sulitnya memperoleh kemasan tersebut membuat

⁵⁸ *Ibid.*

⁵⁹ Marwah Kadir, Pemilik Delnafa, Wawancara di Parepare, tanggal 04 Juni 2026.

perubahan belum dapat dilakukan. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan finansial usaha masih menjadi faktor yang memengaruhi penerapan praktik bisnis yang lebih berkelanjutan.

*"Kalau saya sendiri dek, kutau ji juga bilang kalau itu cup plastik sekali pakai tidak bagus ki untuk lingkungan to. Tapi mau mi diapa, penjual minuman seperti kita ini kodong, dipikir sekali itu biayanya apalagi sekarang toh plastik naik sekali harganya. Safikir juga toh yah aman-aman tonji ini cup plastik, tidak bocor untuk jualanku berkuah es, dan bisa ka juga sesuaikan harganya. Kalau mau ki kodong pakai yang kemasan ramah lingkungan, tidak sastaumi bemana mau pasidapi modalaku sibawa saroku (tidak tahu bagaimana caranya mencukupkan modal dan keuntungan), kalau dipaksa ganti tetap tomi tuh harus juga naik harganya es ku. Sekarang saja nabilangi mahal mi harganya, apalagi kalau ganti kemasan, sih tambah naik, sih lari saja ji nanti pembeli."*⁶⁰.

Data ini memberikan gambaran bahwa terlihat adanya benturan antara aspek *Profit* (keuntungan/efisiensi biaya) dan *Planet* (keberlanjutan lingkungan) pada usaha Es Teler Bahagia. Sekalipun ada pemahaman yang mengenai dampak lingkungan dari kemasan plastik, keterbatasan akses ekonomi terhadap kemasan hijau membuat pelaku usaha tetap bertahan pada model kemasan konvensional.

"Penggunaan kemasan plastik ini sebenarnya dilema ki. Di satu sisi ditau jii dampak buruk sampahnya, tapi di sisi lain juga, operasional kami masih sangat bergantung sama plastik. Sejauh ini, cuma plastik yang menurut kami paling efektif menjaga produk kami tetap kedap udara dan tidak cepat

⁶⁰ Ibid.

melempem dan biayanya juga yang murah. Pernah ja survei kemasan ramah lingkungan, tapi begitu harganya jauh lebih mahal dan harus didatangkan dari luar daerah. Kalau biayanya itu semua saya bebankan ke harga jual, yang saya takutkan konsumen ma protes terus pindah ke tempat lain, karena pasar kita saat ini masih sangat sensitif terhadap harga dibanding isu lingkungan.⁶¹"

"Kalau dari sudut pandang operasional, kami merasa kemasan yang digunakan saat ini sudah bagus cukup praktis, efisien, dan yang paling pentingnya juga aman juga untuk menjaga kualitas makanan sampai ke tangan pembeli tidak takut tumpah atau rusak. Tapi di sisi lain, diakui ji kalau bahan kemasan yang begini memang belum ramah lingkungan dan besar juga potensinya menambah timbunan sampah. Tapi masalahnya, untuk beralih ke wadah yang lebih hijau, kami masih was-was soal ketersediaan bahan bakunya sama harga yang masuk akal untuk skala usaha seperti kami. Jadi untuk sementara, faktor keamanan makanannya dan efisiensi biayanya terpaksa lebih diutamakan⁶²."

Dilema antara aspek *Profit* (efisiensi biaya) dan *Planet* (keberlanjutan lingkungan) sangat terlihat dalam operasional Kedai Bilal. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pemilik usaha telah mengetahui dampak penggunaan kemasan yang kurang ramah lingkungan. Namun, penggunaan kemasan tersebut masih dipertahankan karena pertimbangan biaya, kepraktisan, serta kemampuannya menjaga keamanan dan kualitas produk.

Temuan ini menunjukkan bahwa keterbatasan sumber daya ekonomi menjadi salah satu faktor yang memengaruhi belum optimalnya penerapan praktik usaha yang

⁶¹ Marwah Kadir, Pemilik Delnafa, Wawancara di Parepare, tanggal 04 Juni 2026.

⁶² Bilal, Pemilik Kedai Bilal, Wawancara di Parepare, tanggal 22 Juni 10 Juni 2026.

lebih ramah lingkungan. Selain itu, Penemuan penelitian menunjukkan bahwa proposisi nilai berkelanjutan pada UMKM Kuliner di Kota Parepare belum diterapkan secara menyeluruh. Praktik operasional sebagian besar pelaku usaha masih sangat didominasi oleh orientasi nilai ekonomi yang berpusat pada stabilitas pendapatan, efisiensi biaya, dan profitabilitas jangka pendek. Meski demikian, riset ini menemukan adanya perkembangan positif pada beberapa pelaku UMKM yang mulai memperluas orientasi nilai mereka dengan mengintegrasikan kepedulian terhadap aspek sosial dan kelestarian lingkungan ke dalam model bisnisnya.

Pengintegrasian aspek sosial dan lingkungan ini tercermin dari upaya pelaku usaha yang tidak lagi sekadar mengejar keuntungan pribadi, melainkan juga memikirkan dampak keberadaan usaha terhadap komunitas sekitar dan ekosistem lokal. Sebagaimana yang disampaikan pemilik usaha Krumi mengungkapkan kesadarannya dalam menyeimbangkan ketiga dimensi tersebut sebagai berikut:

"Bagi kami, jualan itu bukan cuma soal cari untung sebesar-besarnya untuk diri sendiri. Kami juga merasa punya tanggung jawab untuk membantu masyarakat sekitar, makanya untuk urusan tenaga kerja atau bahan baku, kami sebisa mungkin berdayakan tetangga dan pemuda di sini yang belum punya kerjaan tetap. Selain itu, pelan-pelan kami juga mulai kurangi penggunaan kantong plastik sekali pakai. Sekarang kalau ada pelanggan yang bawa wadah sendiri dari rumah, kami beri potongan harga kecil sebagai bentuk apresiasi karena sudah bantu kurangi sampah di lingkungan

kita.⁶³”

Melalui gambaran tersebut, dapat dipahami bahwa walaupun orientasi keuntungan ekonomi masih memegang kendali utama dalam roda bisnis UMKM di Kota Parepare, kesadaran kolektif mengenai pentingnya keseimbangan *Triple Bottom Line* (ekonomi, sosial, dan lingkungan) mulai tumbuh. Salah satu pelaku usaha telah membuktikan bahwa kontribusi sosial melalui pemberdayaan masyarakat lokal serta kepedulian lingkungan melalui reduksi sampah plastik dapat berjalan beriringan tanpa harus mengorbankan kelangsungan ekonomi usaha mereka.

b. Struktur Jaringan Berkelanjutan (*Sustainable Network Structure*)

Berdasarkan hasil penelitian pada struktur jaringan berkelanjutan UMKM kuliner di Kota Parepare digambarkan melalui tiga aspek utama, yaitu hubungan dengan pemasok bahan baku, kemitraan dan kolaborasi antar pelaku usaha, serta jaringan distribusi dan pemasaran produk. Berdasarkan hasil wawancara terhadap informan, jaringan yang dibangun oleh pelaku UMKM di Kota Parepare masih bersifat informal dan sebagian besar berskala lokal, sedangkan kolaborasi formal antar pelaku usaha melalui komunitas atau asosiasi UMKM masih tergolong rendah.

Sebagian besar informan menyatakan bahwa pemasok bahan baku yang digunakan berasal dari lingkungan lokal Kota Parepare, baik yang diperoleh dari pasar tradisional maupun distributor setempat. Hubungan dengan pemasok pada umumnya telah terjalin cukup lama, mulai dari sekitar tiga tahun hingga lebih dari

⁶³ Unhy, Pemilik Usaha Krumi, Wawancara di Parepare, tanggal 07 Juni 2026.

sepuluh tahun, dan dibangun melalui komunikasi yang konsisten serta pembelian secara rutin, bukan melalui kontrak formal. Pemanfaatan rantai pasok lokal menjadi strategi utama bagi sebagian besar pelaku usaha dalam menjaga ketersediaan produksi mereka. Sebagian besar informan menyatakan bahwa pemasok bahan baku yang digunakan berasal dari lingkungan lokal Kota Parepare, baik yang diperoleh dari pasar tradisional maupun distributor setempat. Hal ini sebagaimana yang diungkapkan oleh pemilik usaha kuliner berikut:

Sebagai pemilik usaha Krumi, AM menerapkan strategi efisiensi ganda dalam operasionalnya. Untuk menjaga kualitas produk hariannya, ia berkomitmen memberdayakan pedagang lokal dengan berbelanja langsung subuh/pagi hari di Pasar Lakessi atau Pasar Labukkang agar mendapatkan bahan yang segar (*fresh*). Sementara itu, untuk bahan baku utama dalam volume besar, ia memilih bermitra dengan distributor resmi di Parepare guna menekan biaya logistik dan memastikan stabilitas stok barang.

"Kalau untuk bahan baku operasional sehari-hari, seutuhnya ambil dari pedagang lokal ji di Parepare sini. Tiap pagi itu langsung ma' pergi belanja di pasar, kayak di Pasar Lakessi atau Pasar Labukkang supaya dapat bahan yang masih segar to. Tapi kalau untuk kebutuhan pokok yang banyak sekali, langganan mi kami' sama distributor resmi yang ada di kota sini. Selain karena dekat baru hemat ongkos transportasi, barangnya juga tette' (selalu)

*pasti ada.*⁶⁴"

Pemilik usaha cemilan pare mengandalkan pasar tradisional lokal (Lakessi/Labukkang) untuk perputaran bahan harian. Untuk kebutuhan toko (grosir/banyak), mereka memotong jalur distribusi eksternal dan memilih distributor resmi lokal Parepare demi menghemat ongkos transportasi dan menjamin pasokan barang agar tidak pernah kosong.

*"Kalau untuk bahan baku operasional sehari-hari, seutuhnya ambil dari pedagang lokal ji di Parepare sini. Tiap pagi itu langsung ma' pergi belanja di pasar, kayak di Pasar Lakessi atau Pasar Labukkang supaya dapat bahan yang masih segar to. Tapi kalau untuk kebutuhan pokok yang banyak sekali, langganan mi kami' sama distributor resmi yang ada di kota sini. Selain karena dekat baru hemat ongkos transportasi, barangnya juga tette' (selalu) pasti ada."*⁶⁵

Dalam bisnis pembuatan kue SY kualitas bahan segar sangat memengaruhi hasil akhir adonan. Oleh karena itu, SY secara konsisten berbelanja setiap pagi di pasar lokal Parepare. Di sisi lain, komoditas pembuat kue yang bersifat tahan lama dan dibutuhkan dalam skala besar (seperti terigu atau gula) dipasok langsung dari distributor lokal kota untuk menjaga kestabilan harga dan ketersediaan stok operasional.

"Kalau untuk bahan baku operasional sehari-hari, seutuhnya ambil dari pedagang lokal ji di Parepare sini. Tiap pagi itu langsung ma' pergi belanja di pasar, kayak di Pasar Lakessi atau Pasar Labukkang supaya dapat bahan

⁶⁴ Unhy, Pemilik Usaha Krumi, Wawancara di Parepare, tanggal 07 Juni 2026.

⁶⁵ *Ibid.*

*yang masih segar to. Tapi kalau untuk kebutuhan pokok yang banyak sekali, langganan mi kami' sama distributor resmi yang ada di kota sini. Selain karena dekat baru hemat ongkos transportasi, barangnya juga tette' (selalu) pasti ada."*⁶⁶

Sebagai pemilik Kedai Bilal, ia mengutamakan bahan-bahan segar dari pedagang pasar lokal Parepare untuk menu makanan/minuman yang disajikan setiap hari. Skema belanja subuh ini dipadukan dengan langganan pada distributor resmi lokal untuk pasokan logistik utama kedai. Langkah ini diambil sebagai strategi manajemen inventaris: menghemat biaya transportasi jarak jauh sekaligus memastikan bahan baku utama selalu siap sedia tanpa hambatan interupsi stok.

*"Kalau untuk bahan baku operasional sehari-hari, seutuhnya ambil dari pedagang lokal ji di Parepare sini. Tiap pagi itu langsung ma' pergi belanja di pasar, kayak di Pasar Lakessi atau Pasar Labukkang supaya dapat bahan yang masih segar to. Tapi kalau untuk kebutuhan pokok yang banyak sekali, langganan mi kami' sama distributor resmi yang ada di kota sini. Selain karena dekat baru hemat ongkos transportasi, barangnya juga tette' (selalu) pasti ada."*⁶⁷

Pemilik Lawanda Pizza menjelaskan bahwa pemilihan pemasok didasarkan pada kemampuannya menyediakan bahan baku secara berkelanjutan, bukan semata-mata harga yang paling murah:

"Saya pilih pemasok itu yang memang sudah mi menyediakan bahan

⁶⁶ Suryani, Pemilik Usaha Kue Suriyani, wawancara di Parepare, 10 Juni 2026.

⁶⁷ *Ibid.*

*baku berkualitas dengan harga yang sesuai dan mampu memenuhi kebutuhan usahaku secara berkelanjutan.*⁶⁸

Menjaga konsistensi hubungan dalam rantai pasok merupakan faktor krusial bagi stabilitas produksi usaha kuliner. Hal serupa disampaikan oleh pemilik Kedai Bilal yang menjaga hubungan dengan pemasok melalui komunikasi yang baik dan pembayaran tepat waktu agar kerja sama dapat berlangsung lama, sehingga sejak usaha berdiri hingga saat ini belum pernah mengganti pemasok utamanya. Pentingnya menjaga komitmen kerja sama ini diuraikan langsung oleh Bilal selaku pemilik usaha:

*"Kuncinya itu ada di komunikasi yang baik sama bagaimana kita' jaga kepercayaan. Makanya kalau masalah pembayaran, selalu ma' usahakan tepat waktu, tidak pernah ditunda-tunda supaya sama-sama enak to. Karena lancar hubungan komunikasi dan transaksinya, makanya kerja sama bisa awet terus. Alhamdulillah, dari awal ini usaha berdiri sampai sekarang, belum pernah ki' ganti pemasok utama, karena sudah saling percaya mi"*⁶⁹

Di sisi lain, fleksibilitas dalam memilih mitra bisnis menjadi strategi alternatif bagi sebagian pelaku usaha demi menjaga efisiensi anggaran produksi. Berbeda dengan itu, sebagian informan lain menyatakan bahwa penggantian pemasok cukup mungkin dilakukan apabila ditemukan harga yang lebih murah atau kualitas bahan yang lebih sesuai kebutuhan. Pertimbangan pragmatis ini diuraikan oleh pemilik usaha warung prasmanan berikut:

⁶⁸ A. Purnawan, Pemilik Usaha Lawanda Pizza, Wawancara di Parepare, tanggal 01 Juni 2026.

⁶⁹ Bilal, Pemilik Kedai Bilal, wawancara di Parepare, 10 Juni 2026

"Kalau kami di sini, tidak paten ki' harus di satu pemasok terus. Kalau ada penjual lain yang tawarkan bahan baku dengan kualitas sama tapi harganya lebih murah, atau mungkin kualitasnya lebih cocok dengan menu baru yang mau kami' bikin, ya pasti beralih ki' ke situ. Namanya juga usaha to, harus pintar-pintar cari yang paling menguntungkan supaya biaya modal tidak membengkak⁷⁰."

Partisipasi pelaku usaha dalam jaringan asosiasi atau komunitas lokal memegang peranan penting dalam mengakselerasi kapasitas bisnis melalui pemanfaatan modal sosial. Kendati demikian, temuan di lapangan menunjukkan bahwa kesadaran untuk berjejaring di kalangan pelaku usaha masih tergolong rendah. Dari keseluruhan informan yang diwawancarai, hanya pemilik Lawanda Pizza yang secara aktif bergabung dalam komunitas atau asosiasi UMKM⁷¹. Keterlibatan tersebut memberikan dampak positif yang signifikan terhadap keberlangsungan usahanya, sebagaimana yang diuraikan berikut ini:

"Kemitraan na bantu sekali ka' memperluas relasi, mudah ka' juga dapat informasi tentang peluang usaha. Kalau ada pelatihan, promosi, sama mudah ka' juga dapat akses berbagai program pendampingan dan pengembangan UMKM.⁷²"

Kondisi ini berbanding terbalik dengan mayoritas pelaku UMKM lainnya di Kota Parepare yang cenderung memilih untuk menjalankan usahanya secara mandiri.

⁷⁰*Ibid.*

⁷¹ Pemilik Lawanda Pizza, wawancara di Parepare, 15 Juni 2026.

⁷²*Ibid.*

Sebagian besar informan lainnya menyatakan bahwa hingga saat ini mereka belum bergabung dalam komunitas atau asosiasi UMKM karena keterbatasan akses hal ini menyebabkan sebagian besar pelaku usaha kuliner lokal kehilangan peluang untuk memperbarui informasi pasar serta program-program stimulan yang disediakan oleh pemerintah maupun lembaga swasta. Meskipun demikian, beberapa di antaranya tetap memiliki bentuk kemitraan informal. Pemilik usaha Krumi misalnya menjalin kerja sama dengan beberapa pihak yang mengambil produknya dalam bentuk frozen untuk dijual kembali: *"Lumayan banyak juga orang yang ambil barang yang bentuk frozen baru nagoreng i sudah itu na ijual kembali lagi."*⁷³

Selain mengandalkan penjualan mandiri, beberapa pelaku usaha menerapkan strategi pemasaran pasif dengan memanfaatkan jaringan penjualan pihak ketiga. Pola serupa ditemukan pada usaha milik SY yang menitipkan produknya kepada penjual kue lain untuk dijual kembali tanpa keterlibatan dalam komunitas formal. Sistem kerja sama titip-jual (*konsinyasi*) tak resmi ini diungkapkan oleh SY selaku pemilik usaha kue tradisional berikut:

*"Kalau saya di sini, dititip ji kue-kue tradisional di penjual lain supaya mereka yang bantu jualkan kembali. Jadi tidak ikut ka' memang di komunitas-komunitas formal begitu, yang penting ada mi orang lain yang bantu pasarkan produk to"*⁷⁴.

Sementara itu, kondisi berbeda ditunjukkan oleh pemilik Kedai Bilal yang menyatakan belum memiliki kemitraan usaha saat ini, tetapi memiliki rencana

⁷³Ibid.

⁷⁴ Suryani, Pemilik Usaha Kue Suriyani, wawancara di Parepare, 10 Juni 2026.

strategis untuk menjalin kemitraan di masa mendatang guna memperluas jaringan dan peluang usaha. Langkah antisipatif ini disampaikan langsung oleh Bilal:

"Kalau sekarang belum ada memang kemitraan taktis yang jalan. Tapi ke depan, ada rencana mi mau jalin kemitraan sama beberapa pihak, supaya bisa lebih luas ini jaringan usaha baru gampang ki' juga dapat peluang-peluang bisnis yang baru."⁷⁵

Pemanfaatan teknologi digital dalam memasarkan produk kuliner di Kota Parepare menunjukkan tingkat adopsi yang beragam. Secara umum, seluruh informan memasarkan produknya melalui kombinasi penjualan langsung (*offline*) dan media sosial, dengan WhatsApp menjadi platform yang paling sering digunakan. Beberapa informan menambahkan platform lain seperti Facebook, Instagram, dan TikTok untuk memperluas jangkauan promosi.

Pandangan informan mengenai efektivitas saluran pemasaran *online* dan *offline* ini cukup bervariasi. Pemilik LAWANDA Pizza menyatakan bahwa saluran pemasaran online memiliki efektivitas yang tinggi dalam mendongkrak omzet usaha. Melalui platform digital, bisnis dapat keluar dari sekat geografis lokal, sebagaimana kutipan berikut:

"Kami rasakan betul kalau pemasaran online itu lebih membantu meningkatkan pendapatan. Kita tidak perlu bergantung sama orang yang lewat di depan toko saja, karena internet bisa menjangkau pelanggan yang posisinya lebih luas di seluruh kota."⁷⁶

Senada dengan hal tersebut, Krumi juga melihat digitalisasi sebagai solusi

⁷⁵ Ibid.

⁷⁶ Wawancara dengan Pemilik Lawanda Pizza, Parepare, 07 Juni 2026.

memperluas basis konsumen. Pemasaran daring dinilai memberikan kontribusi yang lebih masif terhadap pendapatan usaha Krumi lewat jangkauan pasarnya:

"Pemasaran lewat online itu sangat menunjang pendapatan harian usaha Krumi. Lewat medsos, promosi kami bisa dilihat oleh orang banyak, jadi cakupan pelanggan yang bisa diraih jauh lebih luas dibanding kalau cuma pasang spanduk di toko."⁷⁷

Berbeda dengan orientasi digital di atas, Cemilan Pare justru melihat interaksi langsung di toko fisik masih memegang peranan penting. Saluran konvensional ini diakui tetap menjadi tumpuan perputaran modal usaha mereka:

"Kalau ditanya yang mana paling menghasilkan, saluran offline tetap jadi sumber pendapatan utama bagi Cemilan Pare. Pembeli rata-rata lebih suka datang langsung lihat produknya, dan promosi kami juga mengalir alami lewat cerita dari mulut ke mulut saja"

Bagi usaha kuliner tradisional seperti Kue SY, kekuatan rekomendasi personal jauh lebih efektif daripada iklan berbayar di media sosial. Promosi natural inilah yang mengikat loyalitas konsumen offline:

"Usaha kue saya ini masih sangat mengandalkan penjualan offline sebagai sumber pendapatan utama. Promosinya itu tette' (selalu) dari mulut ke mulut (word of mouth). Kalau ada satu orang bilang enak, nanti dia cerita

⁷⁷ Ibid.

ke tetangga atau keluarganya, dari situ mi datang pelanggan baru."⁷⁸

Di sisi lain, Pemilik Kedai Bilal menyoroti bahwa keengganan beralih sepenuhnya ke pasar online bukan tanpa alasan. Terdapat kendala teknis dan operasional di lapangan, seperti masalah kurir pengantaran yang membatasi ruang gerak usaha digital:

" sebenarnya di tau ji potensi online, tapi kalo untuk sekarang toko offline yang paling banyak sumber pendapatan paling besar. promosi mulut ke mulut juga lebih mudah dipercaya kalo disini, kami juga masih terkendala masalah keterbatasan logistik kalau mau fokus kirim-kirim barang lewat online."⁷⁹

Hampir seluruh informan menyatakan tidak memiliki kurir khusus untuk pengantaran produk, kecuali Lawanda Pizza yang telah bekerja sama dengan beberapa kurir pihak ketiga untuk mengoptimalkan layanan antar⁸⁰.

