
Analisis Perkembangan UMKM Sektor Kuliner Di Kota Malang

Annisa Ayu Safira *)

Nurhidayah **)

Ety Saraswati ***)

Email : firasafiraa66@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

The food industry in Malang City has been growing rapidly. Food vendors can be found in almost every area, indicating a high demand in this sector. Culinary MSME actors offer a variety of flavors to attract consumers who are constantly seeking new products. People also tend to purchase their food needs from local vendors. This rapid development is further driven by the city's dense population. The research problems in this study are: 1) How do Information Technology, Business Capital, and Financial Reporting influence the development of culinary MSMEs in Malang City? 2) How can Information Technology enhance the development of culinary MSMEs in Malang City? 3) How can Business Capital enhance the development of culinary MSMEs in Malang City? 4) How can Financial Reporting enhance the development of culinary MSMEs in Malang City? The research method applied is qualitative research using NVIVO as the analytical tool. The results of the study show that: 1) The use of Information Technology by culinary MSMEs in Malang City contributes significantly to improving operational efficiency, 2) The business capital used by culinary MSMEs in Malang City is partly sourced from personal funds, 3) The financial reports prepared by culinary MSMEs in Malang City generally include the basic information required, although they are not yet detailed and comprehensive, 4) The business duration of the eight culinary MSME actors in Malang City varies, with some experiencing long-term sustainability while others face short-term business endurance.

Keywords: MSME Development, Culinary

Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi di masa kini umumnya didukung oleh kegiatan ekonomi berskala kecil dan menengah yang berdiri sendiri dan dijalankan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat untuk memperoleh penghasilan. Walaupun UMKM bukan merupakan usaha besar, namun peran UMKM dalam menggerakkan sektor perekonomian di Indonesia tidak dapat diabaikan lagi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sofyan (2017) bahwa UMKM pada umumnya memiliki peran penting dalam perekonomian nasional sebagai penyedia utama lapangan kerja, penggerak kegiatan ekonomi, pemberdayaan masyarakat, dan pengembangan pasar baru.

Arus perdagangan semakin meningkat akibat adanya kemajuan teknologi, sehingga mendorong persaingan antar pelaku usaha untuk menyediakan teknologi yang mendukung sistem kerja mereka. Serta memanfaatkan teknologi yang mendalam memfasilitasi sistem pencatatan laporan keuangan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zahidah dan Martilova (2023) bahwa teknologi informasi berhubungan positif terhadap perkembangan UMKM. UMKM juga memiliki beberapa keunggulan dibandingkan usaha besar yaitu inovasi yang relatif mudah dalam proses pengembangan produk, adaptasi terhadap perubahan lingkungan pasar yang unik dan kreatif dan fleksibilitas terhadap segala perubahan pangsa pasar, serta mendukung tumbuh kembangnya wirausahawan baru. Contohnya

seperti lebih canggihnya sistem teknologi masa kini, adanya perubahan minat konsumen, adanya pesaing, dan lain-lain. Banyaknya para pesaing UMKM yang bersaing sehat untuk meningkatkan kualitas perekonomian mereka. Beberapa UMKM berangsur-angsur ada juga yang mengalami penurunan kebanyakan dari segi kualitas produknya. Di samping itu ada juga beberapa UMKM yang mengalami penurunan dikarenakan kurang tahunya bagaimana cara mengelola teknologi masa kini yang dapat membantu para pebisnis, ada juga permasalahan yang di hadapi oleh para pelaku UMKM seperti salah satunya perihal minimnya modal usaha yang sering menjadi dasar permasalahan UMKM.

Segala sesuatu yang berhubungan dengan memasak adalah kuliner. Memasak sendiri merupakan kata kerja yang merujuk pada proses penyiapan bahan makanan untuk dikonsumsi, sebagaimana tercantum dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia. Namun, memasak lebih dari sekedar menyiapkan makanan lezat untuk dikonsumsi. Saat ini memasak juga bisa dianggap sebagai gaya hidup, padahal tujuan utamanya adalah memenuhi kebutuhan pangan. Kuliner selalu dinamis dan berkembang dari masa lalu. Sebab seni kuliner merupakan sesuatu yang bisa dikembangkan dan belum mempunyai standar yang pasti. Perkembangan kuliner mengikuti kemajuan peradaban Meski bahan-bahannya sama, banyak masakan yang bisa dibuat dengan menggunakan bumbu dan teknik pengolahan yang berbeda adalah salah satu alasan utama makanan disiapkan.

