

Relasionalitas Ekonomi Dan Ketahanan Konsumsi: Studi Pada UMKM Kuliner Kelas Menengah

Relational Economy And Consumption Resilience: A Study Of Middle-Class Culinary MSMEs

Della Rahmayani^{1*}, Azzahra Sindhi Latifa², Rahma Nurwahyuningsih³, Saiddaeni⁴
rahmayanidella36@gmail.com^{1*}, zaraslatifa@gmail.com², rahmaningsih1146@gmail.com³,
213111163@mhs.uinsaid.ac.id⁴

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta^{1,2,3,4}

Abstract

Rising food inflation and global supply chain disruptions have weakened the purchasing power of Indonesia's middle class and destabilized local consumption. This study analyzes the role of social relationships between culinary micro, small, and medium enterprises (MSMEs) and middle-class consumers in sustaining consumption resilience. A qualitative phenomenological approach was conducted in 2025 in Surakarta City through in-depth interviews and Focus Group Discussions (FGDs) involving 27 MSME actors and 30 consumers. The findings indicate that consumption resilience is shaped not only by price and product quality but also by proximity, trust, and comfort that foster loyalty and demand stability. These social ties function as social capital that reduces transactional uncertainty and supports local economic sustainability. The study highlights the importance of relational dimensions in strengthening MSMEs and stabilizing consumption.

Keywords: Consumption resilience; Culinary MSMEs; Social capital; Middle class; Microeconomics

Abstrak

Peningkatan inflasi pangan dan gangguan rantai pasok global menurunkan daya beli kelas menengah Indonesia serta melemahkan stabilitas konsumsi lokal. Penelitian ini menganalisis peran hubungan sosial antara pelaku UMKM kuliner dan konsumen kelas menengah dalam menopang ketahanan konsumsi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologis yang dilaksanakan pada tahun 2025 di Kota Surakarta melalui wawancara mendalam dan Focus Group Discussion (FGD) terhadap 27 pelaku UMKM dan 30 konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketahanan konsumsi tidak hanya dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk, tetapi juga oleh kedekatan, kepercayaan, dan rasa nyaman yang membentuk loyalitas serta menjaga stabilitas permintaan. Hubungan sosial berfungsi sebagai modal sosial yang mengurangi ketidakpastian transaksi dan menopang keberlanjutan ekonomi lokal. Temuan ini menegaskan bahwa dimensi relasional menjadi faktor penting dalam penguatan UMKM dan stabilisasi konsumsi.

Kata kunci: Ketahanan konsumsi; UMKM kuliner; Modal sosial; Kelas menengah; Mikroekonomi

Pendahuluan

Kondisi perekonomian Indonesia pada tahun 2025 berada dalam tekanan global yang semakin kompleks dan tidak menentu. Ketegangan geopolitik, disrupsi rantai pasok, serta persaingan teknologi lintas negara membentuk tatanan ekonomi baru yang berdampak langsung pada stabilitas makro dan kehidupan ekonomi rumah tangga. Menurut laporan Kementerian Keuangan Republik Indonesia (2025) menunjukkan bahwa dinamika global tersebut berkontribusi terhadap tekanan inflasi, khususnya pada sektor pangan, serta melemahkan daya beli masyarakat.

Dalam konteks ini, kelas menengah Indonesia menempati posisi strategis sekaligus rentan, karena kelompok ini merupakan penggerak utama konsumsi domestik namun juga paling sensitif terhadap kenaikan harga, stagnasi pendapatan, dan keterbatasan pilihan konsumsi (Adhinegara et al., 2024; Wicaksono et al., 2020). Oleh karena itu, pola adaptasi konsumsi kelas menengah menjadi isu penting dalam kajian ekonomi pembangunan karena berpengaruh langsung terhadap stabilitas permintaan agregat dan keberlanjutan ekonomi daerah.

Dalam literatur ekonomi pembangunan, kelas menengah kerap diposisikan sebagai fondasi stabilitas konsumsi nasional. Namun, dalam situasi krisis dan volatilitas ekonomi, kelompok ini tidak hanya menyesuaikan tingkat konsumsinya, tetapi juga menimbang ulang prioritas hidup serta makna konsumsi itu sendiri. Konsumsi tidak lagi semata dipahami sebagai aktivitas ekonomi berbasis pendapatan dan harga, melainkan juga sebagai praktik sosial yang mencerminkan nilai, preferensi, dan relasi sosial (Rahman, 2017). Perubahan perilaku konsumsi kelas menengah ini memiliki implikasi luas terhadap sirkulasi ekonomi lokal dan regional, sehingga relevan untuk dianalisis dalam kerangka ekonomi pembangunan yang tidak hanya bertumpu pada indikator makro formal.

Dalam dinamika tersebut, sektor usaha kuliner mikro berperan sebagai penyangga ekonomi daerah. Produk pangan lokal tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar rumah tangga, tetapi juga menjaga kesinambungan konsumsi, stabilitas harga, dan perputaran ekonomi di tingkat lokal. Bagi kelas menengah, sektor ini menyediakan pilihan konsumsi yang relatif fleksibel dan terjangkau di tengah tekanan ekonomi. Secara makro, keberlanjutan usaha kuliner mikro berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja dan stabilitas sektor riil, yang pada gilirannya mendukung upaya menjaga stabilitas ekonomi nasional.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah memiliki kontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto dan penyerapan tenaga kerja, namun masih menghadapi tantangan struktural seperti keterbatasan akses pembiayaan, teknologi, dan kapasitas manajerial (Kholifah & Andini, 2024). Pendekatan kewirausahaan sosial menekankan pentingnya integrasi antara tujuan ekonomi dan nilai sosial dalam pemberdayaan usaha mikro (Maksum et al., 2020). Pendampingan digital terbukti mempercepat adaptasi teknologi pelaku usaha (Sindi & Wafa, 2024). Di sisi lain, faktor internal seperti motivasi, self efficacy, kesiapsiagaan, dan kreativitas pelaku usaha berpengaruh terhadap kinerja dan keberlanjutan usaha kuliner mikro (Srimulyani et al., 2023; Arofahtiani et al., 2023). Namun demikian, sebagian besar kajian tersebut masih menempatkan dimensi sosial sebagai faktor pendukung, bukan sebagai struktur ekonomi yang secara langsung menopang keberlangsungan aktivitas usaha sehari-hari.

Padahal, dalam praktiknya, ekonomi kuliner mikro di tingkat lokal sangat bergantung pada hubungan sosial antara pelaku usaha dan konsumen. Dalam kondisi krisis, keberlangsungan usaha sering kali ditopang oleh kedekatan relasional, fleksibilitas harga berbasis kepercayaan, penggunaan bahan baku lokal, serta promosi berbasis jejaring sosial dan komunitas (Raharjo, 2021; Sudarwati & Izzaty, 2022). Fenomena ini menunjukkan bahwa relasi sosial berfungsi sebagai mekanisme ekonomi informal yang memungkinkan sirkulasi barang, uang, dan kepercayaan, terutama ketika akses terhadap mekanisme ekonomi formal mengalami keterbatasan.