Di sisi lain, masih ditemukan pelaku usaha yang sepenuhnya mengandalkan metode konvensional dan belum menyentuh ranah digitalisasi. Pemilik usaha prasmanan, RW, menyatakan belum menggunakan pemasaran digital sama sekali dalam operasional usahanya. Hal ini sebagaimana yang diungkapkannya berikut:

"Saya tidak pakai ji' pemasaran digital. Selama ini berjalan lancar ji lewat penjualan langsung di warung, jadi belum terpikir ma' untuk promosi pakai media sosial atau aplikasi begitu."⁸¹

⁷⁸ Ibid.

⁷⁹ Ibid.

⁸⁰ Pemilik Lawanda Pizza, wawancara di Parepare, 15 Juni 2026.

⁸¹ Rikawati, Pemilik Usaha Prasmanan Rikawati, wawancara di Parepare, 10 Juni 2026.

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh pemilik Es Teler Bahagia, yang menyebutkan bahwa usahanya belum memanfaatkan teknologi digital secara khusus dalam memasarkan produk⁸².

c. Modal Pendapatan Berkelanjutan (*Sustainable Income Capital*)

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa penerapan modal pendapatan berkelanjutan pada UMKM di Kota Parepare masih didominasi oleh pengelolaan keuangan yang bersifat sederhana dan bertumpu pada modal pribadi, sedangkan pengelolaan keuangan yang sistematis serta pemanfaatan sumber pembiayaan eksternal belum menjadi praktik umum bagi sebagian besar pelaku usaha.

Dari keseluruhan informan yang diwawancarai, UMKM Krumi, Delnafa Cake, Simoist Cake, Cemilan Pare, Kue Lampu Merah, Warung Ida, Warung Hulk 57, Dan Es Teler Bahagia masih mencatat keuangan usaha secara sederhana tanpa pembukuan khusus dan tidak memiliki tim pengelola keuangan. Lalu hanya AP pemilik Lawanda Pizza yang telah menerapkan pencatatan keuangan secara sistematis melalui pembukuan dan laporan keuangan usaha.

Pada usaha Delnafa milik Ibu MK, pengelolaan keuangan dilakukan secara mandiri dengan mencatat keuangan secara sederhana.

*"Kalau pembukuan di sini, saya catat sederhana ji di buku nota, yang penting tahu berapa masuk dan keluar."*⁸³

AM konsisten menerapkan sistem pencatatan keuangan yang sederhana untuk

⁸²Wawancara, Es Teler Bahagia, 2026.

⁸³ Marwah Kadir, Pemilik Usaha Delnafa, wawancara di Parepare, 04 Juni 2026

memantau perputaran usaha harian secara mandiri. *"Kalau catatan keuangan masih sederhana sekali ji saya bikin."*⁸⁴

Optimalisasi saluran pemasaran multiguna yang dipadukan dengan kemandirian modal menjadi karakteristik penting dalam manajemen keuangan mikro. Hal ini diterapkan oleh usaha Cemilan Pare milik UH yang memperoleh pendapatan dari hasil kombinasi penjualan secara *online* dan *offline*. UH memfokuskan pencatatan arus kas pada kombinasi saluran pemasaran multiguna, baik yang berasal dari penjualan langsung maupun pesanan daring.

*"Kalau pemasukan di sini, alhamdulillah lancar ji karena jalan dua-duanya, baik yang beli langsung di toko maupun yang pesan lewat online"*⁸⁵

Simoist secara konsisten mengaplikasikan pembukuan yang sederhana namun fungsional, disesuaikan dengan volume keluar masuknya uang usaha.

*"Kalau asalah keuangan, saya catat yang sederhana ji, yang jelas sesuai dengan kebutuhan keluar masuknya uang usaha."*⁸⁶

Kemandirian finansial yang ditopang oleh alokasi anggaran yang tepat sasaran menjadi strategi utama bagi pelaku usaha mikro dalam menjaga stabilitas usahanya. Karakteristik ini terlihat pada usaha kuliner milik SY yang konsisten mencatat keuangan secara sederhana.

"Kalau catatan keuangan di sini, saya bikin yang sederhana ji di buku, yang

⁸⁴ *Ibid.*

⁸⁵ Unhy, Pemilik Usaha Cemilan Pare, wawancara di Parepare, 07 Juni 2026.

⁸⁶ Yeni, Pemilik Usaha Simoist, wawancara di Parepare, 02 Juni 2026.

*penting jelas berapa pengeluaran sama pemasukan tiap hari*⁸⁷

*"Kalau untuk pembukuan, sama ji dengan yang lain, masih saya catat sederhana ji di buku harian yang penting jelas pemasukan sama pengeluaran, karena selalu juga saya pantau terus*⁸⁸*."*

Kedisiplinan dalam memantau perputaran uang harian secara riil menjadi indikator penting dalam menjaga akurasi keuangan usaha mikro. Langkah preventif ini diterapkan pada usaha Prasmanan dan Aneka Minuman milik RW. Di samping mencatat keuangan secara sederhana, RW secara konsisten melakukan *cash opname* atau penghitungan fisik uang kas setiap hari setelah aktivitas usaha selesai untuk mencocokkan saldo riil dengan catatan harian.

*"Kalau pembukuan di sini, saya catat yang sederhana ji di buku harian. Tapi yang paling penting itu, setiap malam setelah warung tutup, wajib ma' itu hitung ulang semua uang tunai yang masuk atau cash opname to, supaya pas ki' dengan catatan nota dan tidak ada uang yang selisih*⁸⁹*."*

Ketelitian dalam mencocokkan saldo kas harian menjadi strategi penting bagi pelaku usaha kuliner untuk menghindari risiko kehilangan modal. Pola pengelolaan ini turut diterapkan pada usaha Es Teler Bahagia milik AW. Di samping mencatat keuangan secara sederhana, AW secara konsisten melakukan *cash opname* atau penghitungan fisik uang kas setiap hari setelah operasional usaha selesai.

"Kalau pembukuan di sini, saya catat yang sederhana ji di buku harian, yang penting tahu berapa modal keluar dan omzet masuk to. Tapi wajib sekali ka'

⁸⁷ Suryani, Pemilik Usaha Kue Suriyani, wawancara di Parepare, 10 Juni 2026.

⁸⁸ Wahida, Pemilik Usaha Nasi Campur Wahida, wawancara di Parepare, 10 Juni 2026.

⁸⁹ Rikawati, Pemilik Usaha Prasmanan Rikawati, wawancara di Parepare, 10 Juni 2026.

itu hitung ulang uang fisik di laci setiap malam setelah warung tutup atau cash opname, supaya klop ki' dengan nota penjualan dan tidak ada yang selisih.⁹⁰

Akurasi pencatatan kas meskipun dalam format yang bersahaja menjadi langkah awal yang baik menuju tata kelola keuangan UMKM yang sehat. Praktik ini ditunjukkan oleh Kedai Bilal milik EN. Meskipun mencatat keuangan secara sederhana, EN memiliki kedisiplinan untuk memisahkan pencatatan antara pos pemasukan dan pos pengeluaran secara tegas agar arus kas tidak bercampur.

"Kalau pembukuan di sini, saya catat yang sederhana ji di buku, tapi sengaja saya pisah halamannya antara uang masuk sama uang keluar supaya tidak pusing ki' lihat ke mana saja itu perputaran uang usaha to."⁹¹

Sementara itu, transisi dari pengelolaan keuangan konvensional menuju sistem yang akuntabel menjadi pembeda utama dalam tingkat maturitas manajemen UMKM. Dalam konteks ini, Lawanda Pizza milik AP menjadi satu-satunya UMKM yang telah menerapkan pengelolaan keuangan secara sistematis melalui pembukuan dan laporan keuangan usaha yang terstruktur. Keunggulan tata kelola ini didukung oleh adanya tim pengelola keuangan khusus yang bertugas mengevaluasi arus kas, serta diperkuat oleh kemampuan pemilik dalam memanfaatkan akses pembiayaan dari lembaga keuangan maupun program stimulan dari pemerintah untuk ekspansi bisnis. Pengelolaan keuangan yang profesional ini diuraikan langsung oleh AP:

⁹⁰ Andi Wahyuni, Pemilik Usaha Es Teler Bahagia, wawancara di Parepare, 10 Juni 2026.

⁹¹Eni, Pemilik Kedai Bilal, wawancara di Parepare, 10 Juni 2026.

*"Kalau di Lawanda Pizza dek, kami sudah tidak pakai pencatatan manual yang campur-campur lagi. Semua sistem keuangan sudah terstruktur rapi lewat pembukuan dan ada laporan keuangan berkala tiap bulan. Apalagi sekarang canggihmi, adami aplikasi pembukuan lengkapmi juga bisaki lihat keuntunganta hari ini, bulan kemarin, dan tahun-tahun sebelumnya. Dan kebetulan ada memang tim khusus yang saya bentuk untuk kelola itu bagian keuangan to. Selain andalkan perputaran omzet harian, kami juga aktif memanfaatkan akses pembiayaan dari lembaga keuangan formal sama ikut program bantuan pendanaan dari pemerintah. Alhamdulillah, modal eksternal itu sangat bantu ki' untuk akselerasi perluas cabang sama tambah kapasitas produksi."*⁹².

Usaha Delnafa konsisten menggunakan kembali keuntungan usaha untuk kebutuhan operasional, tidak pernah mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan, dan memprioritaskan investasi pada peralatan usaha.

*"Jujur, tidak pernah ka' mau ambil pinjaman atau pembiayaan di bank, takut ka' pusing cicilannya to. Jadi kalau ada uang lebih, lebih baik saya pakai investasi cicil beli alat-alat usaha yang baru supaya bisa tambah lancar produksi."*⁹³

Dalam hal permodalan, AM memilih kemandirian finansial dan melakukan inovasi dengan diversifikasi pendapatan melalui lini usaha sampingan untuk memperkuat modal operasionalnya.

"Terus kalau modal, memang tidak pernah ka' mau ambil pinjaman di lembaga keuangan atau bank to. Tapi supaya ada pemasukan tambahan untuk putar modal, sengaja ma' buka usaha sampingan di warung. Jadi selain jual makanan Krumi, saya jadi agen BRILink juga sama jual pulsa. Alhamdulillah, lumayan sekali ini hasilnya karena saling menopang ki' jadi

⁹² Ibid.

⁹³ Ibid.

pendapatan tidak berpatokan di kuliner saja."

UH memilih untuk memutar kembali seluruh keuntungan yang diperoleh sebagai modal operasional lanjutan tanpa melibatkan pembiayaan lembaga keuangan eksternal.

"Terus kalau masalah modal, semua keuntungan yang didapat itu mi lagi yang saya putar kembali untuk beli bahan baku dan keperluan usaha berikutnya. Jadi dari awal bangun ini Cemilan Pare sampai sekarang, tidak pernah ka' itu mau ambil pinjaman atau pembiayaan formal di bank, karena mau ka' kelola modal sendiri saja supaya lebih tenang"⁹⁴

Untuk alokasi modal operasional Simoist sepenuhnya mengandalkan dana internal, di mana keuntungan usaha diprioritaskan untuk investasi aset produksi dan bahan baku premium guna menjaga loyalitas konsumen.

"Kalau untuk modal operasional, belum pernah mau mengambil pinjaman dari bank atau lembaga keuangan lainnya. Jadi kalau ada keuntungan lebih dari penjualan, saya prioritaskan untuk investasi beli alat produksi yang bagus sama bahan baku yang premium. Karena bagi saya, nomor satu itu kualitas produk supaya pelanggan tetap suka dan datang terus beli."⁹⁵

Kemandirian finansial SY pertahankan sepenuhnya tanpa pinjaman bank, yang seluruh keuntungan dialokasikan langsung untuk peremajaan peralatan dapur demi memacu produktivitas kerja.

⁹⁴ *Ibid.*

⁹⁵ *Ibid.*

"Terus kalau modal, alhamdulillah dari awal memang murni pakai modal sendiri, tidak pernah ka' mau ambil pinjaman di bank atau lembaga lain. Makanya kalau ada keuntungan lebih, langsung ma' prioritaskan untuk investasi cicil beli alat-alat produksi yang baru supaya kerja di dapur bisa lebih cepat baru hasilnya juga maksimal."⁹⁶

WH menunjukkan paradigma berbeda dengan mengalokasikan modal sendiri secara strategis untuk investasi pengembangan kapasitas dan kesejahteraan sumber daya manusia (SDM).

"Terus modalnya juga murni pakai modal sendiri dari awal. Tapi kalau ada keuntungan lebih, saya agak beda sedikit, karena lebih saya prioritaskan untuk investasi ke karyawanku. Saya perhatikan kesejahteraannya, kasi' bonus kalau ramai, sama diajar baik-baik cara layani pembeli yang ramah. Karena bagi saya, biar bagus produk kalau pelayanan dari karyawan tidak maksimal, pembeli malas juga datang kembali. Jadi modal utama itu ada di orang yang bantu ki' kerja"⁹⁷

Keuntungan dari perputaran modal internal RW diinvestasikan kembali secara berkala untuk pengadaan dan peremajaan alat usaha penunjang kenyamanan pelayanan pelanggan.

"Terus kalau ada keuntungan lebihnya, langsung saya prioritaskan untuk investasi beli peralatan usaha yang baru, seperti tambah kursi, meja, atau alat blender buah supaya pelayanan ke pembeli bisa lebih cepat dan

⁹⁶ Ibid.

⁹⁷ Ibid.

nyaman."⁹⁸

Kebijakan alokasi modal AW berfokus pada penguatan kapasitas internal, yakni pengadaan alat operasional baru dan pemenuhan stok bahan baku premium.

*"Terus kalau ada keuntungan lebih, saya langsung prioritaskan untuk investasi beli peralatan usaha yang baru sama stok bahan baku yang premium supaya kualitas rasa es teler tetap terjaga dan pelanggan tidak kecewa."*⁹⁹

EN mengelola modal operasional secara mandiri tanpa pembiayaan formal, di mana keuntungan yang diperoleh difokuskan untuk investasi melengkapi inventaris kedai.

*"Terus kalau masalah modal, murni dari hasil jualan dan belum pernah ka' itu mau ambil pinjaman atau pembiayaan formal di bank. Jadi kalau ada untung lebih, langsung ma' prioritaskan untuk investasi beli peralatan usaha yang baru dulu supaya makin lengkap alat di kedai."*¹⁰⁰

Merujuk pada hasil wawancara di atas, pelaksanaan prinsip ekonomi berkelanjutan pada Lawanda Pizza dalam dimensi model pendapatan dan pengelolaan finansial dapat dianalisis melalui dua aspek utama, yaitu

Lawanda Pizza telah menunjukkan komitmen modernisasi usaha dengan meninggalkan sistem pencatatan manual yang rentan terhadap kekeliruan. Penggunaan aplikasi pembukuan digital memungkinkan pelaku usaha memantau profitabilitas secara *real-time* (harian, bulanan, hingga tahunan). Keberadaan tim

⁹⁸ *Ibid.*

⁹⁹ *Ibid.*

¹⁰⁰ *Ibid.*

husus yang mengelola sektor keuangan ini mencerminkan adanya struktur organisasi yang profesional. Dalam konteks ekonomi berkelanjutan, pencatatan yang terstruktur dan rapi menjadi fondasi penting untuk menjamin akuntabilitas usaha serta mempermudah evaluasi kinerja ekonomi jangka panjang.

Karakteristik manajemen finansial yang akuntabel ini diuraikan langsung oleh pemilik Lawanda Pizza sebagai berikut:

"Biasanya mencari informasi pembiayaan untuk UMKM melalui lembaga keuangan maupun program pemerintah serta memanfaatkan jaringan dan relasi usaha yang dimiliki. Kalau di Lawanda Pizza, kami sudah tidak pakai pencatatan manual yang campur-campur lagi karena ada memang tim khusus yang kelola itu bagian pembukuan to. Jadi kalau ada info peluang modal eksternal atau program bantuan, langsung ki' bisa urus syarat-syarat administrasinya dengan cepat¹⁰¹."

Praktik tersebut menunjukkan bahwa Lawanda Pizza Selain mengandalkan arus kas dari omzet harian, Lawanda Pizza menerapkan strategi akselerasi bisnis yang progresif melalui pemanfaatan modal eksternal. Akses pembiayaan ini diperoleh secara formal melalui dua jalur, yaitu lembaga keuangan legal dan program bantuan pendanaan dari pemerintah. Diversifikasi sumber modal ini tidak hanya memperkuat likuiditas usaha, tetapi juga terbukti efektif dalam mendukung keberlanjutan ekspansi bisnis, seperti perluasan cabang dan peningkatan kapasitas produksi secara masif. Ditinjau dari perspektif ekonomi Islam, pemanfaatan bantuan pemerintah dan lembaga formal yang transparan ini sejalan dengan prinsip pengembangan usaha yang

¹⁰¹ *Ibid.*

produktif, aman, dan maslahat.

d. Posisi dalam Rantai Nilai (*Position in the Value Chain*)

Berdasarkan hasil wawancara terhadap pelaku UMKM kuliner di Kota Parepare, ditemukan bahwa posisi pelaku usaha dalam rantai nilai kuliner lokal didominasi oleh aktivitas hilir, yaitu fokus pada proses produksi akhir, pengemasan, dan pemasaran langsung kepada konsumen. Integrasi rantai nilai yang dilakukan oleh sebagian besar informan masih bersifat konvensional, sedangkan hubungan dengan aktor hulu (pemasok bahan baku) dan aktor hilir berjalan secara transaksional tanpa adanya kolaborasi strategis jangka panjang.

Dari informan yang diwawancarai memegang kendali penuh dalam penentuan proposisi nilai dan proses penyiapan produk untuk menjaga konsistensi kualitas. Dalam hal efisiensi operasional, beberapa informan telah menunjukkan pemanfaatan teknologi digital seperti WhatsApp dan media sosial untuk memperpendek rantai pemasaran langsung ke tangan konsumen di antaranya Delnafa Cake, Lawanda Pizza, Cemilan Pare, Krumi, Simoist, Kedai Bilal, sehingga dapat menekan biaya perantara.

"Kami sekarang memanfaatkan teknologi digital seperti WhatsApp dan media sosial untuk pemasaran. Langkah ini sangat efektif untuk memperpendek rantai distribusi sehingga kami bisa langsung berhadapan dengan konsumen. Dampak positifnya, kami berhasil menekan biaya perantara dan membuat operasional usaha menjadi jauh lebih efisien." ¹⁰²

Sementara itu, dalam aspek pengelolaan kemasan sebagai bagian dari rantai nilai operasional, terdapat variasi yang signifikan. Beberapa informan mengandalkan

¹⁰² Wawancara bersama dengan Pemilik Delnafa Cake, Pemilik Lawanda Pizza, Pemilik Cemilan Pare, Pemilik Krumi, Pemilik Simoist, dan Pemilik Kedai Bilal, Juni 2026.

kemasan non-organik tradisional demi kepraktisan dan keamanan distribusi di antaranya Delnafa Cake, Lawanda Pizza, Cemilan Pare, Krumi, Simoist, Kedai Bilal, Kue Lampu Merah, Warung Hulk 57, Warung Ida. Sedangkan hanya 2 informan yang mulai mengintegrasikan pengelolaan limbah kemasan dengan memilih material yang ramah lingkungan yaitu Lawanda Pizza dan Simoist.

Dari hasil penemuan di lapangan ditemukan bahwa beberapa informan masih menggunakan kemasan non organik di antaranya adalah warung perasmanan

*"Untuk membungkus nasi saya masih menggunakan kertas, dan juga menggunakan cup plastik untuk penyajian minuman"*¹⁰³

Salah satu temuan spesifik terkait fleksibilitas dalam rantai nilai ditemukan pada UMKM Lawanda Pizza. Pemilik usaha, AP, menjelaskan bahwa penyiapan pesanan dilakukan secara cepat dengan memberikan ruang penyesuaian menu demi merespons keinginan konsumen. Selain itu, mereka telah memposisikan kemasan sebagai nilai tambah dalam rantai distribusinya:

*"Saya ini masih menggunakan kemasan box yang lebih ramah lingkungan, selain itu gampang juga terurai, dan tetap ji juga menarik dan mampu menjaga kualitas produk"*¹⁰⁴.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa Lawanda Pizza berhasil mengoptimalkan aktivitas rantai nilainya tidak hanya untuk menjaga kualitas fisik pizza hingga ke tangan konsumen, melainkan juga untuk menciptakan nilai

¹⁰³ Rikawati, Pemilik Warung Prasmanan, wawancara di Parepare, 10 Juni 2026.