Perkembangan ini tidak semata-mata disebabkan oleh potensi kuliner saja, Hal ini juga didukung oleh sektor teknologi informasi dan komunikasi yang sedang berkembang belakangan ini. Mulai dari pemasaran melalui media sosial berupa WhatsApp, Instagram, dan Iklan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Iqbal (2021) bahwa Media periklanan digital saat ini telah berkembang dengan sangat baik, penyajian informasi yang ringkas dengan analisis pasar yang dikembangkan menggunakan teknologi internet memungkinkan iklan dapat masuk sesuai dengan kebutuhan usaha dan tingkat usia yang dibutuhkan dalam sebuah produk. Sehingga dampak yang diberikan dari iklan digital juga lebih tepat sasaran. Adapun beberapa periklanan digital yang dikembangkan oleh perusahaan media sosial saat ini seperti Google Ads, Facebook Ads, YouTube Ads, TikTok Ads dan masih banyak lagi media platform Media Sosial lainnya yang turut berkecimpung dalam pengembangan AdSense (Periklanan Digital) saat ini. Ditambah dengan adanya dukungan bisnis melalui *driver* pengantaran makanan seperti adanya ShopeeFood, Gofood dan Grabfood. Internet menawarkan banyak manfaat, seperti memberikan informasi tanpa batas kepada seluruh masyarakat, berfungsi sebagai alat bisnis, dan memberikan kesenangan bagi orang-orang yang stres dengan pekerjaan atau beban kerjanya. komunikasi efektif, kebutuhan mendesak, dan tambahan. Internet mempunyai banyak dampak positif, termasuk informasi yang tidak terbatas bagi pelajar, sebagai sarana untuk berbisnis, sebagai hiburan bagi individu yang cemas karena pekerjaan, urusan atau tugas yang menumpuk, artinya komunikasi yang efisien, kebutuhan darurat dan lain-lain.

Permasalahan pokok yang sering dihadapi oleh UMKM yaitu ketidakmampuan dalam memperoleh prospek pasar dan meningkatkan pangsa pasar. Kemudian, kurangnya struktur permodalan dan keterbatasan dalam memperoleh sumber dana yang cukup, Kemudian adanya keterbatasan jaringan usaha kerjasama antar pengusaha kecil (sistem informasi pemasaran). Berhasil atau tidaknya suatu usaha wirausaha dapat diukur dari prestasi yang telah dicapai, khususnya perluasan usaha yang dikelolanya. Ekspansi ini ditunjukkan oleh jumlah kenaikan jumlah penjualan, asset yang sudah diperoleh, serta jumlah karyawan yang dimiliki oleh usaha tersebut. Kesuksesan dicapai secara bertahap, bukan sekaligus, yang dibuktikan dengan perkembangan yang semakin membaik setiap waktunya.

Seorang wirausaha memerlukan jiwa yang kuat untuk mengelola perusahaannya. Seorang wirausaha memerlukan modal yang besar jika ingin bertahan di sebuah bisnis. Kesuksesan wirausaha lebih sering dikaitkan dengan dorongan untuk mengembangkan bisnis semaksimal mungkin. Antusiasme yang tinggi diperlukan untuk keberhasilan wirausaha karena wirausahawan tidak akan puas dengan hasil yang diperoleh saat ini. Kemakmuran pemilik bisnis Tentu ada beberapa faktor yang mempengaruhi hal ini. Diantaranya adalah: motivasi.