Namun, dimensi relasional tersebut masih relatif jarang diposisikan sebagai infrastruktur ekonomi dalam kajian ekonomi pembangunan.

Teori *embeddedness* yang dikemukakan oleh Granovetter, (1985) memberikan kerangka analitis yang relevan untuk membaca fenomena tersebut. Teori ini menegaskan bahwa tindakan ekonomi tidak berdiri secara otonom, melainkan tertanam dalam jaringan sosial, norma, dan relasi kepercayaan. Dalam konteks konsumsi kelas menengah, pilihan terhadap pangan lokal tidak hanya dipengaruhi oleh pertimbangan harga dan kualitas, tetapi juga oleh nilai lokalitas, empati terhadap pelaku usaha, serta hubungan sosial yang dimediasi oleh kedekatan personal dan simbolik (Syarif et al., 2025). Oleh karena itu, perspektif sosial dalam penelitian ini diposisikan sebagai alat analisis utama untuk memahami dinamika ekonomi sektor informal, bukan sekadar pelengkap analisis ekonomi formal.

Studi internasional turut memperkuat pentingnya sektor usaha kecil dalam pembangunan ekonomi melalui pembiayaan, teknologi, dan tata kelola. Penelitian oleh Kalu et al. (2015) menunjukkan bahwa pembiayaan usaha kecil berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi di Nigeria, sementara Yun (2019) menekankan peran investasi teknologi dalam mendorong inovasi usaha kecil di Vietnam. Ibarra & Velasco (2015) mengungkap tantangan tata kelola usaha kecil di Filipina akibat keterbatasan teknologi akuntansi. Meskipun demikian, studi studi tersebut masih berfokus pada aspek struktural dan finansial, serta belum secara mendalam menempatkan relasi sosial sebagai mekanisme ekonomi informal yang menopang ketahanan ekonomi mikro. Dalam konteks Indonesia, penguatan sektor usaha mikro melalui kebijakan moneter, stabilitas sistem keuangan, dan pengembangan ekonomi daerah menjadi isu strategis yang memerlukan pemahaman lebih komprehensif terhadap dinamika ekonomi di tingkat lokal.

Berdasarkan celah tersebut, permasalahan utama dalam penelitian ini adalah belum terjelaskannya secara memadai bagaimana hubungan sosial antara pelaku usaha kuliner mikro dan konsumen kelas menengah berfungsi sebagai infrastruktur ekonomi informal yang menopang ketahanan ekonomi mikro di tengah volatilitas global tahun 2025. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran relasi sosial dalam membentuk mekanisme ekonomi informal yang mendukung keberlangsungan usaha kuliner mikro dan adaptasi konsumsi kelas menengah di Indonesia. Tujuan tersebut dijabarkan ke dalam pertanyaan penelitian sebagai berikut. Pertama, bagaimana pelaku usaha kuliner mikro memaknai dan memanfaatkan hubungan sosial dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah tekanan ekonomi. Kedua, bagaimana konsumen kelas menengah menilai dan memilih pangan lokal dalam kondisi daya beli yang melemah. Ketiga, bagaimana relasi sosial antara pelaku usaha dan konsumen membentuk pola sirkulasi ekonomi informal yang menopang ketahanan ekonomi lokal.

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologis untuk menggali pengalaman, makna, dan interaksi sosial yang membentuk praktik konsumsi dan produksi sehari-hari. Pendekatan ini memungkinkan pemahaman terhadap realitas ekonomi sebagaimana dialami dan dimaknai oleh pelaku ekonomi di tingkat mikro. Hasil penelitian ini tidak diarahkan pada pengujian hipotesis kuantitatif, melainkan pada perumusan proposisi konseptual mengenai peran hubungan sosial sebagai fondasi ketahanan ekonomi mikro. Secara konseptual, penelitian ini

mengajukan proposisi bahwa hubungan sosial yang tertanam dalam praktik ekonomi lokal merupakan infrastruktur ekonomi informal yang berperan penting dalam menjaga keberlanjutan konsumsi dan usaha kuliner mikro, terutama dalam kondisi ketidakpastian global.

Oleh Karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian ekonomi pembangunan dengan memperluas analisis di luar pendekatan ekonomi formal. Selain itu, temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan implikasi kebijakan bagi penguatan ekonomi mikro dan sektor riil berbasis komunitas, termasuk bagi otoritas moneter dan lembaga terkait dalam menjaga stabilitas konsumsi dan ketahanan ekonomi nasional.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain fenomenologis untuk memahami pengalaman dan makna yang membentuk praktik konsumsi kelas menengah serta keberlangsungan UMKM kuliner di tengah dinamika ekonomi tahun 2025. Pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap realitas sosial dan ekonomi mikro sebagaimana dialami langsung oleh subjek penelitian dalam konteks kehidupan nyata (Astuty & Tohari, 2025; Nurrisa et al., 2025; Creswell, 2013).

Penelitian dilakukan di Kota Surakarta, Jawa Tengah, yang dipilih secara purposive karena merepresentasikan kuatnya aktivitas UMKM kuliner, konsumsi kelas menengah, serta relasi sosial yang intens dalam menopang ekonomi lokal. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling (Kumara, 2018), melibatkan 27 pelaku UMKM kuliner yang telah beroperasi minimal satu tahun dan 30 konsumen kelas menengah yang secara aktif mengonsumsi produk UMKM kuliner.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dan Focus Group Discussion (FGD) dengan panduan semi-terstruktur untuk menggali pengalaman subjektif, strategi adaptasi ekonomi, serta peran relasi sosial dalam praktik konsumsi dan produksi pangan lokal (Putri et al., 2025). Proses penelitian dilaksanakan dengan memperhatikan prinsip etika, termasuk informed consent, kerahasiaan identitas, dan perlindungan data informan (Rostiyanti et al., 2023). Identitas informan disamarkan menggunakan kode WN, FK, WP, dan FP.

Analisis data dilakukan secara induktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dengan teknik open dan axial coding untuk mengidentifikasi tema-tema utama terkait konsumsi, strategi UMKM, dan relasi sosial sebagai infrastruktur ekonomi informal (Hasan et al., 2022). Keabsahan data dijaga melalui triangulasi dan member check guna memastikan kredibilitas temuan penelitian (Sulistyawati, 2023).