¹⁰⁴ Yeni, Pemilik Usaha Simoist, wawancara di Parepare, 02 Juni 2026.

keberlanjutan. Praktik serupa dalam rantai nilai hilir juga diterapkan oleh usaha Simoist, yang menggunakan kemasan *box* dari bahan yang lebih mudah terurai untuk produk kue *custom* mereka. Pemilik Simoist menegaskan hal senada:

"Kalau kemasan untuk kue jualan ku', sengaja ma' pakai yang bahan dus box yang gampang hancur kalau dibuang. Biar didapat di tempat sampah, gampang ji terurai to. Yang penting bentuknya tetap kelihatan bagus dan kuenya aman tidak hancur pas dibawa sama pembeli."¹⁰⁵

Di sisi lain, perluasan jaringan rantai nilai yang berdampak sosial ditemukan pada usaha Krumi milik Amirah. Krumi tidak hanya mengandalkan penjualan langsung ke konsumen akhir, melainkan juga memperluas posisi rantai nilainya dengan melibatkan mitra usaha kecil di sekitarnya melalui sistem keagenan produk beku:

"Ada. Beberapa orang mengambil produk dalam bentuk frozen untuk kemudian digoreng dan dijual kembali. Jadi sama-sama ki' jalan usahata', saya pasok barang mentah yang beku, mereka yang goreng baru jual ke pelanggannya. Alhamdulillah saling bantu ki' cari rezeki."¹⁰⁶

Pernyataan tersebut membuktikan bahwa Krumi bertindak sebagai produsen utama yang menggerakkan roda ekonomi aktor hilir lainnya, sehingga memperkuat struktur jaringan nilai lokal di Parepare. Perluasan dampak sosial ini juga dirasakan oleh beberapa UMKM lain yang melibatkan masyarakat sekitar sebagai tenaga kerja atau reseller lokal. Sementara itu, sebagian besar informan lainnya masih berada pada

¹⁰⁵ AP, Pemilik Lawanda Pizza, wawancara di Parepare, 15 Juni 2026.

¹⁰⁶ Amirah, Pemilik Usaha Krumi, wawancara di Parepare, 07 Juni 2026.

posisi rantai nilai yang berfokus penuh pada stabilitas operasional internal dan peningkatan volume penjualan. Keterbatasan kapasitas membuat mereka belum mampu mengembangkan kebijakan rantai nilai hijau (*green value chain*) yang berorientasi lingkungan. Pelaku usaha seperti Delnafa masih menggunakan kemasan dus dan *styrofoam* karena dianggap paling sesuai dengan kebutuhan logistik kue. Ibu MK selaku pemilik Delnafa mengungkapkan:

"Masih pakai styrofoam sama gabus biasa ji saya kalau simpan kue, karena itu pi yang paling pas kurasa menahan suhu kue supaya tidak cepat rusak kalau dibawa jauh. Belum kepikiran ka' ganti ke bahan ramah lingkungan karena susah juga dicari di Parepare baru agak mahal to."¹⁰⁷

Begitu pula dengan usaha milik Sy yang menggunakan kemasan plastik, serta Es Teler Bahagia yang mengandalkan *cup* plastik. Pemilik Kedai Bilal juga mengakui bahwa meskipun kemasan yang digunakan saat ini sangat praktis dan aman untuk makanan, aspek keramahan lingkungan belum menjadi prioritas dalam rantai operasional mereka:

"Kalau kemasan di kedai, yang penting praktis, aman, dan tidak tumpah ji kalau dibawa pulang sama pembeli. Masalah ramah lingkungan atau tidaknya, jujur belum jadi prioritas utama ka' di sini, karena fokus ki' dulu bagaimana supaya jualan lancar tiap hari."¹⁰⁸

Temuan penelitian menunjukkan bahwa posisi dalam rantai nilai pada UMKM kuliner di Kota Parepare belum bertransformasi secara menyeluruh menuju

¹⁰⁷ Marwah Kadir, Pemilik Usaha Delnafa, wawancara di Parepare, 04 Juni 2026.

¹⁰⁸ Eni, Pemilik Kedai Bilal, wawancara di Parepare, 10 Juni 2026.

keberlanjutan. Aktivitas rantai nilai masih dominan berorientasi pada aspek ekonomi yang diterapkan oleh seluruh informan melalui efisiensi fungsional dan kualitas produk, diikuti oleh perluasan rantai nilai sosial oleh 6 informan melalui kemitraan lokal, sedangkan rantai nilai hijau yang memperhatikan kelestarian lingkungan baru diinisiasi secara nyata oleh 2 informan. Dengan demikian, tata kelola rantai nilai UMKM di Kota Parepare masih lebih menitikberatkan pada pencapaian nilai ekonomi di tingkat hilir dibandingkan keseimbangan sirkular yang terintegrasi.

B. Pembahasan

1. Pelaksanaan Prinsip Ekonomi Berkelanjutan oleh UMKM Kuliner Lokal di Kota Parepare

Untuk menjawab rumusan masalah pertama mengenai pelaksanaan prinsip ekonomi berkelanjutan oleh UMKM kuliner lokal di Kota Parepare, pembahasan ini disusun berdasarkan pendekatan *Trole Bottom Line* yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Ketiga aspek tersebut dianalisis berdasarkan temuan penelitian yang diperoleh melalui empat komponen model bisnis berkelanjutan menurut Stubbs dan Cocklin (2008), yaitu proposisi nilai berkelanjutan, struktur jaringan berkelanjutan, modal pendapatan berkelanjutan, dan posisi dalam rantai nilai. Keempat komponen tersebut digunakan sebagai dasar analisis dalam menjelaskan pelaksanaan prinsip ekonomi berkelanjutan pada masing-masing aspek *Triple Bottom Line*¹⁰⁹.

¹⁰⁹ Ibid.

a. Aspek Ekonomi

Berdasarkan hasil penelitian, aspek ekonomi merupakan dimensi yang paling dominan dalam pelaksanaan prinsip ekonomi berkelanjutan pada UMKM kuliner lokal di Kota Parepare. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM cenderung memberikan perhatian yang lebih besar terhadap berbagai upaya yang dapat menjaga keberlangsungan dan daya saing usahanya dalam jangka panjang. Bentuk perhatian tersebut tercermin dari kemampuan pelaku usaha dalam menciptakan nilai bagi konsumen melalui penyediaan produk yang berkualitas.

Dalam upaya menjaga keberlanjutan usaha, strategi penciptaan nilai dan penguatan posisi pasar diimplementasikan operasional berikut:

Penyediaan Produk Berkualitas: Usaha berfokus pada standarisasi bahan baku dan proses produksi untuk memastikan konsistensi produk yang diterima konsumen. Sebagai contoh, UMKM kuliner menerapkan standar kebersihan yang ketat dan memilih bahan segar harian guna mempertahankan cita rasa¹¹⁰. Kualitas produk yang konsisten ini menjadi fondasi utama dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen jangka panjang¹¹¹

Pertahanan Harga yang Terjangkau: Strategi penetapan harga dilakukan secara kompetitif tanpa mengorbankan margin keuntungan yang sehat. Contohnya, usaha melakukan efisiensi biaya operasional atau memanfaatkan subsidi silang antar-produk agar harga jual tetap ramah di

¹¹⁰ *Ibid.*

¹¹¹ Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson. (Untuk mendukung poin kualitas produk dan loyalitas)

kantong target pasar utama. Penyelarasan harga yang bernilai tinggi dengan biaya rendah sangat krusial untuk mempertahankan daya saing di pasar yang sensitif terhadap harga¹¹²

Inovasi Produk Sesuai Kebutuhan Pasar: Inovasi dilakukan secara berkala berbasis tren dan umpan balik konsumen. Sebagai contoh, menciptakan varian produk baru yang lebih sehat (seperti opsi rendah gula atau *gluten-free*) untuk merespons pergeseran gaya hidup sehat masyarakat saat ini. Kemampuan beradaptasi melalui inovasi produk ini terbukti memperpanjang siklus hidup produk dan mencegah kejenuhan pasar.¹¹³

Pembangunan Hubungan Baik dengan Pemasok dan Mitra Usaha: Kolaborasi dibangun atas dasar saling menguntungkan (*win-win solution*). Contoh penerapannya adalah komitmen pembayaran tepat waktu kepada pemasok bahan baku lokal guna mendapatkan prioritas pasokan dan harga khusus. Hubungan kemitraan yang kokoh ini berfungsi sebagai pengaman rantai pasok dari risiko kelangkaan atau fluktuasi harga yang ekstrem¹¹⁴

Pengelolaan Pendapatan secara Berkelanjutan: Manajemen keuangan difokuskan pada arus kas yang sehat dan diversifikasi sumber

¹¹² Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press. (Untuk mendukung analisis strategi harga dan keunggulan kompetitif).

¹¹³ Drucker, P. F. (2014). *Innovation and Entrepreneurship*. Routledge. (Untuk memperkuat poin pentingnya inovasi produk)

¹¹⁴ Christopher, M. (2016). *Logistics & Supply Chain Management*. Pearson UK. (Untuk memperkuat analisis hubungan dengan pemasok/mitra).

pendapatan. Misalnya, menyisihkan sebagian keuntungan sebagai dana cadangan (modal kerja) serta memanfaatkan sistem pencatatan digital untuk memantau laba-rugi secara *real-time*. Pengelolaan keuangan yang disiplin merupakan pilar stabilitas usaha dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi¹¹⁵.

Pemanfaatan Teknologi Digital: Digitalisasi diadopsi pada lini pemasaran dan operasional untuk memperluas jangkauan pasar. Contohnya meliputi optimalisasi penjualan melalui platform *e-commerce*, penggunaan media sosial secara aktif, serta implementasi sistem pembayaran nontunai (*cashless/QRIS*). Integrasi teknologi digital ini terbukti mempercepat penetrasi pasar dan meningkatkan efisiensi transaksi¹¹⁶.

Peningkatan Kualitas Pelayanan: Responsivitas dan keramahan menjadi standar utama dalam berinteraksi dengan pelanggan. Sebagai contoh, menyediakan layanan pengiriman yang cepat serta menanggapi keluhan atau ulasan konsumen di media sosial secara profesional dan solutif. Pelayanan yang prima berkontribusi langsung pada peningkatan retensi pelanggan dan pembentukan citra merek yang positif¹¹⁷.

¹¹⁵ Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2019). *Fundamentals of Financial Management*. Cengage Learning. (Untuk mendukung poin manajemen pendapatan berkelanjutan).

¹¹⁶ Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). *Leading Digital: Turning Technology into Business Transformation*. Harvard Business Press. (Untuk mendukung poin digitalisasi usaha).

¹¹⁷ Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. McGraw-Hill. (Untuk mendukung poin kualitas pelayanan).

Berbagai praktik tersebut menunjukkan bahwa orientasi ekonomi masih menjadi prioritas utama dalam pengelolaan usaha, karena keberlangsungan usaha dipandang sebagai prasyarat penting untuk mempertahankan aktivitas produksi, memenuhi kebutuhan konsumen, serta meningkatkan pendapatan pelaku usaha. Kondisi ini sejalan dengan konsep *Triple Bottom Line* Yang dikemukakan oleh John Elkington, yang menempatkan aspek ekonomi (*profit*) sebagai salah satu pilar utama keberlanjutan. Dalam konsep tersebut, aspek ekonomi tidak hanya dimaknai sebagai upaya memperoleh keuntungan, tetapi juga mencerminkan kemampuan suatu usaha untuk mempertahankan kelangsungan operasional, menciptakan nilai ekonomi secara berkesinambungan, serta menjaga daya saing usaha tanpa mengabaikan tanggung jawab sosial dan lingkungan¹¹⁸.

Hasil analisis terhadap komponen modal pendapatan berkelanjutan menunjukkan bahwa orientasi ekonomi UMKM kuliner di Kota Parepare masih bertumpu pada model pengelolaan keuangan tradisional dan penguatan modal internal (*bootstrapping*). Berdasarkan teori bisnis berkelanjutan, ketergantungan pada modal sendiri serta pencatatan keuangan yang tidak terpisahkan dari kas rumah tangga membatasi kemampuan UMKM untuk melakukan eskalasi pasar. Mayoritas pelaku usaha, seperti Krumi, Delnafa Cake, Simoist Cake, Cemilan Pare, Kue Lampu Merah, Warung Ida, Warung Hulk 57, Kedai Bilal, dan Es Teler Bahagia, menerapkan manajemen keuangan berbasis kebutuhan harian tanpa pembukuan terstruktur.

¹¹⁸ John Elkington, *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business* (Oxford: Capstone Publishing, 1997).

Sebaliknya, ditemukan kasus unik pada Lawanda Pizza (AP) yang telah mengintegrasikan sistem pencatatan keuangan digital dan laporan laba-rugi periodik untuk menjaga transparansi serta stabilitas arus kas usaha. Hal ini dipertegas oleh pernyataan AP selaku pemilik Lawanda Pizza:

"Dari awal sudah memangma berkomitmen untuk kasi pisah uang pribadi dengan uang usaha. saya pakai aplikasi kasir digital dan ada laporan bulanan supaya jelas berapa keuntungan bersih yang bisa diputar lagu untuk ekspansi bisnis, bukan sekadar untuk makan sehari-hari."¹¹⁹

Dari aspek permodalan dan diversifikasi, kelangkaan akses terhadap pembiayaan eksternal umumnya dipicu oleh kehati-hatian pelaku usaha atau alokasi dana yang tidak tepat sasaran, seperti yang dilakukan oleh pemilik Krumi (AM) yang memanfaatkan pembiayaan eksternal untuk sektor non-kuliner. Uniknya, Krumi menerapkan strategi mitigasi risiko pendapatan melalui diversifikasi horizontal sebagai agen BRILink dan pulsa guna menyubsidi stabilitas ekonomi usahanya. Sementara itu, Lawanda Pizza menjadi satu-satunya informan yang berhasil mengombinasikan modal internal, pembiayaan lembaga keuangan, dan stimulus program pemerintah untuk akselerasi usaha.

Ketergantungan pada modal internal dan minimnya pembukuan formal ini sejalan dengan temuan terdahulu yang menyatakan bahwa UMKM lokal cenderung terjebak dalam skala mikro akibat lemahnya tata kelola keuangan formal dan

¹¹⁹ *Ibid.*

keengganan mengambil risiko pembiayaan eksternal¹²⁰. Namun, inovasi diversifikasi pendapatan yang dilakukan oleh pelaku usaha seperti Krumi terbukti mampu menjadi bantalan ekonomi (*economic buffer*) yang menjaga resiliensi UMKM saat pendapatan utama dari sektor kuliner mengalami fluktuasi¹²¹.

Hasil analisis pada komponen posisi dalam rantai nilai mengindikasikan bahwa UMKM kuliner di Kota Parepare secara umum menempati posisi hilir murni (*pure downstream*), bertindak sebagai produsen sekaligus pemasar langsung ke konsumen akhir tanpa adanya integrasi vertikal ke hulu. Pola ini membatasi margin keuntungan karena pelaku usaha sangat rentan terhadap fluktuasi harga bahan baku di tingkat pemasok.

Untuk meningkatkan efisiensi dan memperpendek rantai pemasaran, ditemukan diferensiasi strategi di mana sebagian informan (Delnafa Cake, Lawanda Pizza, Cemilan Pare, Krumi, Simoist, dan Kedai Bilal) telah mengadopsi digitalisasi pemasaran melalui WhatsApp dan media sosial. Adopsi teknologi ini memangkas ketergantungan pada makelar atau perantara fisik. Sebaliknya, pola konvensional masih dipertahankan oleh Prasmanan (RK), Warung Ida (WD), dan Es Teler Bahagia (AW) yang sepenuhnya bergantung pada metode pemasaran *word-of-mouth* dan kunjungan langsung, sehingga membatasi jangkauan pasar mereka.

¹²⁰ Tambunan, *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2021)

¹²¹ N. Fitriani & A. Wijaya, "Strategi Diversifikasi Pendapatan dan Resiliensi Ekonomi Usaha Mikro di Sektor Kuliner," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol. 12, No. 2, 2024

Temuan unik lainnya muncul pada aspek keberlanjutan lingkungan (*environmental sustainability*) di dalam rantai nilai. Di tengah dominasi penggunaan kemasan plastik dan *styrofoam* demi efisiensi biaya oleh mayoritas pelaku usaha, Lawanda Pizza dan Simoist tampil sebagai *early adopter* yang mulai mengintegrasikan kemasan ramah lingkungan (*eco-friendly packaging*). Langkah inovatif ini dijelaskan oleh pemilik Simoist Cake dalam kutipan berikut:

"Tau ji' itu kalau kemasan ramah lingkungan agak mahal sedikit, tapi jadi nilai tambah memang di mata pelanggan yang peduli lingkungan. Selain itu, investasi jangka panjang mi juga ini supaya nakenal orang mereka' sebagai bisnis yang bertanggung jawab, tidak sekadar cari untung ji.¹²²"

Pilihan untuk bertahan di posisi hilir dengan saluran pemasaran digital yang parsial menunjukkan bahwa transformasi rantai nilai UMKM di Kota Parepare masih bersifat adaptasi instingtif bukan strategis. Hal ini memperkuat literatur terdahulu yang menegaskan bahwa digitalisasi rantai pasok pada tingkat mikro efektif memotong biaya transaksi operasi hilir, namun belum mampu menyelesaikan kerentanan pasokan di tingkat hulu¹²³. Di sisi lain, integrasi kemasan hijau (*green packaging*) yang mulai diterapkan menunjukkan adanya pergeseran orientasi nilai dari sekadar *economic-driven* menuju *eco-driven*, yang menurut penelitian terdahulu,

¹²² *Ibid.*

¹²³ M. R. Global, "Digitalisasi Rantai Pasok Hilir pada UMKM Kuliner: Efisiensi vs Tantangan Infrastruktur," *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, Vol. 8, No. 1, 2023,

secara signifikan meningkatkan loyalitas konsumen dan daya saing jangka panjang di pasar modern¹²⁴.

b. Aspek Sosial

Secara umum, hasil penerapan aspek sosial telah mulai diimplementasikan oleh sebagian pelaku UMKM, terutama melalui penyediaan produk yang terjangkau bagi masyarakat, pemanfaatan tenaga kerja lokal, serta hubungan yang dibangun berdasarkan kepercayaan dengan pemasok dan pelanggan.

Contoh nyata dari praktik ini terlihat pada strategi penetapan harga paket ekonomis agar tetap terjangkau oleh kantong mahasiswa dan keluarga muda di Parepare. Selain itu, pelaku usaha secara aktif merekrut pemuda putus sekolah di sekitar lokasi usaha sebagai pramusaji, serta menerapkan sistem pembayaran tempo (konsinyasi) dengan pedagang pasar pasar basah setempat yang didasarkan pada azas saling percaya (*manre rupa* / menjaga muka).

Hal ini dipertegas oleh salah satu informan (MK) yang mengungkapkan bagaimana modal sosial dan kepercayaan lokal ini berjalan dalam operasional sehari-hari:

"Kalau harga, kita sesuaikan ji dengan dompetna orang Pare. Yang penting lancar pembeli, bisa jiki juga gaji anak-anak muda di sekitar sini yang mau kerja. Hubunganta' sama langganan dan pemasok bahan di pasar juga

¹²⁴ S. Handayani, "Penerapan Green Packaging pada Industri Kreatif Kuliner dan Dampaknya terhadap Preferensi Konsumen Kontemporer," *Jurnal Lingkungan dan Pembangunan*, Vol. 15, No. 3, 2025

begitu, modal percaya ji; kadang ambil barang dulu, nanti sore baru dibayar setelah warung tutup.¹²⁵"

Namun demikian, implementasi aspek sosial tersebut masih belum merata karena sebagian besar pelaku usaha masih menjalankan kegiatan usahanya secara mandiri dan belum didukung oleh kolaborasi yang kuat dengan komunitas maupun lembaga eksternal. Kondisi ini menunjukkan bahwa dimensi sosial telah mulai berkembang, tetapi belum sepenuhnya terintegrasi ke dalam model bisnis berkelanjutan.

Hasil analisis terhadap komponen proposisi nilai berkelanjutan menunjukkan bahwa nilai sosial yang dibangun oleh UMKM kuliner di Kota Parepare tidak lagi sekadar berorientasi pada pengejaran keuntungan ekonomi murni (*profit-driven*), melainkan telah bergeser ke arah pemenuhan kebutuhan dan kesejahteraan komunitas. Berdasarkan teori orientasi pasar sosial, integrasi nilai berkelanjutan ini terwujud melalui penyediaan produk kuliner berkualitas yang sengaja dikalibrasi dengan harga yang sangat terjangkau guna menjamin aksesibilitas bagi seluruh lapisan masyarakat tanpa memandang strata ekonomi.

Diferensiasi temuan yang unik ditemukan pada Kedai Bilal (EN) dan Krumi (AM). Jika Kedai Bilal berfokus pada keadilan harga bagi konsumen domestik, Krumi (AM) melangkah lebih jauh pada aspek pemberdayaan masyarakat (*social empowerment*) dengan menyerap tenaga kerja dari lingkungan sekitar tempat usaha serta melakukan lokalisasi bahan baku guna menstimulus ekonomi sirkular di tingkat

¹²⁵ *Ibid.*

mikro. Kesadaran untuk menyeimbangkan fungsi ekonomi dan sosial ini tercermin dalam kutipan wawancara dengan EN selaku pemilik Kedai Bilal:

*"Kalau harga, kita sesuaikan ji dengan dompetna orang Pare, di'. Yang penting lancar pembeli, bisa jiki juga kasih masuk pendapatan untuk keluarga, sekalian bantu-bantu tetangga toh supaya bisa jha beli makanan enak tapi murah."*¹²⁶

Pola hibrida yang menyeimbangkan motif ekonomi dan tanggung jawab sosial ini sejalan dengan konsep *triple bottom line* di tingkat mikro, di mana resiliensi bisnis lokal sangat ditentukan oleh kemampuannya memvalidasi kebutuhan sosial komunitasnya¹²⁷. Keterjangkauan harga dan lokasi bahan baku ini terbukti memperkuat legitimasi sosial UMKM di mata masyarakat lokal, yang dalam jangka panjang bertindak sebagai pelindung usaha dari penetrasi waralaba modern¹²⁸.