Pembahasan

Bagian ini menyajikan temuan lapangan terkait bagaimana konsumen kelas menengah dan pelaku UMKM kuliner merespons dinamika volatilitas ekonomi melalui berbagai strategi adaptasi terhadap tekanan yang mereka alami dalam praktik konsumsi dan relasi sosial. Hasil dikaji dalam tiga fokus utama: praktik konsumsi, strategi adaptasi pelaku usaha, dan relasi sosial sebagai infrastruktur

ekonomi informal. Pemaparan dilakukan secara tematik berdasarkan kutipan wawancara dan FGD yang telah dikodekan, kemudian dikaitkan dengan kerangka teori dan literatur relevan.

Ketahanan Konsumsi Kelas Menengah Melalui UMKM Kuliner

Ketahanan konsumsi kelas menengah melalui UMKM kuliner tidak semata-mata dapat dipahami dari dimensi ekonomi yang bersifat rasional dan transaksional. Pilihan konsumsi terhadap UMKM oleh individu kelas menengah bukan hanya karena harga yang lebih murah, tetapi juga karena pengalaman yang lebih manusiawi, relasional, dan emosional (Maulana & Suhaya, 2025). Dalam konteks ini, UMKM kuliner telah menjadi institusi sosial yang berperan penting dalam menjaga keberlangsungan konsumsi yang stabil dan terjangkau, khususnya di tengah tekanan ekonomi yang semakin berat (Nurmala et al., 2022). Fenomena ini menguatkan argumen bahwa ketahanan ekonomi tidak hanya bergantung pada indikator makro, tetapi juga pada dinamika konsumsi di level mikro yang didorong oleh berbagai faktor non-ekonomi.

Temuan dari wawancara menunjukkan bahwa masyarakat kelas menengah menjadikan UMKM kuliner sebagai solusi konsumsi sehari-hari karena fleksibilitas dalam memilih menu, efisiensi waktu, dan kepraktisan. UMKM hadir sebagai penyelamat bagi kelompok yang ingin menjaga stabilitas finansial tanpa mengorbankan kualitas makanan dan kenyamanan. Seperti yang disampaikan salah satu informan:

“Saya lebih memilih beli makanan di UMKM daripada masak sendiri karena lebih praktis, harganya terjangkau untuk mahasiswa, porsi pas, dan nggak ribet. Enak juga, jadi nyaman buat langganan.” (WN 01, 22 Mei 2025).

Pernyataan ini mengindikasikan bahwa konsumsi di UMKM kuliner tidak semata-mata merupakan respons atas kebutuhan yang menekan pengeluaran, tetapi telah berubah menjadi strategi adaptif dalam menghadapi kenyataan kehidupan yang dinamis dan penuh tekanan. Individu, khususnya mahasiswa yang berasal dari kelas menengah membangun kemandirian ekonomi, memanfaatkan keberadaan UMKM sebagai solusi praktis dalam menjaga keberlangsungan hidup sehari-hari. Keterjangkauan harga, akses lokasi yang dekat dengan kos atau kampus, serta fleksibel dalam porsi dan variasi makanan menjadikan UMKM sebagai pilihan rasional sekaligus efisien dari segi waktu. Namun di balik pilihan itu, terdapat dimensi yang lebih dalam: konsumsi menjadi bagian dari manajemen diri dalam menjaga keseimbangan antara kebutuhan gizi, tuntutan akademik, kondisi psikologis, dan waktu istirahat yang terbatas. Dalam konteks ini, pembelian makanan di UMKM tidak semata-mata soal mengenyangkan perut, melainkan strategi mempertahankan keberlangsungan hidup secara berkelanjutan.

Selain aspek praktis dan rasional tersebut, relasi sosial juga memainkan peran penting. Lebih dari sekadar fungsi ekonominya, UMKM kuliner telah menjadi lembaga sosial mikro yang memberikan rasa aman dan kontinuitas dalam kehidupan masyarakat. Rutinitas berulang membeli sarapan di warung yang sama, menyapa penjual dengan nama, atau sekadar bercanda ringan sambil

menunggu pesanan, membangun hubungan sosial yang bersifat emosional dan simbolik. Dalam konteks ini, konsumen tidak diposisikan sebagai entitas anonim, tetapi sebagai individu yang diingat dan diakui keberadaannya. Kedekatan relasional tersebut membuat suasana menjadi santai yang menurunkan tekanan hidup di kota yang kaku. UMKM kuliner, dalam hal ini, tidak hanya berperan sebagai penyedia layanan konsumsi, tetapi juga sebagai ruang sosial mikro yang mempertemukan kebutuhan ekonomi, rasa keterhubungan sosial, dan kenyamanan emosional. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika konsumen memosisikan UMKM sebagai bagian dari keseharian mereka, yaitu ruang yang tidak semata untuk memenuhi kebutuhan makan, tetapi juga untuk merasakan penerimaan, penghargaan, dan eksistensi diri.

Lebih lanjut, kecenderungan terhadap UMKM kuliner tidak hanya didorong oleh aspek harga, melainkan juga oleh rasa familiar, kualitas yang konsisten, serta adanya hubungan emosional dengan penjual. Masyarakat kelas menengah lainnya cenderung kembali kepada penjual yang sama karena merasa nyaman dengan layanan dan interaksi yang terjalin. Seperti yang diungkapkan dalam wawancara berikut:

“Kalau beli di UMKM tuh berasa lebih dekat aja. Penjualnya biasanya ramah, suka ngajak ngobrol, jadi kita juga ngerasa dihargai. Beda sama resto besar yang kadang cuek ke pembeli.” (WN 02, 23 Mei 2025).

Kutipan tersebut menyoroti pentingnya dimensi emosional dan psikologis dalam konsumsi UMKM, khususnya dalam membentuk interaksi yang hangat dan timbal balik antara penjual dan pembeli. Kelekatan sosial ini bukan hanya memperkuat loyalitas konsumen, tetapi juga memberikan rasa dihargai yang sulit ditemukan di restoran besar yang lebih formal. Dalam konteks ini, konsumsi tidak lagi bermakna sebagai pertukaran barang dan jasa semata, tetapi sebagai praktik sosial yang mengandung nilai kemanusiaan dan saling percaya.

Ada semacam kesadaran bersama bahwa konsumsi di UMKM adalah bentuk dukungan terhadap pelaku usaha kecil yang berjuang di tengah keterbatasan. Dalam kondisi ekonomi yang tidak stabil, peran UMKM semakin vital. Konsumen dan pelaku UMKM sama-sama menyadari adanya tekanan yang semakin besar, mulai dari inflasi, kenaikan harga bahan pokok, hingga penurunan daya beli. Di tengah situasi ini, UMKM kuliner menjadi ruang adaptasi yang fleksibel, baik bagi konsumen maupun pelaku usaha. Dari sisi konsumen, kalangan muda seperti mahasiswa memilih strategi konsumsi yang lebih hemat namun tetap melibatkan UMKM, seperti memasak nasi sendiri dan membeli lauk dari warteg, atau memilih paket hemat dengan porsi yang cukup. Strategi ini mencerminkan cara kelas menengah menegosiasikan kebutuhan ekonomi dan sosial dalam kehidupan sehari-hari.