Hasil analisis pada komponen struktur jaringan berkelanjutan mengindikasikan adanya ketimpangan (*asymmetry*) yang kontras antara kekuatan hubungan vertikal (hulu-hilir) dengan hubungan horizontal (antar-pelaku usaha). Pada dimensi vertikal, ekosistem UMKM kuliner di Kota Parepare menunjukkan ketergantungan yang sangat tinggi pada struktur relasi informal yang berbasis pada kepercayaan mutual (*social trust*) dan reputasi moral (*manre rupa*), alih-alih instrumen hukum tertulis seperti kontrak legal.

¹²⁶ *Ibid.*

¹²⁷ H. Håkansson & I. Snehota, *Developing Relationships in Business Networks*, (London: Routledge, 1995)

¹²⁸ A. Prasetyo & F. Dzaki, "Analisis Modal Sosial Rantai Pasok Informal pada UMKM Sektor Kuliner Tradisional," *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, Vol. 9, No. 3, 2021

Ketiadaan kontrak formal di tingkat hulu dengan para pemasok bahan baku lokal justru melahirkan efisiensi biaya transaksi (*transaction cost efficiency*) dan fleksibilitas likuiditas melalui sistem kredit harian atau mingguan. Hubungan interpersonal yang erat ini meminimalkan risiko guncangan pasokan karena kepatuhan transaksi dijaga ketat oleh sanksi sosial komunitas pasar. Kondisi empiris ini sangat selaras dengan pandangan Håkansson dan Snehota (1995) yang menegaskan bahwa jaringan bisnis yang kokoh dibentuk melalui interaksi rutin yang melahirkan komitmen timbal balik¹²⁹. Salah satu pelaku usaha mengonfirmasi bagaimana mekanisme *social contract* ini bekerja:

"Hubunganta' sama langganan dan pemasok bahan di pasar modal percaya ji; kadang ambil jiki dulu barang pagi-pagi, nanti sore baru dibayar setelah warung tutup. Ndak pakai-pakai surat perjanjian itu, yang penting jujurki, kalau robek mukata' (hilang kepercayaan) di pasar, susadh maki itu dapat barang lagi." ¹³⁰

Namun secara horizontal, ditemukan kelemahan yang signifikan pada sebagian besar pelaku usaha yang cenderung beroperasi secara soliter (*isolated isolation*). Kecuali Lawanda Pizza (AP) yang telah mengintegrasikan diri ke dalam komunitas formal UMKM, mayoritas pelaku usaha lain mengabaikan jejaring horizontal. Akibatnya, modal sosial hanya menumpuk secara vertikal dengan pemasok dan pelanggan, sementara peluang kolaborasi strategis, pertukaran informasi teknologi, dan kolektivitas posisi tawar ekonomi antar-pelaku usaha masih sangat

¹²⁹ H. Håkansson & I. Snehota, *Ibid.*

¹³⁰ *Ibid.*

lemah. Ketergantungan pada relasi informal berbasis kepercayaan lokal ini mengonfirmasi penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa *social contract* jauh lebih efektif meredam guncangan rantai pasok mikro dibanding kontrak formal¹³¹, namun isolasi horizontal yang terjadi berisiko membatasi kapasitas inovasi kolektif UMKM saat menghadapi krisis makro¹³².

Pada komponen modal pendapatan berkelanjutan, hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik pengelolaan modal dan pendapatan pada UMKM kuliner di Kota Parepare masih lebih berorientasi pada aspek ekonomi dibandingkan aspek sosial. Mayoritas informan memanfaatkan modal pribadi, melakukan pencatatan keuangan secara sederhana, serta mengandalkan keuntungan usaha sebagai sumber pengembangan usaha. Meskipun strategi tersebut mampu menjaga keberlangsungan operasional usaha, hasil penelitian menunjukkan adanya praktik pengelolaan modal pendapatan yang secara langsung diarahkan untuk menciptakan nilai sosial, seperti program kesejahteraan pekerja, pembagian manfaat ekonomi kepada komunitas, atau bentuk investasi sosial lainnya. Dengan demikian, pada komponen ini implementasi dimensi sosial telah di jalankan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek sosial pada UMKM kuliner di Kota Parepare pada komponen pengadaan bahan baku tercermin dari kuatnya keterlibatan pemasok lokal. Sebagian besar pelaku usaha secara aktif membangun hubungan relasional yang baik dengan para penyedia bahan baku tersebut. Pola ini

¹³¹ A. Prasetyo & F. Dzaki, *Ibid*

¹³² N. Fitriani & A. Wijaya, "Struktur Jejaring Horizontal dan Kapasitas Inovasi Kolektif Usaha

tidak sekadar menjadi transaksi jual-beli biasa, melainkan telah bergeser menjadi bentuk kerja sama yang saling menguntungkan (*mutual benefit*) dan berkomitmen pada keberlanjutan usaha jangka panjang bagi kedua belah pihak.

Pada komponen proses operasional dan produksi, dimensi sosial diwujudkan melalui internalisasi nilai-nilai kolaborasi dan keterlibatan tenaga kerja lokal. Hubungan yang harmonis di dalam lingkungan produksi menjadi kunci utama bagi para pelaku UMKM kuliner dalam menjaga konsistensi mutu, efisiensi kerja, serta penyelarasan standar produk sebelum didistribusikan ke pasar.

Sementara itu, pada komponen distribusi dan pemasaran, beberapa informan dalam penelitian ini mulai secara masif melibatkan pihak ketiga sebagai mitra strategis untuk memperluas jangkauan produk. Hal ini dibuktikan secara konkret oleh AM selaku pemilik Krumi yang menjalin kerja sama terstruktur dengan jaringan *reseller* demi mempercepat penetrasi pasar. Langkah serupa juga diterapkan oleh SY selaku pemilik Kue Suriyani yang memasarkan produknya melalui sistem titip jual (konsinyasi) di beberapa lokasi taktis guna meminimalkan risiko distribusi sekaligus mendekatkan produk ke konsumen akhir.

Terakhir, pada komponen dampak sosial dan hubungan konsumen, hasil akhir dari rantai nilai yang terbangun menunjukkan dampak yang inklusif. Bentuk kerja sama yang dinamis dari hulu ke hilir ini pada akhirnya tidak hanya berhasil membantu meningkatkan volume penjualan bagi pelaku UMKM utama, tetapi juga menciptakan *multiplier effect* berupa pembagian peluang ekonomi dan peningkatan kesejahteraan bagi seluruh mitra usaha serta masyarakat lokal yang terlibat di Kota

Parepare.

Sementara itu, sebagian besar informan lainnya masih menjalankan proses produksi hingga penjualan secara mandiri dan berinteraksi langsung dengan konsumen tanpa melibatkan jaringan distribusi yang lebih luas. Temuan ini menunjukkan bahwa aspek sosial dalam posisi rantai nilai telah mulai berkembang melalui kemitraan sederhana yang memberikan manfaat bagi pihak lain, meskipun penerapannya masih terbatas dan belum menjadi praktik yang dilakukan secara merata oleh seluruh UMKM kuliner di Kota Parepare.

c. Aspek Lingkungan

Penerapan aspek lingkungan pada UMKM kuliner masih berada pada tahap awal dan belum menjadi bagian utama dalam pengelolaan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha sebenarnya telah memiliki modal kepedulian terhadap lingkungan yang diwujudkan melalui beberapa praktik operasional sederhana. Kepedulian tersebut secara nyata terlihat dari konsistensi mereka dalam menjaga kebersihan tempat usaha, mengelola limbah sisa produksi agar tidak mencemari area sekitar, serta inisiasi sebagian pelaku usaha untuk mulai beralih ke kemasan yang lebih ramah lingkungan. Perkembangan positif ini ditegaskan oleh temuan pada Lawanda Pizza dan Simoist yang memandang kemasan bukan lagi sekadar alat pelindung komoditas fisik, melainkan sebuah tanggung jawab moral. Pemilik Lawanda Pizza mengungkapkan,

*"Kami pilih pakai kemasan dus karena selain rapi dilihat, jauh lebih cepat ji juga hancur di alam. Ini mi bentuk tanggung jawabta' terhadap lingkungan."*¹³³

Pandangan serupa yang mendukung pentingnya integrasi nilai ekologis ini juga disuarakan oleh pemilik Simoist yang menyatakan,

*"Penggunaan wadah yang lebih ramah lingkungan adalah komitmen kecil biar bisa membantu untuk mengurangi tumpukan sampah plastik di Parepare."*¹³⁴

Bahkan, bagi pelaku usaha yang belum bisa beralih sepenuhnya karena kendala biaya, kesadaran ekologis ini sebenarnya sudah mulai tumbuh di tingkat personal. Hal ini diakui oleh MK selaku pemilik Delnafa Cake yang menjelaskan,

*"Saya pribadi paham sekali ji dampak buruknya plastik bagi alam, makanya itu tempat produksi selalu kami bersihkan baru limbahnya ditata rapi. Tapi kalau untuk kemasan, terpaksa bertahan mami dulu pakai model konvensional supaya harga jualnya tidak melonjak di konsumenta'."*¹³⁵

Kesaksian-kesaksian tersebut membuktikan bahwa orientasi hijau sudah mulai berkembang sebagai embrio nilai di kalangan UMKM kuliner Kota Parepare, meskipun implementasi menyeluruhnya masih menghadapi benturan realitas ekonomi domestik.

Namun, penerapan praktik kepedulian lingkungan tersebut pada mayoritas UMKM kuliner di Kota Parepare masih dilakukan secara sangat terbatas dan belum

¹³³ *Ibid.*

¹³⁴ *Ibid.*

¹³⁵ *Ibid.*

didasarkan pada strategi keberlanjutan yang terencana secara matang. Kebanyakan pelaku usaha melakukan aksi lingkungan hanya sebatas tindakan reaktif atau pemenuhan standar kebersihan dasar normatif, seperti menyapu tempat jualan atau mengumpulkan sampah harian agar tidak mengganggu kenyamanan pelanggan, bukan karena adanya sistem manajemen limbah terpadu (*structured eco-strategy*). Sebagai contoh, limbah minyak goreng bekas (*jelantah*) atau sisa makanan sering kali langsung dibuang begitu saja ke saluran air kota (selokan) tanpa melalui proses penyaringan terlebih dahulu karena tidak adanya fasilitas penampungan khusus atau program daur ulang. Keterbatasan tindakan yang belum terencana ini diakui oleh EN selaku pemilik Kedai Bilal yang mengungkapkan:

"Kalau masalah lingkungan, sebatas kami bersihkan ji warung tiap hari baru dikumpul sampahnya di kantong plastik. Masalah pembuangan air sisa atau minyak bekas, langsung mi dibuang ke selokan belakang karena tidak ada memang tempat khusus atau aturan baku dari kita susun untuk itu."¹³⁶

Kondisi ini memperlihatkan bahwa meskipun ada niat dan tindakan nyata untuk menjaga kebersihan, aktivitas ekologis UMKM di Parepare masih berjalan secara parsial (setengah-setengah) dan belum menyentuh level perencanaan strategis yang mampu memberikan dampak berkelanjutan bagi ekosistem lokal.

Selain itu, masih terdapat pelaku usaha yang menggunakan kemasan sekali pakai dan belum melakukan pengelolaan limbah secara optimal. Kondisi ini menunjukkan bahwa dimensi lingkungan telah mulai diimplementasikan dalam

¹³⁶ *Ibid.*

kegiatan usaha, tetapi integrasinya ke dalam model bisnis berkelanjutan masih belum merata pada seluruh UMKM kuliner di Kota Parepare.

Hasil penelitian mengenai implementasi model bisnis berkelanjutan pada UMKM kuliner di Kota Parepare menunjukkan adanya beberapa aspek yang telah berhasil diterapkan, meskipun sifatnya masih terbatas. Pada komponen proposisi nilai berkelanjutan, perkembangan positif ditunjukkan oleh beberapa pelaku usaha seperti Lawanda Pizza dan Simoist yang telah berhasil mengintegrasikan nilai lingkungan ke dalam maklumat usahanya melalui penggunaan kemasan berbahan dus yang lebih mudah terurai. Bagi kedua pelaku usaha tersebut, kemasan hijau tidak lagi sekadar berfungsi sebagai alat pelindung komoditas fisik, melainkan telah bergeser menjadi bentuk manifestasi tanggung jawab nyata terhadap kelestarian alam (*corporate environmental responsibility*). Sementara itu, pada komponen struktur jaringan, keberhasilan pelaku UMKM terlihat dari kemampuannya dalam mempertahankan jaringan pemasok lokal yang berbasis pada modal sosial (*social capital*) yang kuat. Hubungan yang telah terjalin lama dan dilandasi oleh rasa saling percaya (*trust*) ini terbukti berhasil dalam menjaga kelancaran operasional harian, menekan biaya logistik, serta menjamin kontinuitas dan kualitas pasokan bahan baku secara konsisten.

Di sisi lain, terdapat sejumlah aspek mendasar yang masih perlu diperbaiki karena implementasinya pada dimensi lingkungan dinilai masih relatif lemah. Pada komponen proposisi nilai secara umum, mayoritas pelaku usaha seperti Delnafa Cake

dan Kedai Bilal belum mampu menjadikan aspek lingkungan sebagai pilar utama dalam menjalankan bisnis. Para pelaku UMKM masih terjebak pada prioritas ekonomi jangka pendek seperti efisiensi biaya, keamanan produk, dan stabilitas keuntungan, sehingga penggunaan kemasan konvensional yang tidak ramah lingkungan (seperti plastik, cup plastik, mika, dan *styrofoam*) tetap mendominasi karena harganya jauh lebih murah dan mudah diperoleh. Kelemahan ini diperparah oleh komponen struktur jaringan berkelanjutan yang masih bersifat monodimensi, di mana hubungan dengan pemasok murni berorientasi pada aspek transaksional-ekonomi tanpa adanya kriteria seleksi berbasis praktik hijau. Selain itu, belum ditemukannya kerja sama strategis dengan lembaga pemerintah maupun komunitas lingkungan dalam pengelolaan limbah berakibat pada kegagalan UMKM dalam memanfaatkan jaringan eksternal sebagai sarana pendorong inovasi bisnis hijau.

Secara teoretis, belum optimalnya keberhasilan ini berakar pada komponen modal pendapatan berkelanjutan, di mana keterbatasan modal finansial menjadi faktor penghambat paling utama. Kondisi empiris ini selaras dengan Teori Modal Berkelanjutan (*Sustainable Capital*) yang menegaskan bahwa keberlanjutan pembangunan sangat bergantung pada kemampuan menjaga dan meningkatkan berbagai bentuk modal—termasuk modal ekonomi dan modal alam (*natural capital*)—secara seimbang demi mempertahankan kesejahteraan jangka panjang. Dalam konteks UMKM kuliner di Kota Parepare, kelangkaan modal ekonomi menyebabkan pelaku usaha secara alami terjebak dalam mode bertahan hidup

(*survival mode*)¹³⁷. Alokasi dana untuk investasi lingkungan terpaksa berada di urutan paling akhir karena tingginya harga kemasan ramah lingkungan dan sulitnya akses pengadaan materiil tersebut di daerah. Mengingat karakteristik pasar domestik yang sangat sensitif terhadap perubahan harga (*price sensitive*), para pelaku usaha enggan menanggung pembengkakan biaya operasional yang harus dibebankan kepada konsumen, sehingga upaya untuk menjaga dan mengoptimalkan modal alam (*natural capital*) akhirnya belum dapat

Hasil penelitian mengenai implementasi model bisnis berkelanjutan pada UMKM kuliner di Kota Parepare menunjukkan adanya beberapa aspek yang telah berhasil diterapkan, meskipun sifatnya masih terbatas. Pada komponen proposisi nilai berkelanjutan, perkembangan positif ditunjukkan oleh beberapa pelaku usaha seperti Lawanda Pizza dan Simoist yang telah berhasil mengintegrasikan nilai lingkungan ke dalam maklumat usahanya melalui penggunaan kemasan berbahan dus yang lebih mudah terurai. Bagi kedua pelaku usaha tersebut, kemasan hijau tidak lagi sekadar berfungsi sebagai alat pelindung komoditas fisik, melainkan telah bergeser menjadi bentuk manifestasi tanggung jawab nyata terhadap kelestarian alam (*corporate environmental responsibility*).

Sementara itu, pada komponen struktur jaringan, keberhasilan pelaku UMKM terlihat dari kemampuannya dalam mempertahankan jaringan pemasok lokal yang berbasis pada modal sosial (*social capital*) yang kuat. Hubungan yang telah terjalin lama dan dilandasi oleh rasa saling percaya (*trust*) ini terbukti berhasil dalam

¹³⁷ *Ibid.*

menjaga kelancaran operasional harian, menekan biaya logistik, serta menjamin kontinuitas dan kualitas pasokan bahan baku secara konsisten.

Di sisi lain, terdapat sejumlah aspek mendasar yang masih perlu diperbaiki karena implementasinya pada dimensi lingkungan dinilai masih relatif lemah. Pada komponen proposisi nilai secara umum, mayoritas pelaku usaha seperti Delnafa Cake dan Kedai Bilal belum mampu menjadikan aspek lingkungan sebagai pilar utama dalam menjalankan bisnis. Para pelaku UMKM masih terjebak pada prioritas ekonomi jangka pendek seperti efisiensi biaya, keamanan produk, dan stabilitas keuntungan, sehingga penggunaan kemasan konvensional yang tidak ramah lingkungan (seperti plastik, cup plastik, mika, dan styrofoam) tetap mendominasi karena harganya jauh lebih murah dan mudah diperoleh. Kelemahan ini diperparah oleh komponen struktur jaringan berkelanjutan yang masih bersifat monodimensi, di mana hubungan dengan pemasok murni berorientasi pada aspek transaksional-ekonomi tanpa adanya kriteria seleksi berbasis praktik hijau. Selain itu, belum ditemukannya kerja sama strategis dengan lembaga pemerintah maupun komunitas lingkungan dalam pengelolaan limbah berakibat pada kegagalan UMKM dalam memanfaatkan jaringan eksternal sebagai sarana pendorong inovasi bisnis hijau.

Kondisi belum berhasilnya sebagian besar komponen ini berakar pada masalah modal pendapatan berkelanjutan, di mana keterbatasan modal finansial menjadi faktor penghambat paling utama. Temuan tersebut sangat selaras dengan

Teori Modal Berkelanjutan yang dikemukakan oleh Costanza dan Daly (1992)¹³⁸, yang menegaskan bahwa keberlanjutan pembangunan bergantung pada kemampuan menjaga dan meningkatkan berbagai bentuk modal, termasuk modal ekonomi dan modal alam (*natural capital*), agar kapasitas produksi dan kesejahteraan dapat dipertahankan dalam jangka panjang. Dalam konteks penelitian UMKM kuliner di Kota Parepare ini, kelangkaan modal ekonomi menyebabkan pelaku usaha secara alami terjebak dalam mode bertahan hidup (*survival mode*) dan lebih memprioritaskan keberlangsungan usaha jangka pendek. Alokasi dana untuk investasi lingkungan berada di urutan paling akhir karena tingginya harga kemasan ramah lingkungan serta sulitnya akses pengadaan materiil tersebut di daerah. Mengingat karakteristik pasar domestik yang sangat sensitif terhadap perubahan harga (*price sensitive*), pelaku usaha enggan menanggung pembengkakan biaya operasional yang pada akhirnya harus dibebankan kepada konsumen, sehingga upaya untuk menjaga dan mengoptimalkan modal alam (*natural capital*) belum dapat dilaksanakan secara optimal.¹³⁹

Pada komponen posisi dalam rantai nilai, hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan aspek lingkungan masih didominasi oleh penggunaan sistem operasional yang bersifat konvensional. Sebagian besar informan masih menggunakan kemasan non organik dalam proses distribusi produk, di antaranya Delnafa Cake, Krumi, Cemilan Pare, Es Teler Bahagia, Kedai Bilal, Kue Lampu Merah, Warung Hulk 57,

¹³⁸ *Ibid.*

¹³⁹ Costanza, R., & Daly, H. E. (1992). Natural Capital and Sustainable Development. *Conservation Biology*, 6(1), 37-46.

dan Warung Ida, karena dianggap lebih praktis serta mampu menjaga keamanan produk selama proses penjualan. Sementara itu, hanya Lawanda Pizza dan Simoist yang telah mulai menggunakan kemasan berbahan dus yang lebih mudah terurai sebagai bagian dari upaya mengurangi dampak lingkungan. Penelitian juga menunjukkan bahwa integrasi rantai nilai sebagian besar UMKM masih bersifat konvensional, sedangkan hubungan dengan pemasok maupun konsumen lebih berorientasi pada kelancaran transaksi dibandingkan pada penciptaan rantai nilai yang mendukung keberlanjutan lingkungan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa aspek lingkungan pada posisi rantai nilai belum terintegrasi secara menyeluruh dan masih berada pada tahap awal penerapan.¹⁴⁰

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pelaksanaan prinsip ekonomi berkelanjutan pada UMKM kuliner di Kota Parepare belum berjalan secara menyeluruh atau seimbang di antara dimensi-dimensi *Triple Bottom Line*. Hal ini terlihat jelas dari ketidakseimbangan orientasi operasional di mana aspek ekonomi (*profit*) menjadi fokus mutlak yang diterapkan oleh seluruh informan. Prioritas mutlak pada aspek ekonomi ini didorong oleh desakan kebutuhan untuk menjaga likuiditas arus kas harian dan menutup biaya produksi yang fluktuatif. Bagi usaha mikro, stabilitas pendapatan adalah penentu mati-hidupnya usaha, sehingga kualitas produk, stabilitas omset, dan kepuasan pelanggan dikelola secara intensif demi menjaga kelangsungan operasional harian sebelum mereka dapat mengalokasikan sumber daya untuk investasi lingkungan yang berbiaya tinggi.