Sementara itu, pelaku UMKM menunjukkan upaya yang signifikan untuk bertahan dan berkembang. Mereka melakukan inovasi menu, memanfaatkan platform digital, memperluas jaringan *supplier*, dan bahkan menjalin kerja sama sosial dengan lembaga amal. Pelaku usaha siap saji menyebut pentingnya memiliki banyak *supplier* untuk menjaga kestabilan harga bahan baku

dan menggunakan media digital sebagai sarana menjangkau konsumen. Upaya ini membuktikan bahwa UMKM tidak hanya bertahan dalam krisis, tetapi juga menunjukkan kapasitas inovatif yang tinggi. Namun demikian, hambatan struktural tetap menjadi tantangan utama. Salah satu yang paling disorot adalah kebijakan parkir berbayar yang menurunkan jumlah konsumen secara signifikan. Konsumen lebih memilih menghindari UMKM tertentu karena tidak ingin mengeluarkan uang tambahan untuk parkir, yang dianggap membebani. Di sisi lain, pelaku UMKM mengeluhkan kurangnya dukungan nyata dari pemerintah. Mereka menyatakan bahwa setelah masa pandemi, perhatian terhadap UMKM menurun dan mereka lebih banyak mengandalkan komunitas dan jaringan informal untuk bertahan.

Dengan mempertimbangkan seluruh dimensi di atas, dapat disimpulkan bahwa ketahanan konsumsi kelas menengah melalui UMKM kuliner merupakan hasil dari integrasi rasionalitas ekonomi dengan nilai-nilai sosial dan emosional. UMKM tidak hanya menyediakan makanan dengan harga terjangkau, tetapi juga menawarkan ruang sosial yang hangat, relasi yang manusiawi, dan peluang untuk berbagi nilai. Di masa krisis, keberadaan UMKM kuliner menjadi pilar penting dalam menjaga keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan hidup dan keberlangsungan ekonomi komunitas. Oleh karena itu, jika ketahanan konsumsi kelas menengah ingin dijaga dan diperkuat, maka UMKM seharusnya tidak lagi diposisikan sebagai sektor pinggiran, melainkan sebagai pilar utama yang menopang aktivitas ekonomi lokal secara langsung dan berkelanjutan. Peran mereka tidak hanya penting secara ekonomi, tetapi juga secara sosial dan budaya. Pemerintah, akademisi, dan masyarakat luas perlu memandang UMKM sebagai mitra strategis dalam membangun ketahanan masyarakat, bukan sekadar obyek kebijakan sesaat. UMKM adalah titik temu antara efisiensi dan empati, antara ekonomi dan kemanusiaan yang semuanya berpadu dalam praktik konsumsi harian yang penuh makna.

Dalam konteks ekonomi makro, ketika daya beli masyarakat terjaga melalui konsumsi di UMKM kuliner, hal ini berkontribusi signifikan dalam meredam tekanan terhadap inflasi inti. Konsumsi yang stabil dan terjangkau di tingkat mikro akan mengurangi fluktuasi permintaan total dan menjaga stabilitas harga secara keseluruhan. Selain itu, dukungan terhadap UMKM kuliner yang banyak menggunakan bahan baku lokal juga secara tidak langsung mendukung ekonomi sirkular dan mengurangi emisi distribusi, yang sejalan dengan agenda ekonomi hijau. Implikasinya bagi kebijakan Bank Indonesia adalah pentingnya mempertimbangkan dimensi sosial dan perilaku konsumen dalam kerangka stabilitas harga, serta mendorong kebijakan yang memfasilitasi akses UMKM ke sumber daya lokal untuk mendukung keberlanjutan.

Hal ini selaras dengan penelitian Dayar et al. (2024) yang menunjukkan bahwa ketahanan konsumsi kelas menengah melalui UMKM kuliner tidak hanya didorong oleh faktor harga dan efisiensi, tetapi juga oleh relasi sosial yang hangat, rasa kedekatan emosional, dan solidaritas ekonomi. Konsumsi di UMKM menjadi strategi adaptif dalam merespons tekanan ekonomi, sementara pelaku usahanya mengembangkan krisis dengan inovasi menu, efisiensi biaya, dan pemanfaatan digital. Dalam konteks ini, UMKM kuliner tidak sekadar penyedia makanan, melainkan aktor ekonomi-sosial yang menopang keseimbangan konsumsi harian dan stabilitas

harga di tingkat akar rumput. Temuan ini menegaskan perlunya penguatan peran UMKM dalam kebijakan moneter yang lebih inklusif dan responsif terhadap realitas sektor informal.

Temuan ini menunjukkan bahwa ketahanan konsumsi kelas menengah melalui UMKM kuliner tidak hanya ditopang oleh logika ekonomi, tetapi juga oleh kedekatan emosional dan kenyamanan sosial yang melekat dalam praktik konsumsi harian. Pilihan terhadap UMKM bukan sekadar soal harga, tetapi juga strategi adaptasi atas kompleksitas hidup perkotaan yang penuh tekanan.

Adaptasi Strategis Pelaku UMKM Kuliner terhadap Krisis Ekonomi

Merespons volatilitas ekonomi tahun 2025, Pelaku UMKM kuliner menunjukkan kapasitas adaptif yang tidak hanya bertumpu pada strategi rasional seperti efisiensi biaya dan inovasi produk, melainkan juga pada nilai-nilai sosial dan kolaborasi yang melampaui pemahaman ekonomi rasional dan transaksional. Respons ini tampak pada pelaku UMKM yang tidak sekadar bertahan, melainkan mampu membaca dinamika pasar serta mengatur strategi bisnis berbasis kebutuhan lokal dan segmentasi konsumennya (Kustiawan et al., 2025). Salah satu pelaku UMKM menjelaskan bahwa mereka menyiasati tekanan ekonomi dengan menyesuaikan komposisi bahan baku agar tetap efisien tanpa menurunkan kualitas rasa. Ia juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi efektif untuk menjangkau konsumen muda kelas menengah.