¹⁴⁰ *Ibid.*

Namun demikian, dimensi sosial (*people*) dan lingkungan (*planet*) masih menunjukkan pola penerapan yang belum merata. Pada aspek sosial, terdapat dualisme karakteristik modal sosial yang menarik. Di satu sisi, pada jaringan hulu (rantai nilai), UMKM kuliner menunjukkan kekuatan modal sosial yang sangat kokoh, di mana mereka lebih banyak memilih dan mempertahankan pemasok lokal atas dasar kepercayaan (*trust*) interpersonal jangka panjang dibanding kontrak formal. Namun di sisi lain, pada jaringan horizontal, kemitraan antar-sesama pelaku usaha sejenis masih sangat minim karena kurangnya wadah kolektif dan adanya persepsi risiko kompetisi langsung.

Keterbatasan dalam dimensi pendukung ekonomi juga terlihat dari pencatatan keuangan yang teramat sederhana pada 90% informan yang menghambat kemampuan mereka dalam mengukur performa bisnis secara presisi, meskipun dalam realitasnya mereka mampu melakukan peningkatan aset fisik secara bertahap dari retensi laba mandiri. Sementara itu, dimensi lingkungan menjadi mata rantai yang paling rapuh, di mana mayoritas pelaku usaha masih bergantung pada kemasan plastik dan *styrofoam* sekali pakai karena keterbatasan opsi material ramah lingkungan yang murah di tingkat lokal. Keberlanjutan usaha yang berjalan saat ini baru memenuhi tahap resiliensi ekonomi jangka pendek, belum mengarah pada keseimbangan sirkular yang holistik sesuai kerangka konsep Stubbs dan Cocklin.

Temuan penelitian ini menyimpulkan bahwa implementasi konsep ekonomi berkelanjutan pada UMKM kuliner lokal masih berada pada tahap "*Eco-efficiency defensif*". Artinya, pelaku usaha baru sebatas menyadari dampak negatif lingkungan

dari operasi mereka (seperti sampah dus, *styrofoam*, dan plastik), namun belum mampu melakukan tindakan korektif karena struktur pasar dan rantai pasok yang ada memaksa mereka untuk tetap memprioritaskan pertumbuhan ekonomi jangka pendek (*Profit*) di atas keberlanjutan ekologis (*Planet*). 2.

2. Strategi Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan Yang Dapat Dilakukan UMKM Kuliner Lokal Kota Parepare

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada subbab sebelumnya, diketahui bahwa pelaksanaan prinsip ekonomi berkelanjutan pada UMKM kuliner lokal Kota Parepare telah menunjukkan adanya penerapan aspek ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*) dalam aktivitas usahanya. Meskipun demikian, penerapan ketiga aspek tersebut masih menghadapi berbagai kendala sehingga pelaksanaannya belum sepenuhnya optimal. Beberapa permasalahan yang ditemukan antara lain masih terbatasnya kemampuan pengelolaan usaha, pemanfaatan teknologi digital yang belum maksimal, keterbatasan akses terhadap permodalan, serta masih rendahnya penerapan praktik usaha yang ramah lingkungan. Selain itu, pelaku UMKM juga dihadapkan pada berbagai tantangan eksternal, seperti meningkatnya persaingan usaha, perubahan preferensi konsumen, fluktuasi harga bahan baku, serta tuntutan terhadap peningkatan kualitas produk dan standar usaha. Berbagai kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan UMKM kuliner lokal Kota Parepare memerlukan strategi yang mampu menjawab berbagai tantangan sekaligus memanfaatkan potensi yang dimiliki. Strategi tersebut diharapkan tidak

hanya mampu meningkatkan daya saing UMKM dalam jangka pendek, tetapi juga mendukung keberlangsungan usaha dalam jangka panjang sesuai dengan tujuan pengembangan ekonomi berkelanjutan.

Oleh karena itu, diperlukan suatu analisis strategis yang mampu menggambarkan kondisi internal maupun eksternal UMKM secara komprehensif sehingga strategi yang dirumuskan benar-benar sesuai dengan kondisi aktual yang dihadapi pelaku usaha. Dalam penelitian ini, analisis yang digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan tersebut adalah analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats*). Analisis SWOT merupakan salah satu alat analisis strategis yang digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor *internal* dan *eksternal* yang memengaruhi pengembangan suatu organisasi atau usaha. Faktor internal terdiri atas kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), sedangkan faktor eksternal terdiri atas peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Melalui analisis ini dapat diketahui berbagai potensi yang dapat dimanfaatkan, kelemahan yang perlu diperbaiki, peluang yang harus dioptimalkan, serta ancaman yang perlu diantisipasi dalam rangka mencapai tujuan pengembangan usaha. Penggunaan analisis SWOT dalam penelitian ini didasarkan pada kemampuannya untuk memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kondisi strategis UMKM kuliner lokal Kota Parepare. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan usaha, analisis SWOT dapat menjadi

dasar dalam merumuskan strategi yang lebih tepat sasaran dan sesuai dengan kondisi nyata yang dihadapi pelaku UMKM.

Strategi yang dihasilkan diharapkan mampu mendukung pengembangan ekonomi berkelanjutan melalui peningkatan daya saing usaha, pemberdayaan pelaku UMKM, serta penerapan praktik usaha yang memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Faktor-faktor SWOT dalam penelitian ini diperoleh berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan pelaku UMKM kuliner lokal Kota Parepare, observasi lapangan, dan dokumentasi yang berkaitan dengan aktivitas usaha. Seluruh data yang diperoleh kemudian dianalisis dan dikelompokkan ke dalam faktor kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*).

Pembobotan faktor strategis dalam penelitian ini dilakukan menggunakan *Matriks Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) untuk menganalisis faktor-faktor internal yang terdiri atas kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), serta *Matriks External Factor Analysis Summary* (EFAS) untuk menganalisis faktor-faktor eksternal yang terdiri atas peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*)¹⁴¹. Melalui kedua matriks tersebut, setiap faktor diberikan bobot sesuai tingkat kepentingannya dan rating sesuai kondisi aktual yang ditemukan di lapangan. Hasil pembobotan ini akan memberikan gambaran mengenai kondisi *internal* dan *eksternal* UMKM secara

¹⁴¹ Fred R. David dan Forest R. David, *Manajemen Strategis: Suatu Pendekatan Keunggulan Bersaing*, ed. 15, terj. Jakarta: Salemba Empat, 2016

lebih objektif, sehingga dapat menjadi dasar dalam menentukan posisi strategis UMKM pada Diagram Kuadran SWOT. Berdasarkan uraian tersebut, analisis terhadap faktor-faktor internal UMKM kuliner lokal Kota Parepare disajikan melalui *Matriks Internal Factor Analysis Summary* (IFAS) sebagaimana disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 4.2 IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Skor	Rasionalisasi
Kekuatan (Strengths)				
1. Autentisitas resep dan keunikan cita rasa kuliner tradisional yang sulit ditiru pesaing.	0,13	4	0,52	Menjadi keunggulan kompetitif utama UMKM kuliner Parepare karena mempertahankan identitas kuliner lokal yang sulit ditiru oleh pesaing.
2. Jaminan kesegaran dan kualitas produk berbahan baku lokal.	0,11	3	0,33	Penggunaan bahan baku lokal mendukung kualitas produk, namun belum seluruh UMKM memiliki standar kualitas yang sama.
3. Harga jual yang relatif terjangkau oleh masyarakat lokal dari berbagai lapisan.	0,09	4	0,27	Harga yang kompetitif menjadi daya tarik bagi konsumen meskipun dipengaruhi kenaikan harga bahan baku.
4. Kedekatan geografis dan loyalitas hubungan jangka panjang dengan pemasok bahan baku setempat.	0,08	3	0,24	Hubungan dengan pemasok membantu menjaga kontinuitas bahan baku.
5. kemandirian mengembangkan usaha dengan memutar keuntungan (ptofit) sebagai modal usaha	0,10		0,30	Pelaku UMKM cenderung menggunakan keuntungan usaha sebagai modal untuk mengembangkan usahanya kembali. Kondisi ini menunjukkan adanya

				kemandirian dalam pengelolaan usaha sehingga mampu mendukung keberlangsungan usaha meskipun akses terhadap pembiayaan formal masih terbatas.
Kelemahan (Weaknesses)				Sebagian besar pelaku UMKM belum menerapkan pencatatan keuangan secara sistematis.
1. Rendahnya literasi dan tata kelola keuangan (pencatatan masih sangat sederhana dan tidak terstruktur).	0,15	1	0,14	Akses terhadap pembiayaan formal masih terbatas.
2. Keterbatasan akses permodalan formal dari lembaga keuangan dan perbankan.	0,12	2	0,22	Pemanfaatan teknologi digital masih terbatas.
3. Minimnya adopsi teknologi digital yang terintegrasi dalam operasional usaha.	0,11	2	0,20	Penggunaan kemasan ramah lingkungan masih sangat terbatas.
4. Belum adanya standarisasi kemasan ramah lingkungan sebagai bagian dari operasional usaha.	0,10	1	0,10	Kolaborasi antar pelaku UMKM masih rendah.
5. Lemahnya jaringan kemitraan horizontal antar-pelaku usaha (pola individualistik).	0,01	2	0,08	
Total	1,00		2,40	

Dalam analisis manajemen strategis menggunakan matriks **IFAS** (**Internal Factor Analysis Summary**), nilai **2,50** merupakan standar batas tengah (rata-rata) karena secara matematis total bobot kepentingan yang

bernilai 1,0 dikalikan dengan nilai rata-rata skala *rating* (skala 1–4), sehingga menghasilkan angka 2,50 sebagai indikator posisi internal yang seimbang¹⁴². Standar ini menjadi acuan penilaian di mana skor antara 2,51 hingga 4,0 menandakan posisi internal organisasi yang kuat dalam memanfaatkan keunggulan, sedangkan skor antara 1,0 hingga 2,49 mengindikasikan posisi internal yang lemah.

Dengan demikian, hasil analisis IFAS Anda yang memperoleh total skor **2,40** Nilai tersebut menunjukkan bahwa kondisi internal UMKM kuliner lokal Kota Parepare masih berada pada kategori sedang. Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM telah memiliki beberapa kekuatan, seperti autentisitas kuliner lokal, kualitas bahan baku, harga yang relatif terjangkau, hubungan yang baik dengan pemasok, serta kemandirian dalam mengembangkan usaha. Namun demikian, masih terdapat beberapa kelemahan yang perlu menjadi perhatian, antara lain rendahnya literasi dan tata kelola keuangan, keterbatasan akses permodalan, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, penggunaan kemasan ramah lingkungan yang belum optimal, serta lemahnya kemitraan antarpelaku UMKM. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang mampu mengoptimalkan kekuatan sekaligus meminimalkan kelemahan agar UMKM mampu berkembang secara berkelanjutan.

¹⁴² David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (16th ed.). Pearson Education

Setelah dilakukan analisis terhadap faktor-faktor internal melalui *Matriks Internal Factor Analysis Summary* (IFAS), tahap selanjutnya adalah menganalisis faktor-faktor eksternal yang memengaruhi pengembangan ekonomi berkelanjutan pada UMKM kuliner lokal Kota Parepare menggunakan *Matriks External Factor Analysis Summary* (EFAS). Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi sejauh mana peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dari lingkungan eksternal dapat memengaruhi perkembangan UMKM, sehingga dapat menjadi dasar dalam penyusunan strategi yang sesuai dengan kondisi lingkungan usaha. Faktor-faktor eksternal yang dianalisis dalam Matriks EFAS diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang kemudian dikelompokkan ke dalam faktor peluang dan ancaman. Setiap faktor diberikan bobot berdasarkan tingkat kepentingannya terhadap pengembangan UMKM, kemudian diberikan rating sesuai dengan tingkat respons atau kemampuan UMKM dalam memanfaatkan peluang maupun menghadapi ancaman tersebut. Hasil perkalian antara bobot dan rating menghasilkan skor yang menunjukkan tingkat pengaruh masing-masing faktor eksternal terhadap keberlangsungan usaha UMKM kuliner lokal Kota Parepare. Adapun hasil pembobotan dan pemberian rating terhadap faktor-faktor eksternal UMKM kuliner lokal Kota Parepare disajikan pada Tabel berikut.

Tabel 4.3 EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Skor	Rasionalisasi
Peluang (Opportunities)				
1. Meningkatnya tren wisata kuliner dan apresiasi masyarakat terhadap produk lokal.	0,15	4	0,60	Memberikan peluang peningkatan permintaan terhadap produk kuliner lokal.
2. Dukungan regulasi pemerintah terkait ekonomi hijau dan program digitalisasi UMKM.	0,13	3	0,39	Mendukung peningkatan kapasitas dan daya saing UMKM melalui berbagai program pemerintah.
3. Rencana penataan sentra pasar UMKM oleh	0,11	3	0,33	Membuka peluang promosi bersama dan memperluas

Pemerintah Kota Parepare sebagai ruang promosi bersama.				akses pasar.
4. Pasar digital yang luas melalui platform e-commerce dan media sosial untuk memperluas jangkauan pasar.	0,11	4	0,22	Memberikan peluang pemasaran yang lebih luas meskipun pemanfaatannya belum optimal.
Ancaman (Threats)				
1. Fluktuasi dan kenaikan harga bahan baku pokok di pasar yang berdampak pada biaya produksi.	0,15	1	0,15	Meningkatkan biaya produksi dan dapat menurunkan keuntungan usaha.
2. Persaingan ketat dari kuliner modern dan bisnis waralaba (franchise) berskala besar.	0,13	1	0,13	Menekan daya saing UMKM kuliner lokal.
3. Risiko hilangnya pengetahuan resep tradisional akibat lemahnya kaderisasi generasi penerus.	0,12	2	0,24	Mengancam keberlanjutan kuliner tradisional di masa mendatang.
4. Tuntutan standarisasi regulasi perizinan dan sertifikasi (halal, PIRT, dll.) yang memerlukan sumber daya tambahan.	0,10	2	0,20	Membutuhkan biaya dan kesiapan administrasi tambahan.
Total	1,00		2,26	

Keterangan:

- **Bobot:** Skala 0,0 (tidak penting)–1,0 (sangat penting). Total bobot = 1,00.
- **Rating:** Skala 1 (ancaman sangat besar/peluang sangat rendah)–4 (peluang sangat besar/ancaman dapat direspons dengan sangat baik).
- **Skor** = Bobot × Rating.

Nilai **2,50** dalam matriks **EFAS (External Factor Analysis Summary)** merupakan nilai ambang batas tengah (rata-rata) yang dihasilkan dari perkalian total bobot kepentingan (bernilai 1,0) dengan nilai rata-rata dari skala penilaian atau *rating* peluang dan ancaman yang berkisar antara angka 1 hingga 4. Dalam manajemen strategis, standar nilai 2,50 ini digunakan untuk mengukur seberapa efektif strategi

suatu organisasi dalam merespons lingkungan eksternalnya; di mana total skor antara 2,51 hingga 4,0 menandakan bahwa organisasi memiliki strategi yang sangat responsif dalam menangkap peluang dan meminimalkan ancaman, sedangkan skor antara 1,0 hingga 2,49 mengindikasikan bahwa strategi organisasi saat ini belum cukup kuat atau kurang efektif untuk mengeksplorasi peluang eksternal serta menghindari ancaman industri¹⁴³.

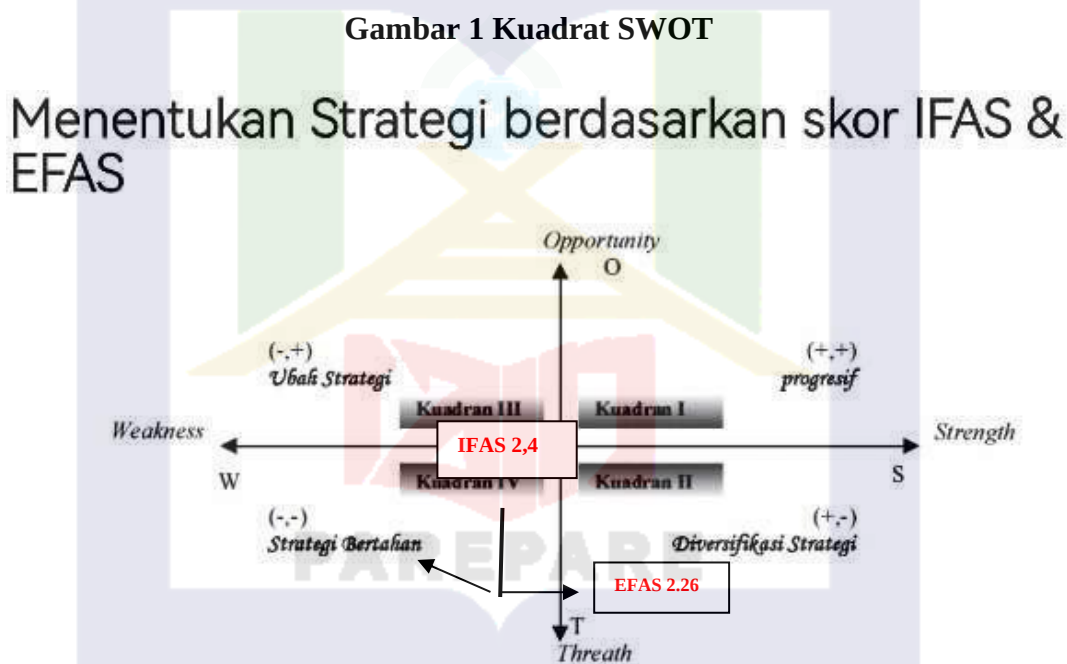
Hasil analisis EFAS menunjukkan total skor sebesar 2,26. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kondisi eksternal UMKM kuliner lokal Kota Parepare berada pada kategori sedang. Dari sisi peluang, meningkatnya tren wisata kuliner, dukungan pemerintah terhadap pengembangan UMKM, penataan sentra UMKM, serta perkembangan pemasaran digital merupakan faktor yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing usaha. Sementara itu, dari sisi ancaman, fluktuasi harga bahan baku, persaingan dengan usaha kuliner modern, berkurangnya regenerasi pelaku usaha kuliner tradisional, serta tuntutan terhadap pemenuhan standar sertifikasi dan regulasi menjadi tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang dirumuskan perlu mampu memanfaatkan peluang yang tersedia sekaligus mengantisipasi berbagai ancaman tersebut.

Setelah dilakukan analisis terhadap faktor-faktor internal dan eksternal melalui matriks IFAS dan EFAS, tahap selanjutnya adalah menentukan posisi strategis

¹⁴³ David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (16th ed.). Pearson Education.

UMKM kuliner lokal Kota Parepare menggunakan Diagram Kuadran SWOT. Penentuan posisi ini dilakukan dengan memetakan hasil skor IFAS dan EFAS ke dalam diagram kuadran SWOT sehingga dapat diketahui jenis strategi yang sesuai dengan kondisi UMKM saat ini.

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh skor IFAS sebesar 2,40 dan skor EFAS sebesar 2,26. Kedua skor tersebut kemudian dipetakan ke dalam Diagram Kuadran SWOT untuk mengetahui posisi strategis UMKM kuliner lokal Kota Parepare.



- Penentuan Strategi juga perlu mempertimbangkan target >> Pengembangan UMKM secara berkelanjutan dengan menjaga prinsip *triple bottom line*
- Tentukan 3-4 strategi prioritas dengan melihat model strategi berdasarkan posisi kuadran serta memanfaatkan SO yang kuat, WT yang lemah

Berdasarkan Gambar di atas, diketahui bahwa posisi strategis UMKM kuliner lokal Kota Parepare berada pada Kuadran IV, yaitu kuadran

Weakness–Threat (WT). Posisi ini menunjukkan bahwa UMKM masih menghadapi berbagai kelemahan internal yang berpotensi menghambat pengembangan usaha, sementara pada saat yang sama juga dihadapkan pada berbagai ancaman dari lingkungan eksternal. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa UMKM perlu memprioritaskan upaya untuk meminimalkan kelemahan internal agar mampu mengurangi dampak ancaman eksternal yang dapat memengaruhi keberlangsungan usaha.