Salah satu informan, pelaku usaha mikro dengan fokus menu ayam dan inovasi digital, menguraikan strategi adaptasi yang diterapkannya untuk mempertahankan keberlangsungan usaha sekaligus menjaga keterjangkauan harga bagi konsumen kelas menengah. Usaha ini menargetkan konsumen umum, dengan segmentasi terbesar berasal kalangan muda, termasuk mahasiswa. Dalam menentukan harga jual, ia menggunakan pendekatan rasional berbasis perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), margin keuntungan, serta perbandingan harga pasar sekitar. Ia menyatakan:

“Pertama kami hitung HPP-nya, lalu menentukan margin, baru kami sesuaikan dengan harga pasar. Kami juga melihat kompetitor sekitar, biar harga bisa bersaing, jadi tidak terlalu rendah, dan tetap dapat untung. Biasanya kami juga membuat promo paket hemat, menyesuaikan dengan harga dari supplier bahan baku yang kami punya.” (WP 01, 27 Mei 2025).

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengambilan keputusan bisnis dilakukan secara cermat dengan mempertimbangkan aspek finansial dan kondisi pasar. Penyesuaian harga tidak dilakukan secara sembarangan, melainkan dengan strategi pengendalian biaya yang tetap menjaga kualitas rasa dan pelayanan. Dalam hal ini, fleksibilitas dalam menentukan *supplier* bahan baku menjadi bagian penting dari strategi efisiensi. Dengan memiliki lebih dari satu *supplier*, pelaku usaha dapat membandingkan harga dan memilih yang paling kompetitif saat terjadi lonjakan harga.

Selain strategi efisiensi biaya, UMKM juga aktif berinovasi. Pelaku UMKM juga merespons tekanan pasar melalui inovasi menu dan pelayanan. Salah satu pelaku UMKM berupaya menciptakan produk ayam geprek dengan berbagai varian baru. Tidak hanya itu, pelayanan cepat dan nyaman juga ditekankan sebagai nilai tambah dalam menjaga loyalitas konsumen. Dalam wawancara, pelaku usaha tersebut menyebutkan:

"Tantangan kami itu inovasi dan kompetitor, apalagi produk ayam itu banyak banget sekarang. Jadi kami buat varian menu baru dan fokus juga di pelayanan cepat dan nyaman. Kami juga aktif di GoFood, Grab, ShopeeFood, supaya penjualan tetap jalan. Digital marketing itu sekarang penting banget." (WP 01, 27 Mei 2025).

Kutipan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM tidak hanya mengandalkan kualitas produk sebagai satu-satunya kekuatan bersaing, tetapi juga secara aktif melakukan transformasi digital guna mengikuti perubahan perilaku konsumen. Dalam konteks pasca pandemi dan volatilitas ekonomi global tahun 2025, pergeseran konsumsi ke arah layanan berbasis aplikasi menjadi keniscayaan. Pelaku UMKM yang mampu membaca tren ini kemudian memanfaatkan platform daring seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood sebagai strategi penetrasi pasar yang lebih luas. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran adaptif terhadap ekosistem digital sebagai ruang baru untuk memperluas jangkauan dan menjaga volume penjualan. Digitalisasi bukan hanya tentang pemasaran, tetapi juga tentang membangun konektivitas dengan konsumen, memperkuat eksistensi merek, dan mempertahankan relevansi usaha di tengah kompetisi yang kian ketat. Adaptasi digital UMKM ini juga sejalan dengan urgensi digitalisasi ekonomi yang dicanangkan Bank Indonesia untuk mendorong inklusi keuangan dan efisiensi transaksi.

Lebih dari sekadar transformasi individu, pelaku UMKM juga menunjukkan kecenderungan membangun relasi sosial yang produktif melalui kolaborasi dengan berbagai institusi sosial dan komunitas lokal. Misalnya, dengan mengadakan kegiatan sosial seperti diskusi publik, santunan anak yatim, dan program Jumat Berkah, UMKM memperluas perannya dari sekadar entitas ekonomi menjadi agen partisipatif dalam pembangunan sosial. Kegiatan ini bukan semata-mata strategi pencitraan, tetapi mencerminkan nilai-nilai kolektif yang tumbuh dari kesadaran pelaku usaha akan pentingnya solidaritas sosial. Dalam ruang sosial yang sempit dan informal, kehadiran UMKM sebagai penggerak kegiatan komunitas turut memperkuat hubungan emosional dengan konsumen dan masyarakat sekitar, yang pada gilirannya membangun loyalitas serta dukungan jangka panjang (Nurjanah & Riofita, 2025).

Strategi semacam ini sangat penting di tengah lemahnya perlindungan formal terhadap sektor mikro. Ketika instrumen kebijakan ekonomi tidak sepenuhnya hadir mendampingi pelaku UMKM, solidaritas horizontal antarpelaku usaha dan relasi sosial dengan konsumen menjadi sumber daya kritis. Inilah yang disebut sebagai *modal sosial*, yakni kemampuan komunitas untuk saling menopang melalui kepercayaan, norma, dan jejaring yang terbentuk dari bawah. Dalam hal ini, UMKM tidak hanya menunjukkan resiliensi secara ekonomi, tetapi juga ketangguhan sosial

sebagai fondasi utama dalam mempertahankan keberlanjutan di tengah krisis (Sadiah & Zevender, 2022).

Hal ini sejalan dengan penelitian Gustina et al. (2025) yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM merespons tekanan inflasi dengan menjaga efisiensi biaya, menstabilkan harga, dan memanfaatkan strategi digital untuk mempertahankan konsumen. Seperti pelaku usaha yang memilih tidak menaikkan harga demi menjaga daya beli masyarakat, mereka justru berinovasi melalui menu ekonomis dan promosi online untuk tetap kompetitif di tengah kondisi ekonomi yang tidak menentu.

Lebih lanjut, inovasi yang dilakukan pelaku UMKM tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga menjadi strategi untuk memperkuat relasi sosial dan membangun loyalitas konsumen. Temuan ini diperkuat oleh penelitian Arofahtiani & Cahyadi (2022) yang menunjukkan bahwa strategi adaptasi berbasis inovasi produk dan peningkatan layanan menjadi pilihan utama untuk mempertahankan eksistensi usaha kuliner selama masa krisis. Dalam studi mereka, pendekatan berbasis analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats* (SWOT) dan *Analytical Hierarchy Process* (AHP) terhadap Rumah Makan Haji Masduki menunjukkan bahwa inovasi bukan sekadar respons terhadap tekanan ekonomi, tetapi juga investasi jangka panjang dalam menjaga relevansi usaha dan hubungan emosional dengan pelanggan.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM kuliner menunjukkan kemampuan adaptif yang tinggi melalui efisiensi biaya, inovasi menu, dan digitalisasi layanan. Strategi ini tidak hanya menjaga keberlangsungan usaha, tetapi juga menunjukkan ketangguhan UMKM dalam merespons dinamika pasar dan perubahan perilaku konsumen kelas menengah.

Relasi Sosial dan Modal Sosial sebagai Infrastruktur Ekonomi

Dalam ekosistem konsumsi pangan lokal, transaksi antara penjual dan pembeli tidak semata berlangsung sebagai pertukaran barang dan uang, tetapi tertanam dalam jejaring sosial yang bersifat personal dan berulang. Hasil wawancara dan diskusi kelompok terarah menunjukkan bahwa interaksi ekonomi pada warung makan skala kecil dibangun melalui pengenalan personal, komunikasi informal, dan kedekatan relasional yang tidak ditemukan dalam sistem ritel modern. Pola interaksi tersebut membentuk mekanisme ekonomi yang berbeda dari logika pasar formal, karena keputusan konsumsi tidak sepenuhnya ditentukan oleh harga dan kualitas produk, melainkan juga oleh relasi sosial yang terbangun secara berkelanjutan. Salah satu informan menggambarkan pengalaman konsumsi tersebut sebagai berikut:

“Kalau beli di warung makan, suasanaya tuh beda ya. Biasanya ibu ibu yang jualan suka nyapa pakai kata kata kayak ‘eh sayang, sini sayang’. Rasanya akrab aja, nyaman. Kayak tidak mungkin dapat sapaan seperti itu di kafe yang suasanaya lebih formal dan kaku.”
(FK 02, 26 Mei 2025).

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa relasi sosial berfungsi sebagai elemen penting dalam mekanisme ekonomi mikro. Sapaan informal dan pengenalan personal membentuk persepsi

kepastian, kenyamanan, dan keberlanjutan dalam keputusan konsumsi, khususnya bagi konsumen kelas menengah yang menghadapi tekanan ekonomi dan sosial perkotaan. Dalam perspektif ekonomi pembangunan, relasi semacam ini dapat dipahami sebagai bentuk modal sosial yang menurunkan biaya transaksi nonformal, seperti biaya pencarian informasi, biaya negosiasi, serta risiko ketidakpastian dalam konsumsi pangan harian.

Temuan ini sejalan dengan konsep modal sosial yang menekankan peran jaringan, norma, dan kepercayaan dalam menopang aktivitas ekonomi (Putro et al., (2022)). Relasi yang terbentuk melalui interaksi berulang memungkinkan fleksibilitas dalam praktik ekonomi, termasuk toleransi harga, stabilitas permintaan, dan loyalitas konsumen. Dengan demikian, mekanisme ekonomi di tingkat mikro tidak sepenuhnya digerakkan oleh sinyal harga, tetapi juga oleh kepercayaan dan kedekatan sosial yang berfungsi sebagai infrastruktur ekonomi informal.

Dalam kerangka teori *embeddedness* Granovetter, (1985), hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa tindakan ekonomi tidak berdiri secara otonom, melainkan tertanam dalam struktur relasi sosial. Pilihan konsumsi terhadap pangan lokal tidak hanya didasarkan pada pertimbangan rasional ekonomi, tetapi juga pada nilai kedekatan, empati, dan pengakuan sosial. Relasi personal tersebut berkontribusi pada efisiensi ekonomi mikro melalui stabilitas permintaan dan kesinambungan sirkulasi uang dalam ekonomi lokal, terutama dalam kondisi penurunan daya beli.

Lebih lanjut, relasi sosial yang terbentuk dalam praktik konsumsi pangan lokal sulit direplikasi oleh sistem ritel modern atau platform digital yang beroperasi berdasarkan skala modal dan teknologi. Interaksi yang bersifat personal dan kontekstual menciptakan diferensiasi ekonomi berbasis hubungan sosial, bukan semata keunggulan harga atau efisiensi operasional. Dalam situasi ketidakpastian ekonomi, mekanisme ini memungkinkan konsumen mempertahankan akses terhadap konsumsi pangan tanpa mengalami eksklusi sosial, sekaligus membantu pelaku usaha menjaga keberlanjutan usahanya.

Dari perspektif ekonomi pembangunan, temuan ini menegaskan bahwa ketahanan konsumsi dan stabilitas ekonomi mikro tidak hanya ditentukan oleh instrumen formal seperti harga, subsidi, atau akses pembiayaan, tetapi juga oleh mekanisme sosial yang melekat dalam praktik ekonomi sehari-hari. Oleh karena itu, relasi sosial dapat diposisikan sebagai infrastruktur ekonomi informal yang berperan penting dalam menopang stabilitas konsumsi kelas menengah dan sirkulasi ekonomi lokal. Implikasi kebijakan dari temuan ini menunjukkan bahwa penguatan ekonomi mikro perlu mempertimbangkan dimensi sosial dan perilaku ekonomi masyarakat agar intervensi yang dilakukan lebih efektif dan berkelanjutan.

Harapan Inklusivitas, Tantangan Struktural, dan Implikasi Kebijakan

Dinamika pasca pandemi dan volatilitas ekonomi tahun 2025 memperlihatkan bahwa UMKM kuliner memegang peran strategis dalam menopang ekonomi daerah melalui penjagaan

stabilitas konsumsi di tingkat mikro. Namun, temuan lapangan menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan pelaku UMKM terhadap keberpihakan kebijakan negara dan realitas implementasi di lapangan. Pelaku UMKM tidak hanya membutuhkan bantuan insidental, tetapi mengharapkan dukungan struktural yang berkelanjutan berupa akses pembiayaan mikro, pendampingan usaha, fasilitasi sertifikasi, serta kebijakan yang responsif terhadap kondisi ekonomi lokal.

Penelitian Hakim (2025) menunjukkan bahwa program Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) dan kebijakan dukungan pasca pandemi menghadapi tantangan serius dalam aspek implementasi dan keberlanjutan. Kondisi ini tercermin jelas dalam pernyataan salah satu peserta Focus Group Discussion berikut:

"Kalau dari pemerintah belum ada merasakan bantuan modal, hanya waktu COVID saja. Setelah COVID para pelaku UMKM kuliner berjalan sendiri. Seperti adanya paguyuban para pelaku UMKM, di luar itu kami mengharap adanya bimbingan dari para akademisi dan pemerintah, dan nyatanya belum ada kerjasamanya." (FP 01, 28 Mei 2025).

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa dukungan negara masih dipersepsikan bersifat temporer dan belum terintegrasi dalam kerangka kebijakan mikro yang berkelanjutan. Ketika fase darurat pandemi berakhir, kehadiran kebijakan publik turut meredup, sehingga pelaku UMKM harus menavigasi ketidakpastian ekonomi secara mandiri. Absennya pendampingan lanjutan ini tidak hanya berdampak pada keberlangsungan usaha, tetapi juga berpotensi melemahkan stabilitas konsumsi lokal yang bergantung pada keberadaan UMKM kuliner.