Berdasarkan pemetaan pada Gambar di atas, diketahui bahwa posisi strategis UMKM kuliner lokal Kota Parepare berada pada Kuadran IV, yaitu kuadran *Weakness–Threat* (WT). Posisi ini menunjukkan bahwa UMKM masih menghadapi berbagai kelemahan internal yang berpotensi menghambat pengembangan usaha, sementara pada saat yang sama mereka juga dihadapkan pada tekanan dari lingkungan eksternal. Secara spesifik, kelemahan internal yang masih dihadapi meliputi belum optimalnya pengelolaan keuangan usaha, keterbatasan akses terhadap pembiayaan, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, penggunaan kemasan ramah lingkungan yang belum maksimal, serta terbatasnya kemitraan antarpelaku UMKM. Sementara itu, ancaman eksternal yang membayangi mencakup meningkatnya persaingan usaha kuliner, fluktuasi harga bahan baku, perubahan preferensi konsumen, serta meningkatnya tuntutan terhadap kualitas produk dan penerapan standar usaha. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa strategi pengembangan yang dirumuskan harus

mampu menjawab kedua kondisi tersebut secara simultan agar UMKM dapat meminimalkan kelemahan internal demi mereduksi dampak ancaman eksternal, sehingga mampu meningkatkan daya saing sekaligus menjaga keberlanjutan usahanya.

3. Strategi Prioritas Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan yang Dapat Dilakukan UMKM Kuliner Lokal Kota Parepare

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan eksternal melalui analisis SWOT, pembobotan menggunakan Matriks IFAS dan EFAS, pemetaan posisi strategis pada Diagram Kuadran SWOT, serta penyusunan Matriks SWOT, diperoleh berbagai alternatif strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan UMKM kuliner lokal Kota Parepare. Namun demikian, tidak seluruh alternatif strategi tersebut dapat dilaksanakan secara bersamaan karena setiap strategi memiliki tingkat urgensi, kebutuhan sumber daya, serta ruang lingkup implementasi yang berbeda. Oleh karena itu, diperlukan penentuan strategi yang lebih terfokus agar pengembangan UMKM dapat dilaksanakan secara efektif dan sesuai dengan kondisi aktual yang dihadapi pelaku usaha.

Hasil analisis menunjukkan bahwa UMKM kuliner lokal Kota Parepare berada pada Kuadran IV (*Weakness–Threat*). Posisi ini menunjukkan bahwa UMKM masih menghadapi berbagai kelemahan internal yang berpotensi menghambat perkembangan usaha, sementara di sisi lain juga dihadapkan pada berbagai ancaman dari lingkungan eksternal. Oleh sebab itu, strategi yang

diprioritaskan perlu diarahkan pada upaya memperkuat kapasitas internal UMKM agar mampu mengurangi dampak ancaman eksternal tanpa mengabaikan kekuatan dan peluang yang masih dimiliki.

Selain mempertimbangkan hasil analisis SWOT, penentuan strategi prioritas dalam penelitian ini juga didasarkan pada tujuan penelitian, yaitu mewujudkan pengembangan ekonomi berkelanjutan pada UMKM kuliner lokal Kota Parepare. Dengan demikian, strategi yang dipilih tidak hanya berorientasi pada peningkatan keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan sesuai dengan konsep *Triple Bottom Line (profit, people, dan planet)*. Berdasarkan pertimbangan tersebut, dirumuskan empat strategi prioritas sebagai berikut.

1. Memperkuat Tata Kelola UMKM melalui Peningkatan Literasi Keuangan, Digitalisasi Usaha, dan Kapasitas Manajerial

Strategi pertama yang diprioritaskan adalah memperkuat tata kelola UMKM melalui peningkatan literasi keuangan, digitalisasi usaha, dan kapasitas manajerial. Strategi ini dipilih karena hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu kelemahan utama UMKM kuliner lokal Kota Parepare terletak pada aspek pengelolaan usaha, terutama dalam pencatatan keuangan, perencanaan bisnis, serta pemanfaatan teknologi digital. Kondisi tersebut menyebabkan sebagian pelaku UMKM masih mengalami kesulitan dalam mengembangkan usaha secara lebih profesional dan berkelanjutan. Penguatan tata kelola dapat dilakukan melalui pelatihan manajemen keuangan, penyusunan laporan keuangan sederhana, pemanfaatan aplikasi digital dalam pencatatan transaksi, serta peningkatan kemampuan pelaku UMKM dalam

menggunakan media digital untuk kegiatan pemasaran maupun operasional usaha. Selain itu, diperlukan pendampingan secara berkelanjutan agar pelaku UMKM mampu menerapkan ilmu yang diperoleh dalam kegiatan usahanya. Penerapan strategi ini diharapkan mampu meningkatkan efisiensi pengelolaan usaha, memperkuat daya saing, mempermudah akses terhadap lembaga pembiayaan, serta meningkatkan kemampuan UMKM dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Dalam perspektif Triple Bottom Line, strategi ini mendukung aspek profit melalui peningkatan produktivitas dan kinerja usaha, sekaligus memperkuat aspek people melalui peningkatan kapasitas sumber daya manusia.

2. Mengembangkan Pemasaran Digital Berbasis Identitas Kuliner Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM

Strategi prioritas berikutnya adalah mengembangkan pemasaran digital berbasis identitas kuliner lokal. Strategi ini merupakan hasil pemanfaatan kekuatan berupa autentisitas kuliner lokal yang dipadukan dengan peluang perkembangan teknologi informasi serta meningkatnya minat masyarakat terhadap kuliner khas daerah. Keunikan cita rasa, resep tradisional, dan identitas budaya yang dimiliki UMKM merupakan keunggulan kompetitif yang tidak mudah ditiru oleh pelaku usaha lain sehingga perlu dimanfaatkan secara optimal. Pengembangan pemasaran digital dapat dilakukan melalui optimalisasi media sosial, marketplace, layanan pesan antar berbasis aplikasi, serta promosi digital yang menonjolkan nilai budaya dan keunikan kuliner lokal Kota Parepare. Selain meningkatkan jangkauan pemasaran, strategi ini juga dapat memperkuat citra UMKM sebagai bagian dari

kekayaan budaya daerah sehingga mampu menarik konsumen yang lebih luas, termasuk wisatawan. Strategi ini berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan pelaku UMKM sebagai bagian dari aspek *profit*, sekaligus mendukung aspek *people* melalui pelestarian identitas budaya kuliner lokal dan peningkatan partisipasi masyarakat dalam mengembangkan potensi ekonomi daerah.

3. Memperkuat Kemitraan dan Kolaborasi Antar Pemangku Kepentingan dalam Mendukung Pengembangan UMKM Berkelanjutan

Strategi prioritas ketiga adalah memperkuat kemitraan dan kolaborasi antara pelaku UMKM, pemerintah daerah, akademisi, lembaga keuangan, komunitas usaha, dan pemasok lokal. Strategi ini dipilih karena hasil penelitian menunjukkan bahwa masih terbatasnya jaringan kemitraan menjadi salah satu kelemahan yang memengaruhi kemampuan UMKM dalam memperoleh akses terhadap pembiayaan, pelatihan, inovasi, serta perluasan pasar. Penguatan kemitraan dapat diwujudkan melalui penyelenggaraan program pendampingan UMKM, pelatihan kewirausahaan, fasilitasi sertifikasi produk, pengembangan sentra UMKM, serta kerja sama dalam kegiatan promosi dan pemasaran. Kolaborasi yang baik antar pemangku kepentingan akan menciptakan ekosistem usaha yang lebih kuat sehingga pelaku UMKM memiliki kesempatan yang lebih besar untuk berkembang secara berkelanjutan.

Strategi ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga memperkuat aspek *people* melalui peningkatan kerja sama, pemberdayaan masyarakat, serta pengembangan kapasitas pelaku UMKM. Di sisi lain, kemitraan yang baik juga dapat mendukung penerapan praktik usaha yang lebih bertanggung

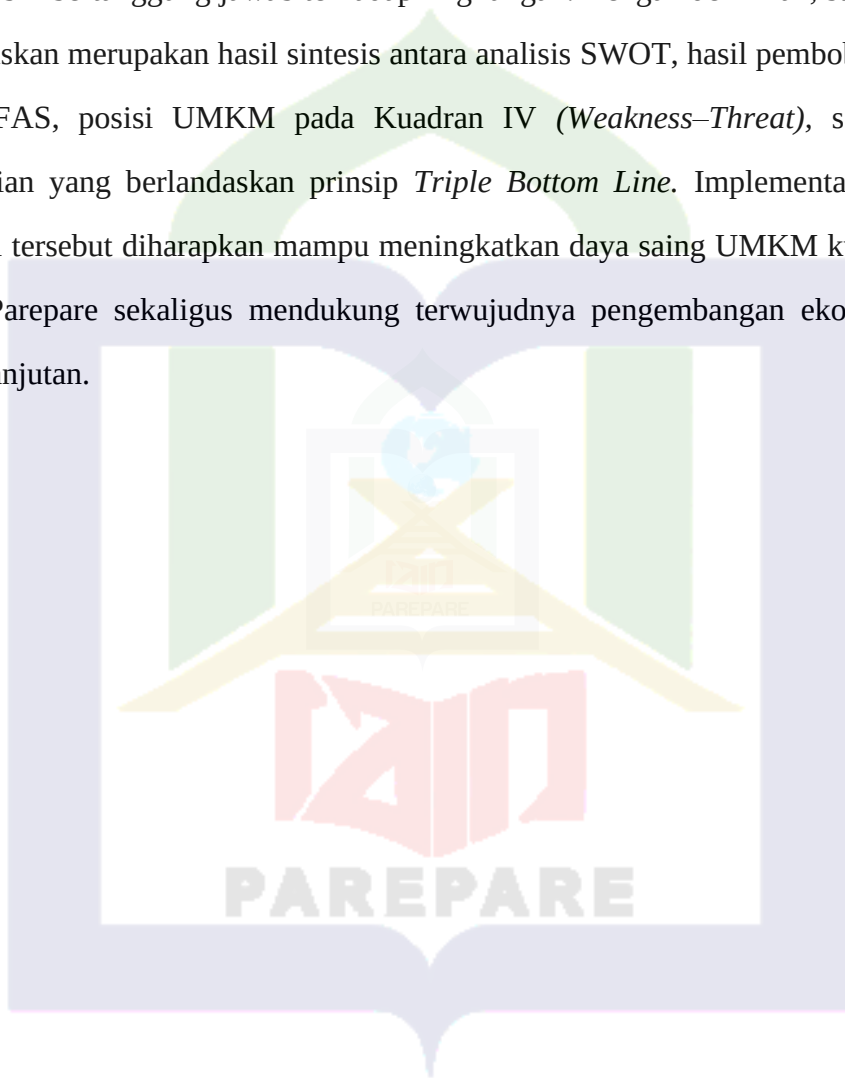
jawab terhadap lingkungan.

4. Mendorong Penerapan Praktik Usaha Ramah Lingkungan melalui Penggunaan Kemasan Berkelanjutan, Pemanfaatan Bahan Baku Lokal, dan Regenerasi Pelaku Usaha

Strategi prioritas terakhir adalah mendorong penerapan praktik usaha yang lebih ramah lingkungan melalui penggunaan kemasan yang berkelanjutan, pemanfaatan bahan baku lokal, serta regenerasi pelaku usaha kuliner lokal. Strategi ini dipilih karena hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan kemasan yang belum ramah lingkungan serta terbatasnya regenerasi pelaku usaha menjadi tantangan yang perlu segera diatasi agar keberlanjutan UMKM tetap terjaga. Penerapan kemasan ramah lingkungan dapat dilakukan secara bertahap dengan mempertimbangkan kemampuan finansial pelaku UMKM, sehingga tidak menimbulkan beban yang berlebihan. Selain itu, pemanfaatan bahan baku lokal secara berkelanjutan dapat memperkuat hubungan dengan pemasok lokal sekaligus mendukung perekonomian masyarakat sekitar. Regenerasi pelaku usaha juga perlu didorong melalui pelibatan generasi muda dalam pengembangan usaha kuliner lokal agar warisan kuliner khas Kota Parepare tetap lestari. Strategi ini memberikan kontribusi yang nyata terhadap aspek planet melalui pengurangan dampak lingkungan, mendukung aspek people melalui pelestarian budaya dan pemberdayaan masyarakat, serta tetap memperhatikan aspek profit karena penggunaan bahan baku lokal dan praktik usaha yang berkelanjutan dapat meningkatkan nilai tambah produk di mata konsumen.

Berdasarkan keempat strategi prioritas tersebut, dapat dipahami bahwa pengembangan ekonomi berkelanjutan pada UMKM kuliner lokal Kota Parepare

tidak hanya berorientasi pada peningkatan keuntungan ekonomi semata, tetapi juga menekankan pentingnya penguatan kapasitas pelaku usaha, pembangunan kemitraan yang berkelanjutan, pelestarian identitas kuliner lokal, serta penerapan praktik usaha yang lebih bertanggung jawab terhadap lingkungan. Dengan demikian, strategi yang dirumuskan merupakan hasil sintesis antara analisis SWOT, hasil pembobotan IFAS dan EFAS, posisi UMKM pada Kuadran IV (*Weakness–Threat*), serta tujuan penelitian yang berlandaskan prinsip *Triple Bottom Line*. Implementasi keempat strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing UMKM kuliner lokal Kota Parepare sekaligus mendukung terwujudnya pengembangan ekonomi yang berkelanjutan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Kuliner Lokal di Kota Parepare yang dianalisis menggunakan Teori Model Bisnis Berkelanjutan Stubbs dan Cocklin serta pendekatan *Triple Bottom Line* (*Profit, People, Planet*) dan etika bisnis Islam, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan utama sebagai berikut:

1. Pelaksanaan prinsip ekonomi berkelanjutan oleh pelaku UMKM kuliner lokal di Kota Parepare saat ini secara umum masih berada pada tahap *"Eco-efficiency defensif"*. Artinya, para pelaku usaha telah memiliki kesadaran dan kepedulian dasar terhadap dampak lingkungan negatif dari aktivitas operasional mereka (seperti timbunan sampah plastik, mika, dan *styrofoam*). Namun, mereka belum mampu melakukan tindakan korektif secara nyata dan sistematis karena struktur pasar, keterbatasan modal, serta rantai pasok domestik memaksa mereka untuk tetap memprioritaskan pertumbuhan ekonomi jangka pendek (*Profit*) di atas keberlanjutan ekologis (*Planet*). Ditinjau dari dimensi *Triple Bottom Line*, dinamika ketiga aspek tersebut berjalan secara tidak seimbang:
 - a. **Aspek Ekonomi (*Profit*):** Aspek ini menjadi fokus paling dominan dalam

pengelolaan operasional usaha. Mayoritas pelaku usaha menempati posisi hilir murni (*pure downstream*) sebagai produsen sekaligus penjual langsung ke konsumen akhir, yang membuat mereka sangat rentan terhadap fluktuasi harga bahan baku. Manajemen keuangan didominasi oleh sistem tradisional (*bootstrapping*) dan pencatatan kas yang sangat sederhana, di mana kas usaha masih bercampur dengan kas rumah tangga. Kasus pengecualian yang progresif ditemukan pada Lawanda Pizza yang telah mengadopsi pembukuan kasir digital yang sistematis serta mampu mengakses pembiayaan eksternal dan program stimulus pemerintah untuk ekspansi bisnis.

b. **Aspek Sosial (*People*):** Dimensi sosial telah mulai tumbuh dengan baik secara vertikal dalam rantai nilai. Hal ini tercermin dari internalisasi nilai-nilai lokal seperti asas kearifan lokal Bugis-Makassar berupa rasa saling percaya (*social trust* / *manre rupa*) dan komitmen pembayaran tepat waktu dengan pemasok pasar tradisional setempat tanpa ikatan kontrak formal tertulis. Selain itu, aspek sosial diwujudkan melalui penetapan harga jual produk yang relatif terjangkau serta pelibatan pemuda setempat dan tetangga sekitar sebagai tenaga kerja. Namun secara horizontal, kemitraan dan kolaborasi antar-sesama pelaku usaha kuliner masih tergolong sangat rendah akibat pola persaingan yang individualistik.

c. **Aspek Lingkungan (*Planet*):** Dimensi ini merupakan lini paling rapuh dan berada pada tahap awal. Tindakan ekologis pelaku usaha mayoritas masih bersifat reaktif dan normatif sebatas menjaga kebersihan fisik tempat

berjualan untuk kenyamanan konsumen, bukan didasarkan pada strategi pengelolaan limbah terpadu. Pembuangan limbah minyak goreng bekas (jelantah) atau sisa makanan masih dibuang langsung ke saluran air kota. Integrasi kemasan ramah lingkungan (*eco-friendly packaging*) yang gampang terurai baru diinisiasi secara nyata oleh dua informan, yaitu Lawanda Pizza dan Simoist, sementara pelaku usaha lainnya terpaksa bertahan pada kemasan plastik konvensional demi efisiensi biaya produksi.

2. Berdasarkan hasil kalkulasi kuantitatif matriks IFAS (2,40) dan EFAS (2,26), posisi strategis UMKM Kuliner Lokal di Kota Parepare berada pada **Kuadran IV (Strategi Defensif/Bertahan)** karena nilai internal dan eksternal berada di bawah ambang batas rata-rata (2,50). Oleh karena itu, strategi pengembangan yang direkomendasikan berorientasi pada pilar strategi *Weakness-Threats* (WT), yang berfokus pada konsolidasi tata kelola internal untuk meminimalkan kerapuhan finansial dan operasional dari ancaman eksternal pasar modern. Strategi ini dirumuskan ke dalam 4 pilar taktis: penguatan tata kelola keuangan digital (aplikasi POS dan QRIS), optimalisasi pemasaran berbasis digitalisasi kearifan lokal, pembangunan kemitraan multipihak (klaster/koperasi informal) untuk stabilitas rantai pasok, serta transisi bertahap menuju bisnis hijau ramah lingkungan. Secara spesifik, terdapat 4 (empat) pilar strategi prioritas yang berhasil dirumuskan dalam penelitian ini:

a. Penguatan Tata Kelola Usaha: Meningkatkan literasi keuangan, digitalisasi pencatatan transaksi, dan kapasitas manajerial pelaku usaha

melalui pelatihan formal dan pendampingan berkelanjutan guna mendorong efisiensi bisnis (*Profit*) dan pengembangan kompetensi SDM (*People*).

b. Akselerasi Pemasaran Digital Berbasis Autentisitas Lokal:

Mengoptimalkan pemanfaatan media sosial, marketplace, dan layanan pesan antar digital dengan menonjolkan nilai budaya dan keunikan cita rasa khas Kota Parepare demi memperluas jangkauan pasar (*Profit*) sekaligus melestarikan identitas kuliner daerah (*People*).

c. Perluasan Kemitraan dan Kolaborasi *Multi-Stakeholder*: Membangun usaha yang integratif melalui sinergi antara pelaku UMKM, pemerintah daerah, akademisi, lembaga keuangan, dan pemasok lokal untuk mempermudah akses pembiayaan, sertifikasi produk, serta transfer pengetahuan.

d. Penerapan Praktik Bisnis Ramah Lingkungan (*Green Business*):

Mendorong adopsi kemasan berkelanjutan secara bertahap, mengutamakan pemanfaatan rantai pasok bahan baku lokal, serta menginisiasi regenerasi pelaku usaha kepada generasi muda guna menekan dampak ekologis (*Planet*) dan menjamin keberlangsungan warisan kuliner daerah.

Melalui implementasi keempat strategi tersebut secara simultan, pengembangan ekonomi UMKM kuliner lokal Kota Parepare diharapkan tidak hanya berfokus pada profitabilitas jangka pendek, melainkan mampu menciptakan ketahanan usaha yang inklusif, mandiri, kolaboratif, serta bertanggung jawab terhadap lingkungan hidup.

- 3. Kebaruan Penelitian (*Novelty* dan *Keaslian Studi*):** Penelitian ini berhasil membuktikan dan mengisi kekosongan akademis (*research gap*) sebagai **studi**

pertama yang mengontekstualisasikan secara empiris Teori Model Bisnis Berkelanjutan Stubbs & Cocklin (2008) pada klaster UMKM kuliner tradisional di Kota Parepare. Berbeda dengan penelitian terdahulu di wilayah Sulawesi Selatan yang umumnya berfokus pada metode pemberdayaan *Participatory Action Research* (PAR) atau analisis kuantitatif kinerja pemasaran makro, penelitian ini secara orisinal membedah anatomi internal usaha mikro dari kacamata integrasi teologis (Q.S. An-Nisa Ayat 29) serta variabel sosio-kultural lokal Bugis (*Manre Rupa*). Keunikan teoretis ini memberikan kontribusi baru bahwa penerapan model bisnis berkelanjutan pada skala mikro di daerah tidak ditentukan oleh kecanggihan struktur manajemen formal korporasi, melainkan oleh kekuatan ikatan modal sosial kemasyarakatan (*social trust*) dan kemampuan *resiliensi* pendanaan mandiri pelaku usaha.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian di atas, maka diajukan beberapa saran normatif dan aplikatif yang diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan ekonomi berkelanjutan pada UMKM kuliner lokal di Kota Parepare:

1. Bagi Pelaku UMKM Kuliner Lokal Kota Parepare: Para pelaku usaha diharapkan mulai meningkatkan kapasitas tata kelola finansial secara bertahap dengan mendisiplinkan diri memisahkan uang pribadi dan uang usaha, serta memanfaatkan aplikasi pembukuan digital sederhana. Pelaku usaha juga harus menurunkan ego sektoral individualistik dan beralih ke paradigma kolaboratif horizontal dengan membentuk klaster atau koperasi UMKM kuliner guna memperkuat posisi tawar ekonomi. Dalam aspek lingkungan, transisi menuju

praktik hijau dapat diinisiasi melalui tindakan kecil yang berkelanjutan, seperti memberikan potongan harga khusus (insentif ekologis) bagi konsumen yang membawa wadah atau tempat makan sendiri dari rumah guna mereduksi sampah plastik.