Situasi tersebut mendorong pelaku UMKM untuk mengandalkan mekanisme adaptasi berbasis komunitas dan jaringan sosial lokal. Peran paguyuban UMKM menjadi semakin menonjol sebagai sumber dukungan utama, sebagaimana disampaikan oleh informan lainnya:

"Jadi lebih menonjol ke paguyuban atau kerja sama antar pelaku UMKM saja saat ini yang lebih membantu. Entah itu informasi soal sertifikasi atau sekadar saling berbagi cara bertahan." (FP 02, 28 Mei 2025).

Pernyataan ini menegaskan bahwa solidaritas horizontal antarpelaku UMKM telah berfungsi sebagai infrastruktur ekonomi informal yang menopang keberlangsungan sektor kuliner mikro. Paguyuban tidak hanya menjadi ruang berbagi informasi, tetapi juga mekanisme kolektif dalam merespons keterbatasan akses terhadap kebijakan formal. Dalam konteks ini, muncul fenomena *social subsidiarity*, di mana fungsi negara dalam mendukung ekonomi mikro sebagian digantikan oleh kekuatan komunitas lokal.

Namun demikian, mengandalkan jaringan sosial semata bukanlah solusi jangka panjang. Ketergantungan pada modal sosial berpotensi menciptakan ketimpangan baru antara pelaku usaha

yang memiliki akses ke jaringan komunitas dan mereka yang berada di luar lingkaran tersebut. Hal ini menunjukkan adanya tantangan struktural dalam desain kebijakan mikro, khususnya dalam menjangkau pelaku UMKM yang beroperasi di ruang ekonomi informal dan berskala kecil.

Dari perspektif pembangunan ekonomi daerah, temuan ini mengindikasikan bahwa kebijakan yang bersifat terpusat dan teknokratis belum sepenuhnya mampu menjawab kebutuhan konkret UMKM kuliner. Inklusivitas kebijakan tidak cukup diukur dari jumlah program yang diluncurkan, melainkan dari sejauh mana kebijakan mampu hadir secara kontekstual, fleksibel, dan partisipatif. Pengakuan terhadap eksistensi paguyuban dan jaringan sosial informal perlu dilembagakan dalam desain kebijakan mikro agar intervensi negara dapat memperkuat, bukan menggantikan, mekanisme ekonomi lokal yang telah berjalan.

Implikasi terhadap stabilitas konsumsi menjadi sangat signifikan. UMKM kuliner berperan sebagai penyangga utama konsumsi harian masyarakat kelas menengah dan kelompok rentan di daerah perkotaan. Ketika UMKM mampu bertahan, konsumsi domestik di tingkat mikro tetap terjaga, sehingga fluktuasi permintaan dapat diredam dan tekanan inflasi lokal dapat diminimalkan. Sebaliknya, lemahnya dukungan struktural terhadap UMKM berpotensi mengganggu rantai konsumsi lokal dan memperbesar tekanan terhadap stabilitas harga.

Dalam konteks kebijakan moneter dan keuangan mikro, peran Bank Indonesia menjadi krusial dalam menjembatani stabilitas harga dan dinamika ekonomi daerah. Dukungan terhadap UMKM kuliner melalui perluasan akses pembiayaan mikro, penguatan inklusi keuangan, serta efisiensi sistem pembayaran dapat memperkuat stabilitas konsumsi domestik. Dengan memastikan UMKM tetap berdaya, Bank Indonesia turut meningkatkan efektivitas transmisi kebijakan moneter hingga ke level akar rumput. Selain itu, insentif bagi UMKM yang menggunakan bahan baku lokal dan menerapkan praktik ramah lingkungan berpotensi memperkuat ekonomi daerah sekaligus mendukung agenda keuangan berkelanjutan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Nurwidia et al. (2025) yang menegaskan bahwa jaringan sosial, baik formal maupun informal, memiliki peran signifikan dalam memperluas akses pasar, pendanaan, serta peningkatan kapasitas inovasi UMKM. Namun, agar dampaknya lebih merata dan berkelanjutan, kehadiran negara dan otoritas moneter perlu berfungsi sebagai mitra strategis yang memperkuat inisiatif lokal yang telah tumbuh secara organik. Dengan pendekatan kebijakan mikro yang kolaboratif dan berbasis konteks daerah, UMKM kuliner dapat menjadi fondasi penting dalam pembangunan ekonomi lokal, penjagaan stabilitas konsumsi, dan penguatan ketahanan ekonomi nasional yang inklusif.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa ketahanan konsumsi kelas menengah pada tahun 2025 tidak hanya ditentukan oleh harga dan pendapatan, tetapi juga oleh relasi sosial yang tertanam dalam praktik ekonomi lokal. UMKM kuliner berperan sebagai penyangga konsumsi sekaligus penggerak ekonomi mikro melalui mekanisme yang adaptif dan berbasis kepercayaan. Hubungan antara pelaku usaha dan konsumen menjadi modal sosial yang menjaga loyalitas dan kesinambungan permintaan di tengah tekanan ekonomi. Pelaku usaha beradaptasi melalui efisiensi biaya, inovasi menu, digitalisasi layanan, dan penguatan jejaring komunitas, sementara konsumen memanfaatkan UMKM sebagai strategi konsumsi adaptif yang memadukan rasionalitas ekonomi dan kedekatan sosial. Temuan ini menegaskan bahwa praktik ekonomi mikro tertanam dalam struktur relasi sosial. Secara konseptual, dimensi relasional perlu diposisikan sebagai fondasi ketahanan ekonomi mikro dan menjadi pertimbangan utama dalam perumusan kebijakan penguatan UMKM. Dengan demikian, ketahanan ekonomi lokal tidak semata bergantung pada instrumen ekonomi formal, tetapi juga pada kualitas hubungan sosial yang menopang aktivitas pasar sehari-hari.

Daftar Pustaka

- Adhinegara, B. Y., Huda, N., Kalila, S., & Darmawan, J. (2024). *Skenario kenaikan upah minimum 2025 terhadap perekonomian nasional*. CELIOS.
- Arofahtiani, R., & Cahyadi, E. R. (2022). Strategi adaptasi UMKM kuliner pada masa pandemi Covid-19 (studi kasus: Rumah Makan Haji Masduki, Pekalongan). *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 8(2), 458–469. <https://doi.org/10.17358/jabm.8.2.458>
- Arofahtiani, R., Cahyadi, E. R., & Slamet, A. S. (2023). Tingkat recovery dan resiliensi UMKM kuliner Kota Pekalongan pascapandemi Covid-19. *Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen*, 9(1), 296–304. <https://doi.org/10.17358/jabm.9.1.296>
- Astuty, & Tohari, M. (2025). Analisis sosiologi hukum terhadap peran hukum dalam perubahan sosial. *JIRK: Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(9), 6301–6314. <https://bajangjournal.com/index.php/JIRK/article/view/9651>
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (3rd ed.). Sage Publications.
- Dayar, M. B., Syafitri, A. D. A., Damayanti, T., Wirapradipta, I. M., Ningrum, H. I., & Margaretha, J. A. (2024). Digitalisasi marketing UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) pangan lokal desa mendukung ketahanan pangan. *International Journal of Community Service Learning*, 8(4), 455–466. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v8i4.84705>
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481–510. <http://www.jstor.org/stable/2780199>