2. Bagi Pemerintah Kota Parepare (Dinas Koperasi dan UKM serta Dinas Perdagangan): Pemerintah daerah diharapkan hadir memberikan dukungan regulasi dan fasilitasi yang konkret, bukan sekadar program yang bersifat normatif. Rencana penataan sentra pasar UMKM harus diakselerasi sebagai ruang promosi bersama dan penguatan rantai nilai lokal. Pemerintah perlu menyelenggarakan pelatihan manajemen keuangan formal terstruktur, pendampingan digitalisasi operasional terintegrasi, serta fasilitasi pengurusan sertifikasi (Halal, PIRT, standar keamanan pangan) secara massal dan gratis. Selain itu, pemerintah dapat menginisiasi kemitraan strategis dengan distributor kemasan hijau untuk menyediakan stok wadah ramah lingkungan yang bersubsidi atau terjangkau bagi skala industri mikro di Parepare.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya: Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan metode kualitatif deskriptif-eksploratif dengan jumlah informan terbatas pada sepuluh pelaku usaha kuliner lokal. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan penelitian dengan mengadopsi metode kuantitatif atau pendekatan metode campuran (*Mixed Methods*) guna mengukur secara presisi dan statistik mengenai pengaruh biaya implementasi akuntansi lingkungan (*environmental accounting*) terhadap

kinerja keuangan serta tingkat profitabilitas UMKM dalam jangka panjang. Peneliti berikutnya juga disarankan untuk memperluas lokus penelitian pada sektor industri kreatif lainnya di luar sektor kuliner tradisional.



DAFTAR PUSTAKA

- Abatanews. (2025, 9 November). Pemkot Parepare Gerakkan Ekonomi Warga Lewat Event Kampung Enjoy. Diakses dari <https://abatanews.com/pemkot-parepare-gerakkan-ekonomi-warga-lewat-event-kampung-enjoy/>
- Ahmad, F., & Nurul. (2022). Analisis Keberlanjutan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Kuliner Pasca Pandemi Covid-19 di Kota Makassar. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 7(3), 245-260. <https://doi.org/10.24252/jebi.v7i3.28945>
- Al-Qur'an dan Terjemahnya. (2019). Jakarta: Lajnah Pentashihan Al-Qur'an, Kementerian Agama RI.
- Amalia, F., & Rahman, A. (2019). Analisis Daya Saing UMKM Makanan Tradisional dalam Menghadapi Pasar Modern. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 145-158.
- Amirah. Pemilik Krumi. *Wawancara*. Parepare, 2026.
- Asian Development Bank. (2022). *Asia Small and Medium-Sized Enterprise Monitor*. ADB Publications.
- Asosiasi Pengusaha Indonesia. (2023). *Kontribusi Sektor Kuliner terhadap Perekonomian Indonesia*. Jakarta: APINDO.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2023). *Statistik UMKM Indonesia 2023*. Jakarta: BPS.
- Badan Pusat Statistik Kota Parepare. (2023). *Parepare dalam Angka 2023*. Parepare: BPS Kota Parepare.
- Badan Pusat Statistik Sulawesi Selatan. (2023). *Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Sulawesi Selatan 2023*. Makassar: BPS Sulsel.
- Balai Penelitian Tanaman Rempah dan Obat Sulawesi Selatan. (2023). *Potensi Bahan Baku Kuliner Lokal Sulawesi Selatan*. Makassar: Balittro Sulsel.

- Bungin, B. (2021). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Edisi ke-2). Jakarta: Kencana.
- Costanza, R., & Daly, H. E. (1992). Natural Capital and Sustainable Development. *Conservation Biology*, 6(1), 37-46.
- Costanza, Robert dan Herman E. Daly. "Natural Capital and Sustainable Development." *Conservation Biology* Vol. 6, No. 1 (Maret, 1992), hlm. 37-46.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and Conducting Mixed Methods Research* (Edisi ke-3). California: SAGE Publications.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (16th ed.). Pearson Education
- John Elkington, *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business* (Oxford: Capstone Publishing, 1997)
- Dasgupta, Partha. "Sustainable Development." In *The Handbook of Environmental Economics*, diedit oleh Karl-Göran Mäler dan Jeffrey Vincent. Amsterdam: North-Holland/Elsevier, 2005.
- Data primer hasil penelitian, diolah oleh peneliti (2026).*
- Dewi, M. A. S., & Sudibia, I. K. (2021). Model Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis UMKM Kuliner untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, 9(4), 412-428. <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v9.i4.4692>
- Dinas Koperasi dan UKM Kota Parepare. (2023). *Data UMKM Kota Parepare 2023*. Parepare: Diskop UKM Kota Parepare.
- Dinas Koperasi dan UKM Kota Parepare. (2024). *Data UMKM Kuliner Kota Parepare Tahun 2024*. Parepare: Diskop UKM.
- Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sulawesi Selatan. (2023). *Profil UMKM Sulawesi Selatan 2023*. Makassar: Diskop UKM Sulsel.
- Dinas Pariwisata Kota Parepare. (2022). *Inventarisasi Kuliner Tradisional Kota Parepare*. Parepare: Dispar Kota Parepare.

- Dinas Perdagangan Kota Parepare. (2023). *Laporan Program Pemberdayaan UMKM Kuliner 2023*. Parepare: Disdag Kota Parepare.
- Dyllick, T., & Hockerts, K. (2022). Beyond the Business Case for Corporate Sustainability. *Business Strategy and Environment*, 31(1), 441-456.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing.
- Eni. Pemilik Kedai Bilal. Wawancara. Parepare, 2025.
- Esa, P. M. P., Kinaya, A. Y., Khalfani, T. A., Tasya, Z., & Supriyono. (2024). Peran Makanan Tradisional dalam Memperkuat Identitas Nasional. *Jurnal Budaya Nusantara*, 7(1), 024-035.
- Fikri, dkk. (2023). *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Diedit oleh Andi Nurindah Sari). Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press.
- Firmansyah, D., & Hadiguna, R. A. (2023). Digitalisasi UMKM Kuliner: Strategi dan Implementasi. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 13(2), 156-170.
- Forum for the Future. Capitals Approach to Sustainability. London: Forum for the Future, 2012.
- Geissdoerfer, M., Vladimirova, D., & Evans, S. (2018). Sustainable Business Model Innovation: A Review. *Journal of Cleaner Production*, 198, 401-416.
- Håkan Håkansson dan Ivan Snehota, *Developing Relationships in Business Networks* (London:Routledge, 1995), hlm.
- Håkansson, H., & Snehota, I. (1995). *Developing Relationships in Business Networks*. London: Routledge.
- Hakim, A. R. (2023). Pemanfaatan Sumber Daya Lokal dalam Pengembangan UMKM Kuliner Berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi Lokal*, 12(1), 45-62.
- Hasan, M., Azis, M., & Hamid, N. (2021). Green UMKM: Implementasi Praktik Bisnis Berkelanjutan pada UMKM Kuliner di Sulawesi Selatan. *Jurnal Ilmu Lingkungan*, 19(1), 78-92.

- Hasan, M., dkk. (2020). *Sustainability of MSMEs in Developing Countries: The Dilemma of Profitability vs. Environmental Responsibility*. *Journal of Cleaner Production*, 254, 120-132.
- Hasanuddin, R., & Fitriyani, S. (2020). Strategi Digitalisasi UMKM Kuliner di Era Revolusi Industri 4.0: Studi Kasus Sulawesi Selatan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 22(2), 89-103.
- Hidayah, N., Fauzi, A., & Marlina, L. (2020). Pengembangan Kapasitas UMKM Kuliner Tradisional Melalui Pendekatan Triple Bottom Line. *Jurnal Pembangunan Berkelanjutan*, 8(2), 89-105.
- International Labour Organization. (2023a). *Small and Medium Enterprises and Decent and Productive Employment Creation*. ILO Publications.
- Kadir, Marwah. Pemilik Delnafa. Wawancara. Parepare, 2025.
- Kementerian Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahnya. Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023a). *Laporan Implementasi Program Digitalisasi UMKM 2023*. Jakarta: Kemenkop UKM RI.
- Kementerian Koperasi dan UKM RI. (2023b). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah dan Usaha Besar Tahun 2023*. Jakarta: Kemenkop UKM RI.
- Kristiyanti, M. (2012). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Pengembangan Modal Sosial. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi*.
- Kristiyanti, M. (2012). Peran Strategic Entrepreneurship dalam Membangun Daya Saing UMKM Menghadapi ASEAN Economic Community (AEC). *Jurnal EMBA*, 1(3), 100-109.
- Latifah, S. W., & Soewarno, N. (2023). The Environmental Accounting Strategy and Waste Management to Achieve MSME's Sustainability Performance. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2176444. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2176444>
- Maharani, S. D., Supriyono, B., & Mindarti, L. I. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Kuliner Berbasis Kearifan Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing di

- Era Digital. *Jurnal Administrasi Publik dan Pembangunan*, 8(2), 156-167.
<https://doi.org/10.21776/ub.japp.2023.008.02.15>
- Mardikanto, T., & Soebiato, P. (2012). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Perspektif Kebijakan Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Mediata.id. (2025). Tasming Hermanto Komitmen Bangkitkan UMKM Lewat Program Peningkatan Kapasitas SDM. Diakses dari <https://mediata.id/2025/08/tasming-hermanto-komitmen-bangkitkan-umkm-lewat-program-peningkatan-kapasitas-sdm/>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook* (Edisi ke-2). California: Sage Publications.
- Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber tentang Metode-metode Baru*. Diterjemahkan oleh Tjetjep Rohendi Rohidi. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press).
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi Revisi). Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nugraha, F., Permatasan, I., & Hartono, R. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Kuliner Tradisional di Era Modern. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 17(3), 234-248.
- Nugroho, A. D. (2023). Keberlanjutan UMKM Kuliner dalam Era Digital. *Jurnal Ekonomi Berkelanjutan*, 8(2), 112-128.
- Nugroho, H. P. (2023). Inovasi Berkelanjutan pada UMKM Kuliner: Konsep dan Implementasi. *Jurnal Inovasi Berkelanjutan*, 9(1), 67-84.
- Parepare Terkini. (2025). Pemkot Parepare Siapkan Penataan Ulang Pasar UMKM untuk Optimalkan Aset dan Aktivitas Warga. Diakses dari <https://parepare.terkini.id/2025/11/05/pemkot-parepare-siapkan-penataan-ulang-pasar-umkm-untuk-optimalkan-aset-dan-aktivitas-warga>
- Pemerintah Kota Parepare. (2023). *Profil Kota Parepare 2023*. Parepare: Bappeda Kota Parepare.

- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. *Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 17*.
- Pijar News. (2026). Istana Kanse Padukan Ikan Kelas Eksport. Diakses Januari 2026 dari <https://www.pijarnews.com/istana-kanse-padukan-ikan-kelas-eksport/>
- Prasetyo, A., & Dzaki, F. (2021). Analisis Modal Sosial Rantai Pasok Informal pada UMKM Sektor Kuliner Tradisional. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*
- Pratiwi, A., Januarti, D., Sunarti, D., Nafiah, D. H., & Mustofa, M. (2023). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Di Indonesia Pada Tahun 2010-2013. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(7), 234-248.
- Purnawan, Andi. Pemilik Lawanda Pizza. Wawancara. Parepare, 2025.
- Purwanto. (2011). *Statistika Untuk Penelitian* (Edisi ke-1). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Putri, A. D. (2023). Transformasi Digital pada UMKM Kuliner: Peluang dan Tantangan. *Technology and Business Review*, 6(1), 89-105.
- Radu-Lefebvre, M., Lefebvre, V., Crosina, E., & Hytti, U. (2021). Entrepreneurial Identity: A Review and Research Agenda. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(6), 1-34. <https://doi.org/10.1177/10422587211013795>
- Rahim, S., & Hastuti, D. R. (2020). Analisis Akses Pembiayaan UMKM di Kawasan Timur Indonesia. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 24(4), 512-528.
- Rangkuti, F. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. (2015). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis — Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rangkuti, Freddy. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Republik Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta: Sekretariat Negara.

- Republik Indonesia. (2022). *Peraturan Presiden Nomor 2 Tahun 2022 tentang Rencana Aksi Nasional Ekonomi Hijau 2021-2030*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Rikawati. Pemilik Prasmanan Rikawati. Wawancara. Parepare, 2025.
- Rustiadi, E., Saefulhakim, S., & Panuju, D. R. (2018). *Perencanaan dan Pengembangan Wilayah*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Sari, D. P., Sulisty, B., & Widyaningrum, R. (2022). Strategi Pengembangan UMKM Kuliner Tradisional Berbasis Ekonomi Berkelanjutan di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 20(2), 145-162.
- Sari, R. K., Arsyad, M., & Rahman, W. H. (2021). Pemberdayaan UMKM Kuliner Tradisional Melalui Pengembangan Kapasitas dan Jejaring Pemasaran di Sulawesi Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 89-102. <https://doi.org/10.24198/jpkm.v6i1.26754>
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM dan Peningkatan Daya Saing. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 1(3), 117-127.
- Setiawan, A., & Marlina, L. (2022). Ekosistem Inovasi untuk UMKM Kuliner Berkelanjutan. *Innovation Ecosystem Review*, 11(4), 201-218.
- Sharika, S. (2024). Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Kuliner di Pamulang Barat. *Jurnal Polteksahid*, 8(1), 1-15.
- Stubbs, W., & Cocklin, C. (2008). Conceptualizing a "Sustainability Business Model". *Organization & Environment*, 21(2), 103-127. <https://doi.org/10.1177/1086026608318042>
- Stubbs, Wendy, dan Chris Cocklin. "Conceptualizing a Sustainability Business Model." *Organization & Environment* 21, no. 2 (2008): 103–127. <https://doi.org/10.1177/1086026608318042>.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suriyani. Pemilik Aneka Kue Suriyani. Wawancara. Parepare, 2025.

- Syarif, S. A. (2025). *SDGs dan Pelibatan Anak Muda dalam Pencapaiannya*. Jakarta: IPN Press.
- Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*. Jakarta: LP3ES.
- Umar, H. (2020). *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Unhy. Pemilik Cemilan Pare. Wawancara. Parepare, 2026.
- United Nations. (2015). *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. New York: United Nations.
- Wahida. Pemilik Nasi Campur Pasar Lakessi. Wawancara. Parepare, 2026.
- Wahyuni, Andi. Pemilik Es Teler Bahagia. Wawancara. Parepare, 2026.
- Wahyuni, S., Sudarma, I. K., & Antara, M. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Berkelanjutan di Sektor Kuliner Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Agribisnis*, 11(1), 78-95.
- Wawancara, Kedai Bilal, 2026.
- Wawancara, Lawanda Pizza, 2026
- Yeni. Pemilik Simoist. Wawancara. Parepare, 2025.

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
NOMOR : B-1510/In.39/FUAD.03/PP.00.9/06/2025

TENTANG

PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI/TUGAS AKHIR MAHASISWA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

DEKAN FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAEREPARE

- Menimbang**
- Bahwa untuk menjamin kualitas skripsi/tugas akhir mahasiswa FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH IAIN Parepare, maka dipandang perlu penetapan pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa tahun 2025
 - Bahwa yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan mampu untuk diserahi tugas sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa.
- Mengingat**
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 - Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
 - Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 - Peraturan Pemerintah RI Nomor 17 Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan
 - Peraturan Pemerintah RI Nomor 13 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Pemerintah RI Nomor: 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
 - Peraturan Presiden RI Nomor 29 Tahun 2018 tentang Institut Agama Islam Negeri Parepare;
 - Keputusan Menteri Agama Nomor: 394 Tahun 2003 tentang Pembukaan Program Studi;
 - Keputusan Menteri Agama Nomor 387 Tahun 2004 tentang Petunjuk Pelaksanaan Pembukaan Program Studi pada Perguruan Tinggi Agama Islam;
 - Peraturan Menteri Agama Nomor 35 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja IAIN Parepare
 - Peraturan Menteri Agama Nomor 16 Tahun 2019 tentang Statuta Institut Agama Islam Negeri Parepare.
- Memperhatikan :**
- Surat Pengesahan Daftar Isian Pelaksanaan Anggaran Nomor: SP DIPA-025.04.2.307381/2024, tanggal 12 Juni 2025 tentang DIPA IAIN Parepare Tahun Anggaran 2025
 - Surat Keputusan Rektor Institut Agama Islam Negeri Parepare Nomor: 1510 Tahun 2025, tanggal 12 Juni 2025 tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah;
- MEMUTUSKAN**
- Menetapkan**
- Keputusan Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah tentang pembimbing skripsi/tugas akhir mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare Tahun 2025
 - Menunjuk saudara: **Selvy Anggriani Syarif, M.Si.**, sebagai pembimbing skripsi/tugas akhir bagi mahasiswa :
Nama Mahasiswa : SITI NUR HALISA
NIM : 2220203870231004
Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam
Judul Penelitian : PENGEMBANGAN EKONOMI BERKELANJUTAN PADA UMKM KULINER LOKAL DI KOTA PAREPARE
 - Tugas pembimbing adalah membimbing dan mengarahkan mahasiswa mulai pada penyusunan sinopsis sampai selesai sebuah karya ilmiah yang berkualitas dalam bentuk skripsi/tugas akhir;
 - Segala biaya akibat diterbitkannya surat keputusan ini dibebankan kepada Anggaran belanja IAIN Parepare;
 - Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan Parepare
Pada tanggal 12 Juni 2025



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Alamat : JL. Amal Bakti No. 8, Soreang, Kota Parepare 91132 ☎ (0421) 21307 📠 (0421) 24404
PO Box 909 Parepare 9110, website : www.iainpare.ac.id email: mail.iainpare.ac.id

Nomor : B-676/In.39/FUAD.03/PP.00.9/05/2026

07 Mei 2026

Sifat : Biasa

Lampiran : -

H a l : Permohonan Izin Pelaksanaan Penelitian

Yth. Walikota Parepare

Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Parepare
di

KOTA PAREPARE

Assalamu Alaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Parepare :

Nama	: SITI NUR HALISA
Tempat/Tgl. Lahir	: PAREPARE, 21 Februari 2004
NIM	: 2220203870231004
Fakultas / Program Studi	: Ushuluddin, Adab dan Dakwah / Pengembangan Masyarakat Islam
Semester	: VIII (Delapan)
Alamat	: JL. ZASILIA KEC. UJUNG KOTA PAREPARE

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah Walikota Parepare dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul :

PENGEMBANGAN EKONOMI BERKELANJUTAN PADA UMKM KULINER LOKAL KOTA PAREPARE

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada tanggal 07 Mei 2026 sampai dengan tanggal 07 Juni 2026.

Demikian permohonan ini disampaikan atas perkenaan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Wr. Wb.

Dekan,



Dr. A. Nurkidam, M.Hum.
NIP 196412311992031045

Tembusan :

1. Rektor IAIN Parepare

SRN IP0000462



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
Jl. Bandar Madani No. 1 Telp (0421) 23594 Faximile (0421) 27719 Kode Pos 91111, Email : dpmpstp@pareparekota.go.id

IZIN PENELITIAN
Nomor : 462/IP/DPM-PTSP/5/2026

Dasar : 1. Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 3 Tahun 2018 tentang Penerbitan Surat Keterangan Penelitian.
3. Peraturan Wali Kota Parepare Nomor 31 tahun 2025 tentang Pendelegasian Wewenang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha dan Nonperizinan Daerah Kepada Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu :

M E N G I Z I N K A N

KEPADA	
NAMA	: SITTI NUR HALISA
UNIVERSITAS/ LEMBAGA	: INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PAREPARE
Jurusan	: PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM
ALAMAT	: JL. SASILIA, PAREPARE
UNTUK	: melaksanakan Penelitian/wawancara dalam Kota Parepare dengan keterangan sebagai berikut :
JUDUL PENELITIAN	: PENGEMBANGAN EKONOMI BERKELANJUTAN PADA UMKM KULINER LOKAL KOTA PAREPARE
LOKASI PENELITIAN	: KECAMATAN SE KOTA PAREPARE

WAKTU PENELITIAN : **11 Mei 2026 s.d 07 Juni 2026**

a. Izin Penelitian berlaku selama penelitian berlangsung
b. Izin ini dapat dicabut apabila terbukti melakukan pelanggaran sesuai ketentuan perundang - undangan

Dikeluarkan di: **Parepare**
Pada Tanggal : **12 Mei 2026**

**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL
DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
KOTA PAREPARE**



Hj. ST. RAHMAH AMIR, ST, MM
Pembina Tk. 1 (IV/b)
NIP. 19741013 200604 2 019

Biaya : Rp. 0.00

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1
- Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah
- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan **Sertifikat Elektronik** yang diterbitkan **BSrE**
- Dokumen ini dapat dibuktikan keasliannya dengan terdaftar di database DPMPSTP Kota Parepare (scan QRCode)



Balai
Sertifikasi
Elektronik





**PEMERINTAH KOTA PAREPARE
KECAMATAN BACUKIKI BARAT**

Jalan Chalik No. 8, Kode Pos 91122
Website : <https://bacukiki-barat.pareparekota.go.id/>, e-mail : bacukiki-barat@gmail.com

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Nomor : 000.9.2/123/Bck.Brt

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **ARDIANSYAH ARIFUDDIN, S.STP., M.SI**
Jabatan : Camat Bacukiki Barat
Nip. : 19820127 200112 1 003

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : **SITTI NUR HALISA**
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa
Universitas : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare
Jurusan : Pengembangan Masyarakat Islam
Alamat : Jl.Sasilia, Parepare

Yang bersangkutan telah melaksanakan penelitian di Wilayah Kecamatan Bacukiki Barat Kota Parepare terhitung mulai tanggal 11 Mei 2026 s/d 07 Juni 2026 dengan judul penelitian **PENGEMBANGAN EKONOMI BERKELANJUTAN PADA UMKM KULINER LOKAL KOTA PAREPARE.**

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan diparepare
Pada tanggal, 1 Juli 2026
CAMAT BACUKIKI BARAT,



ARDIANSYAH ARIFUDDIN, S.STP., M.SI
Pembina Tk.I (IV/b)
NIP. 19820127 200112 1 003

PAREPARE



**PEMERINTAH DAERAH KOTA PAREPARE
KECAMATAN BACUKIKI**

Jalan Jenderal Muhammad Yusuf Telp. (0421) 21509 Kode Pos 91125,
Email : bacukiki@pareparekota.go.id

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Nomor : 070 /117-a Bacukiki

Yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : MUHAMMAD SYAKIR. M,S.STP, M.Si
Nip : 198207312001121001
Jabatan : Camat Bacukiki

Menerangkan bahwa :

Nama : SITI NUR HALISA
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan/Pendidikan : Mahasiswi
Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam
Alamat : JL.Sasilia, Kota Parepare
Judul Penelitian : "PENGEMBANGAN EKONOMI BERKELANJUTAN PADA
UMKN KULINER LOKAL KOTA PAREPARE "

Benar Mahasiswi tersebut telah selesai melakukan penelitian/wawancara di Kecamatan Bacukiki Kota Parepare terhitung mulai tanggal 11 Mei 2026 sampai dengan 07 Juni 2026, Berdasarkan Izin Penelitian dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare Nomor : 462/IP/DPM-PT SP/5/2026 Tanggal 12 Mei 2026.