- Gustina, I., Lazuardi, D., & Rinaldi, M. (2025). Sosialisasi strategi adaptasi UMKM ayam penyet medan hadapi dampak inflasi. *Lebah*, 18(3), 193-198.
- Hakim, M. P. (2025). Evaluasi kinerja keuangan UMKM pasca-pandemi: Studi kasus pada sektor kuliner di Kota Bandung. *AKUA: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 4(2), 181-188. <https://doi.org/10.54259/akua.v4i2.4288>
- Hasan, M., Harahap, T. K., Hasibuan, S., Rodliyah, I., Thalhah, S. Z., Rakhman, C. U., Ratnaningsih, P. W., Inanna, Mattunruang, A. A., Herman, Nursaeni, Y., Yusriani, Nahriana, Silalahi, D. E., Hasyim, S. H., Rahmat, A., Ulfah, Y. F., & Arisah, N. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Tahta Media Group.
- Ibarra, V. C., & Velasco, R. M. (2015). Accounting knowledge, practices, and controls of micro, small and medium enterprises: Evidence from the Philippines. *Accounting & Taxation*, 7(2), 83-96.
- Kalu, C., Uzonwanne, M., Okeyika, K., & Maduka, O. (2015). Modeling MSMEs financing and economic growth: Evidence from Nigeria. *Mathematical Theory and Modeling*, 5(8), 236-247.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2025). *Tinjauan ekonomi, keuangan, dan fiskal I/2025: Memperkuat ketahanan ekonomi Indonesia di tengah ketidakpastian global*.
- Kholifah, A. N., & Andini, C. T. (2024). Peran UMKM terhadap perekonomian di Indonesia. *Mufakat: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 3(2), 459-466.
- Kustiawan, W., Safitri, I., & Arsyad, R. Q. (2025). Strategi adaptif UMKM kuliner tradisional Medan dalam menghadapi dominasi waralaba asing di era globalisasi. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisiplin*, 9(5), 94-98.
- Kumara, A. R. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Universitas Ahmad Dahlan.
- Maksum, I. R., Rahayu, A. Y. S., & Kusumawardhani, D. (2020). A social enterprise approach to empowering micro, small and medium enterprises (SMEs) in Indonesia. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(3), 50. <https://doi.org/10.3390/joitmc6030050>
- Maulana, Y. S., & Suhaya, S. (2025). Analisis ketahanan usaha pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) kuliner di Kabupaten Pangandaran. *AdBispreneur*, 9(1), 69-74. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v9i1.49795>
- Nurjanah, I., & Riofita, H. (2025). Strategi pemasaran produk dalam meningkatkan kepuasan pelanggan: Studi kasus pada UMKM di tengah tantangan ekonomi publik. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 17419-17423.
- Nurmala, N., Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, J., Emilda, E., Arifin, A., & Novalia, N. (2022). Usaha kuliner sebagai penggerak UMKM pada masa pandemi Covid-19. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(1), 65-74. <https://doi.org/10.36908/akm.v3i1.458>
- Nurrisa, F., Hermina, D., & Norlaila. (2025). Pendekatan kualitatif dalam penelitian: Strategi, tahapan, dan analisis data. *Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran (JTTP)*, 2(3), 793-800. <https://jurnal.kopusindo.com/index.php/jtpp/article/view/581>
- Nurwidia, L., Sari, I. R., & Astuti, D. (2025). Dampak jaringan sosial dalam pengembangan usaha

- mikro, kecil, dan menengah (UMKM). *Journal of Business Economics and Management*, 1(3), 282–286. <https://jurnal.globalscients.com/index.php/jbem/article/view/190>
- Putri, A., Setiawan, S., Ananda, S., Sabrina, A., & Nur, S. R. (2025). Strategi komunikasi persuasif usaha mikro kecil dan menengah Craftonesia dalam membangun citra merek. *Dataimaji: Information and Public Relations Journal*, 1(1), 1–12. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/jdi/article/view/26179/0>
- Rostiyanti, S. F., Hansun, S., Setiawan, A. F., Sulastri, S., Nurmadina, Sany, N., & Hansen, S. (2023). *Etika penelitian: Teori dan praktik*. Podomoro University Press.
- Raharjo, B. (2021). *Fintech teknologi finansial perbankan digital*. Yayasan Prima Agus Teknik. 7(1), 1-299. <https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/144>
- Rahman, T. (2017). Konsumsi simbolis dalam pemilikan rumah oleh kelas menengah (Studi kasus penghuni Greenland Forest Park Residence Depok). *Jurnal Masyarakat Maritim*, 1(2), 19–42. <https://doi.org/10.31629/jmm.v1i2.1682>
- Sadiah, S., & Zevender, P. S. (2022). Modal sosial dalam pengembangan UMKM. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 3(2), 17–24.
- Sindi, P. P., & Wafa, Z. (2024). Transformasi digital UMKM: Pelatihan dan pendampingan digital marketing berbasis AIDA pada UMKM Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 6(1), 235–240.
- Srimulyani, V. A., Hermanto, Y. B., Rustiyaningsih, S., & Setiyo Waloyo, L. A. (2023). Internal factors of entrepreneurial and business performance of small and medium enterprises (SMEs) in East Java, Indonesia. *Heliyon*, 9(11), e21637. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e21637>
- Sudarwati, Y., & Izzaty, I. (2022). Manajemen hubungan pelanggan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah. *Kajian Ekonomi dan Keuangan*, 13(1), 13–28.
- Sulistyawati. (2023). *Buku ajar metode penelitian kualitatif*. K-Media.
- Syarif, R., Sucipto, K. R. R., Rimakka, A. I. D., & Pratama, A. A. D. M. (2025). Social media food influencers and follower's local food purchase intention: A parasocial relationship perspective. *Journal of Consumer Sciences*, 10(1), 173–196. <https://doi.org/10.29244/jcs.10.1.173-196>
- Wicaksono, E., Nugroho, S. S., & Woroutami, A. D. (2020). Pola konsumsi dan beban PPN kelas menengah Indonesia. *Kajian Ekonomi dan Keuangan*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/10.31685/kek.v4i1.506>
- Yun, M. (2019). *Technological capability of MSMEs and implications for innovation policy: A case study of Vietnam*. Korea Institute for International Economic Policy (KIEP). <https://doi.org/10.2139/ssrn.3697692>