Demikian surat keterangan ini buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 8 Juni 2026

CAMAT BACUKIKI

MUHAMMAD SYAKIR. M(S.STP, M.Si

Pembina IV.a/

Nip : 198207312001121001





PEMERINTAH DAERAH KOTA PAREPARE

KECAMATAN SOREANG

Jalan Laupe No. 163 Parepare, Kode Pos 91131

Email : soreangkecamatan@gmail.com, Website : soreang.pareparekota.go.id

SURAT KETERANGAN TELAH SELESAI MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor : 400.7.22/25/KCS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : H. RASUL LUKMAN, SE
 NIP : 198508292010011007
 Pangkat/Golongan : Penata Tk. I, III/d
 Jabatan : Plt. Camat Soreang

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa mahasiswa yang tersebut di bawah ini :

Nama : SITI NUR HALISA
 Universitas/Lembaga : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare
 Jurusan : Pengembangan Masyarakat Islam
 Alamat : Jl. Sasilia, Parepare

Telah selesai melakukan penelitian di KECAMATAN SOREANG KOTA PAREPARE selama 28 Hari, terhitung mulai tanggal 11 Mei 2026 s.d 07 Juni 2026, untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Skripsi/Tesis Penelitian yang berjudul : "PENGEMBANGAN EKONOMI BERKELANJUTAN PADA UMKM KULINER LOKAL KOTA PAREPARE".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.



Tembusan :

1. Walikota Parepare sebagai Laporan;
2. Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare;
3. Kepala Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Parepare;
4. Arsip.



PEMERINTAH KOTA PAREPARE
KECAMATAN UJUNG

Jalan Mattirotasi Nomor 22 Parepare, Kode Pos 91111
 Email : ujung@pareparekota.go.id, Website : ujung.pareparekota.go.id

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Nomor : 100.3.12/08/UJUNG

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : HASANUDDIN, S.E
 NIP : 197605222007011009
 Jabatan : Sekretaris Kecamatan
 Alamat Kantor : Jl. Mattirotasi No. 22 Kota Parepare

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : SITTI NUR HALISA
 Tempat / Tgl. Lahir : Parepare, 21 Februari 2004
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Agama : Islam
 Pekerjaan : Mahasiswi
 Universitas / Lembaga : Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare
 Program Studi : Pengembangan Masyarakat Islam
 Alamat : Jl. Sasilia Parepare

Yang bersangkutan telah melakukan Penelitian/Wawancara di Kecamatan Ujung Kota Parepare dengan Judul "Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan pada UMKM Kuliner Lokal Kota Parepare" berdasarkan Surat Izin Penelitian nomor : 462/IP/DPM-PTSP/5/2026 tanggal 12 Mei 2026 Lokasi Penelitian : Kecamatan se Kota Parepare.

Demikian keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya..

Parepare, 01 Juli 2026

a.n. CAMAT UJUNG,
 Sekretaris Kecamatan



HASANUDDIN, S.E
 Penata Tk. I, III/d
 NIP : 197605222007011009

	KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PAREPARE FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH Jl. AmalBakti No. 8 Soreang 91131 Telp. (0421) 21307
	VALIDASI INSTUMEN PENELITIAN

NAMA : SITTI NUR HALISA
 NIM : 2220203870231004
 FAKULTAS : USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
 PRODI : PENGEMBANGAN MASYARAKAT ISLAM
 JUDUL : PENGEMBANGAN EKONOMI BERKELANJUTAN PADA
 UMKM KULINER LOKAL DI KOTA PAREPARE

PEDOMANA WAWANCARA INSTRUMEN PENELITIAN

BAGIAN I: IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk: Isilah identitas Bapak/Ibu dengan lengkap dan benar.

Nama/Inisial : _____

Usia : _____ tahun

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Pendidikan Terakhir : ☐ SD ☐ SMP ☐ SMA/SMK ☐ D3 ☐ S1 ☐ S2/S3

Jenis Usaha : _____

Tahun Berdirinya Usaha : _____

BAGIAN II: PANDUAN WAWANCARA

Petunjuk: Pertanyaan berikut merupakan panduan wawancara mendalam (in-

depth interview) untuk menggali informasi terkait model bisnis berkelanjutan UMKM kuliner lokal Kota Parepare berdasarkan empat komponen utama Teori Model Bisnis Berkelanjutan Stubbs dan Cocklin.

Dimensi / Komponen (Rumusan Masalah)	Daftar Pertanyaan
A. Informasi Awal Berdirinya Usaha	<i>(Informasi Awal Usaha)</i> 1. Boleh diceritakan bagaimana awal mula Bapak/Ibu mendirikan usaha kuliner ini? 2. Sudah berapa lama usaha ini berjalan, dan bagaimana perkembangannya dari awal hingga sekarang?
B. Proposisi Nilai Berkelanjutan	<i>(Nilai Ekonomi, Sosial & Lingkungan)</i> 1. Apa keunggulan atau kelebihan produk Anda di mata pembeli? 2. Bagaimana cara menghadirkan keunggulan produk? 3. Kebanyakan pelanggan berbelanja di sini karena apa? (harga, kualitas, atau apa) <i>(Diferensiasi Produk)</i> 4. Apa keunikan atau ciri khas produk kuliner Bapak/Ibu yang membedakannya dari pesaing? 5. Bagaimana Bapak/Ibu memastikan kualitas produk tetap terjaga secara konsisten? 6. Bagaimana cara mengetahui keinginan produk

Dimensi / Komponen (Rumusan Masalah)	Daftar Pertanyaan
	yang diharapkan pelanggan? <i>(Keberlanjutan Nilai bagi Pelanggan)</i> 7. Bagaimana Bapak/Ibu mempertahankan loyalitas pelanggan dalam jangka panjang? 8. Apakah ada inovasi produk yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang terus berkembang?
C. Struktur Jaringan Berkelanjutan	<i>(Hubungan dengan Pemasok)</i> 1. Apa pertimbangan Bapak/Ibu dalam memilih pemasok bahan baku 2. Bagaimana Bapak/Ibu menjalin hubungan dengan pemasok bahan baku ? 3. Apakah pemasok berasal dari lingkungan lokal Kota Parepare? 4. Jika ada penggantian pemasok, biasanya karena apa? 5. Pemasok paling lama sudah berapa tahun? <i>(Kemitraan & Kolaborasi)</i> 6. Apakah Bapak/Ibu memiliki mitra usaha atau bergabung dalam komunitas/asosiasi UMKM? dan apa alasan Bapak/Ibu bergabung ?

Dimensi / Komponen (Rumusan Masalah)	Daftar Pertanyaan
	7. Bentuk kolaborasi apa yang ada dalam komunitas/asosiasi UMKM ? 8. Adakah bentuk kolaborasi yang diharapkan tapi belum ada di kota parepare? Mengapa? 9. Bagaimana kemitraan tersebut memberikan manfaat bagi keberlangsungan usaha? 10. Adakah kegiatan yang secara rutin dilakukan untuk meningkatkan kapasitas (pelatihan atau sejenisnya) ? 11. seberapa sering anda mengikuti kegiatan tersebut? <i>(Jaringan Distribusi & Pemasaran)</i> 12. Melalui saluran apa produk Bapak/Ibu dipasarkan dan didistribusikan kepada pelanggan (langsung, online, marketplace, dll.) ? dan mengapa menggunakan saluran tersebut ? 13. Mana yang paling memudahkan dan meningkatkan pendapatan, apakah saluran offline atau saluran online? 14. Adakah kurir khusus toko yang dilibatkan dalam pemasaran?, jika tidak ada apa alasan memilih kurir tertentu untuk mengantarkan pesanan atau

Dimensi / Komponen (Rumusan Masalah)	Daftar Pertanyaan
	melakukan pembelian bahan baku? 15. Bagaimana Bapak/Ibu memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran?
D. Modal Pendapatan Berkelanjutan	(Sumber Pendapatan) 1. Apa saja yang selama ini dijual? 2. Produk apa yang paling laku? 3. Adalah produk yang pernah dijual, tapi sekarang sudah tidak dijual? kenapa? 4. Adakah paket khusus yang dijual ketika hari tertentu, seperti hari raya atau hari besar lainnya? Apa saja yang menjadi alasan biasanya paket tersebut yang dibuat? 5. (Pengelolaan Keuangan & Modal) 6. Bagaimana cara Bapak/Ibu mencatat keuangan? 7. Bagaimana Bapak/Ibu mengelola keuangan usaha agar tetap stabil? 8. Adakah tim pengelolah keuangan ? bagaimana cara kerjanya ? 9. Apakah pernah mengakses pembiayaan dari lembaga keuangan/perbankan, dan bagaimana pengalaman tersebut? 10. Jika membutuhkan modal tambahan, apa yang

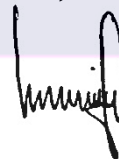
Dimensi / Komponen (Rumusan Masalah)	Daftar Pertanyaan
	biasa dilakukan? 11. Apakah profit penjualan lebih diprioritaskan untuk menambah modal atau ada sumber lain? 12. Apakah pencatatan pengeluaran dan pendapatan dilakukan secara terpisah? 13. Apakah cash opname (pengecekan pencatatan dan jumlah uang dikas) biasa dilakukan? Biasanya setiap kapan? <i>(Investasi untuk Keberlanjutan)</i> 14. Investasi apa yang paling prioritas dilakukan (peralatan, SDM, teknologi, dll.)?
E. Posisi Dalam Rantai Nilai	<i>(Peran dalam Rantai Nilai)</i> 1. Bagaimana bapak/ibu menjalin silaturahmi atau menjaga hubungan baik dengan pelaku usaha lain, baik dengan produsen, pengelola, distributor atau pemasok bahan baku? 2. Bagaimana hubungan dengan pelaku usaha lain dalam rantai tersebut? <i>(Penciptaan Nilai Tambah)</i> 3. Apakah kemasan yang digunakan lebih ramah lingkungan, estetik, atau bisa digunakan ulang? 4. Jika memiliki pelayanan <i>dine-in</i> (makan

Dimensi / Komponen (Rumusan Masalah)	Daftar Pertanyaan
	ditempat), apakah tempat terbilang instagramable, bersih, terdapat shalat dan ramag anak? 5. Apakah ada waktu atau kecepatan minimal yang dibutuhkan untuk menyiapkan pesanan? 6. Apakah ada fasilitas pendukung seperti Wi-fi di rumah makan, area bermain anak, dan kursi bayi? 7. Apakah menu bisa disesuaikan dengan keinginan konsumen, misal tingkat kepedasan. Tingkat manis, atau bahan-bahan tertentu yang boleh tidak digunakan? 8. Apakah pemesanan bisa dilakukan lewat WA atau aplikasi? 9. Apakah tersedia pembayaran non-tunai? 10. Adakah pesan antar? 11. Apakah usaha memiliki akun sosial media yang biasa di gunakan untuk promosi? 12. Apakah akun medsos digunakan untuk menceritakan latar belakang unik setiap produk, termasuk menjelaskan bahan premium yang digunakan? 13. Apakah pemilik usaha biasa melibatkan

Dimensi / Komponen (Rumusan Masalah)	Daftar Pertanyaan
	pelanggan untuk berdonasi? 14. Bagaimana program loyalitas usaha yang diberikan kepada konsumen <i>(Tantangan & Strategi dalam Rantai Nilai)</i> 1. Apa tantangan terbesar yang dihadapi dalam posisi Bapak/Ibu saat ini dalam rantai nilai kuliner lokal? 2. Strategi apa yang sudah atau akan dilakukan untuk memperkuat posisi tersebut guna mendukung pengembangan ekonomi berkelanjutan? 3. Peluang apa yang biasa digayet oleh pemilik usaha untuk meningkatkan penjualan 4. Ancaman terbesar usaha apa saja?

Parepare, _____ 2026

Peneliti,



Sitti Nur Halisa

(NIM: 2220203870231004)

Profil Informan Penelitian

No	Nama Informan	Usia	Nama Usaha	Jenis Usaha / Produk	Lama Usaha	Pendidikan
1	MK	41	Delnafa	Aneka kue dan makanan ringan	5 tahun	SMA
2	AP	45	Lawanda Pizza	Pizza	5 tahun	S1
3	AM	37	Krumi	Aneka gorengan (pangsit, dimsum, dll)	± 6 tahun	S1
4	UN	30	Cemilan Pare	Burger, olahan pisang, martabak mini	± 6 tahun	SMA
5	YN	40	Simoist	Cake dan dessert custom	± 5 tahun	S1
6	SY	52	Aneka Kue Suriyani	Aneka kue tradisional dan nasi kuning	17 tahun	SMP
7	WD	51	Warung Ida	Nasi campur dan lauk pauk	10 tahun	SMK
8	RW	41	Prasmanan Rikawati	Prasmanan dan aneka minuman	7 tahun	SMP
9	AW	49	Es Teler Bahagia	Es teler, pisang ijo, aneka jus	5 tahun	SMA
10	EN	22	Kedai Bilal	Bakso bakar dan aneka makanan bakar	± 5 tahun	SMK

SURAT KETERANGAN WAWANCARA PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : RIKAWATI
Umur : 41 Tahun
Alamat : Jl Kalimantan no 11
Pekerjaan : mengajar bahasa mandarin dan minuman

Menerangkan bahwa telah diwawancarai oleh Sitti Nur Halisa untuk keperluan skripsi dengan judul "Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan Pada UMKM Kuliner Lokal Kota Parepare"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 10 Juni 2026

Yang bersangkutan,



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Suriani

Umur : 39 tahun

Alamat : Jl. Teod Ahmad Yani

Pekerjaan : menjual aneka kue

Menerangkan bahwa telah diwawancarai oleh Sitti Nur Halisa untuk keperluan skripsi dengan judul "Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan Pada UMKM Kuliner Lokal Kota Parepare".

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 10 juni 2026

Yang bersangkutan,



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : WAHIDA
Umur : 51 Tahun
Alamat : Pasar Sentral Lakessi
Pekerjaan : jual Nasi campur dan minuman

Menerangkan bahwa telah diwawancarai oleh Sitti Nur Halisa untuk keperluan skripsi dengan judul "Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan Pada UMKM Kuliner Lokal Kota Parepare"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 10 juni 2026

Yang bersangkutan,


WAHIDA

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ibu Eni

Umur : 22 tahun

Alamat : Jl. Mattirotasi

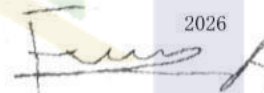
Pekerjaan : Menjual Aneka ragam Bakar-Bakaran

Menerangkan bahwa telah diwawancai oleh Sitti Nur Halisa untuk keperluan skripsi dengan judul "Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan Pada UMKM Kuliner Lokal Kota Parepare"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 10 juni

2026



Yang bersangkutan,

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : MARWAH KADIR

Umur : 41 TAHUN

Alamat : Jl. Bau Massepe

Pekerjaan : Jual aneka kue

Menerangkan bahwa telah diwawancarai oleh Sitti Nur Halisa untuk keperluan skripsi dengan judul "Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan Pada UMKM Kuliner Lokal Kota Parepare"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 4 juni 2026

Yang bersangkutan,



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

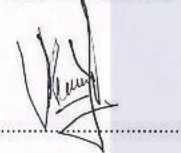
Nama Lengkap : unhy
Umur : 30 Tahun
Alamat : Jl. Reformasi
Pekerjaan : Owner Cemilan pare

Menerangkan bahwa telah diwawancarai oleh Sitti Nur Halisa untuk keperluan skripsi dengan judul "Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan Pada UMKM Kuliner Lokal Kota Parepare"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 7 Juni 2026

Yang bersangkutan,



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : ..Andi Wahyu Maffurisi
Umur : 39 tahun
Alamat : Jl. Garuda
Pekerjaan : penjual

Menerangkan bahwa telah diwawancarai oleh Sitti Nur Halisa untuk keperluan skripsi dengan judul "Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan Pada UMKM Kuliner Lokal Kota Parepare"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 10 juni 2026

Yang bersangkutan,

Juher

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

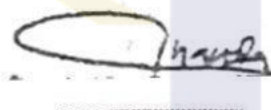
Nama Lengkap : ANDI PURNAWAN
Umur : 45 TAHUN
Alamat : Jl. Bau Massepe
Pekerjaan : Owner Lawanda Pizza

Menerangkan bahwa telah diwawancarai oleh Sitti Nur Halisa untuk keperluan skripsi dengan judul "Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan Pada UMKM Kuliner Lokal Kota Parepare"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 1 Juni 2026

Yang bersangkutan,



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Amirah
Umur : 37 Tahun
Alamat : Jl. Bau Massepe
Pekerjaan : Owner Krumi

Menerangkan bahwa telah diwawancarai oleh Sitti Nur Halisa untuk keperluan skripsi dengan judul "Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan Pada UMKM Kuliner Lokal Kota Parepare"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 7 Juni 2026

Yang bersangkutan,



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : IBU YENI
Umur : 40 TAHUN
Alamat : Jl. Garuda Grand Sulawesi
Pekerjaan : owner Simast.

Menerangkan bahwa telah diwawancarai oleh Sitti Nur Halisa untuk keperluan skripsi dengan judul "Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan Pada UMKM Kuliner Lokal Kota Parepare"

Demikian surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya

Parepare, 2 Juni 2026

Yang bersangkutan,



PAREPARE

skripsi-halisa-senin_1783309970438.docx

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

PRIMARY SOURCES

1	repository.iainpare.ac.id Internet	1391 words — 5%
2	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet	80 words — < 1%
3	ejournal.unsrat.ac.id Internet	69 words — < 1%
4	repository.radenintan.ac.id Internet	63 words — < 1%
5	repository.unissula.ac.id Internet	63 words — < 1%
6	eprints.walisongo.ac.id Internet	61 words — < 1%
7	Alfi Nur'aini. "Monetisasi Youtube Perspektif Tafsir Maqashidi", Jurnal Penelitian Agama, 2021 Crossref	52 words — < 1%
8	journal.universitaspdp.ac.id Internet	41 words — < 1%
9	repository.unpas.ac.id Internet	39 words — < 1%
10	conference.citradharma.org	
	Internet	38 words — < 1%
11	www.researchgate.net Internet	38 words — < 1%
12	etheses.uin-malang.ac.id Internet	37 words — < 1%



Gambar 1. Dokumen Wawancara Usaha Krumi



Gambar 2. Dokumentasi Wawancara Usaha Cemilan Parepare



Gambar 3. Dokumen Wawancara Usaha Lawanda Pizza



Gambar 4. Dokumentasi Wawancara Usaha Delnafa



Gambar 5. Dokumentasi Wawancara Usaha Simoist



Gambar 6. Dokumen Wawancara Usaha Es Teler Bahagia



Gambar 7. Dokumentasi Wawancara Usaha Kue Lampu Merah



Gambar 7. Dokumentasi Wawancara Usaha Warumh Hulk 57



Gambar 9. Dokumentasi Wawancara Usaha Warung Ida



Gambar 10. Dokumentasi Wawancara Usaha Kedai Bilal

BIODATA PENULIS



Penulis Bernama lengkap Sitti Nur Halisa, lahir di Kota Parepare 21 Februari 2004 anak ke 4 dari 8 bersaudara. Penulis lahir dari pasangan Bapak Abdul Azis Farid dan Ibu Nurhaeda. Penulis menyelesaikan pendidikan di SD Negeri 26 Parepare pada tahun 2016, kemudian menyelesaikan pendidikan menengah pertama di MTS DDI Al-Furqon pada tahun 2019, dan pendidikan menengah atas di MA Guppi Madello Barru pada tahun 2022, setelah lulus SMA penulis melanjutkan studinya ke jenjang S1 di Instituti Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare pada Program Studi Pengembangan Masyarakat Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata di Desa Lagading Kabupaten Sidrap. Penulis berhasil menuliskan skripsi penelitian sebagai tugas akhir di Institut Agama Islam Negeri Parepare. dengan judul “Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan Pada Umkm Kuliner Lokal Di Kota Parepare”