Secara umum industri perdagangan makanan di Kota Malang berkembang sangat pesat. Hampir di setiap lingkungan terdapat pedagang makanan. Hal ini menunjukkan tingginya permintaan bagi mereka yang bergerak di sektor wirausaha, beroperasi sebagai pedagang makanan dan memberikan konsumen beberapa pilihan untuk dipilih, masing-masing dengan rasa yang berbeda karena pelanggan terus mencari produk baru dari perusahaan UMKM. Masyarakat sekitar lebih memilih untuk membeli kebutuhannya termasuk makanan. Pesatnya ekspansi pedagang UMKM di bidang kuliner tidak lepas dari padatnya jumlah penduduk Kota Malang.

Penelitian ini diambil pada UMKM di Kota Malang yang bertujuan agar peneliti mengetahui perkembangan pada UMKM di sektor kuliner ini. peneliti berminat melakukan penelitian pada objek UMKM di Kota Malang karena perkembangan usaha-usaha yang sangat pesat sehingga banyak peminat yang terus kembali untuk membelinya lagi dan perkembangan aset yang terus membaik setiap tahunnya. Maka peneliti ingin mengetahui perkembangannya dari hari ke hari mulai dari modal usaha yang mereka peroleh, Teknologi informasi yang mereka gunakan serta laporan keuangan yang mereka terapkan.

Khususnya di negara-negara berkembang, komunitas UMKM memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonominya. Dampak positifnya mempunyai kekuatan untuk menggerakkan perekonomian negara dan menurunkan tingkat pengangguran. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kaswinata dkk (2023) bahwa Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi UMKM menjadi alat untuk mencapai kesetaraan dan distribusi kekayaan yang merata. Penelitian ini menganalisis peran UMKM dalam perspektif syariah, mengidentifikasi tantangan, dan memberikan rekomendasi kebijakan. Hasilnya menunjukkan UMKM berperan penting dalam mengatasi pengangguran, menciptakan produk lokal yang beragam, dan mendukung ekonomi yang inklusif. Pembangunan dalam arti menghasilkan prospek kerja langsung melalui tenaga kerja mandiri, usaha kecil atau usaha mikro perkembangan UMKM sektor kuliner di Kota Malang

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Modal Usaha

Modal Usaha adalah unsur terpenting dalam mengelola dan mengembangkan sebuah usaha. Jika modal bertambah maka penghasilan yang didapatkan lebih banyak (Istinganah & Widiyanto, 2020) menurut banyak orang, bukanlah satu-satunya modal dalam sebuah korporasi. Namun, hal itu harus dipahami, bahwa memiliki uang itu penting untuk sebuah bisnis.

Sertifikasi Halal

Menurut Hidayati dan Sunaryo (2021) tujuan penelitian untuk menguji peran label halal dalam mempengaruhi sikap terhadap produk halal terhadap citra merek dan minat beli pada konsumen muslim di Malang. Halal adalah sikap produk halal. Sedangkan label halal merupakan faktor penting dalam mendorong citra merek dan minat pembelian

Aset

Aset adalah keuntungan finansial tak ternilai yang dimiliki atau dikelola seseorang dengan harapan bahwa aset tersebut akan terus memberikan keuntungan di masa depan. Tingkat perubahan aset suatu perusahaan dapat digunakan untuk mengukur pertumbuhannya karena tingkat pertumbuhan aset yang tinggi akan memfasilitasi perluasan bisnis, dan kepemilikan aset seorang pengusaha menunjukkan kapasitas mereka untuk mengembangkan perusahaan dan kebutuhan mereka akan modal kerja. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana perkembangan UMKM sektor kuliner ini dikaitkan dengan salah satu subjek yaitu aset. Berdasarkan temuan penelitian tersebut, UMKM yang saat ini diteliti dapat dikatakan sudah memiliki beberapa aset.

Laporan Keuangan

Toto Prihadi (2020:8) “Laporan keuangan adalah hasil dari kegiatan pencatatan seluruh transaksi keuangan di perusahaan” Laporan keuangan berharga untuk mempelajari informasi akurat tentang situasi keuangan bisnis dan potensi hasil adalah laporan keuangannya. Rencana, keuangan, investasi, dan operasi semuanya tercakup dalam laporan keuangan.

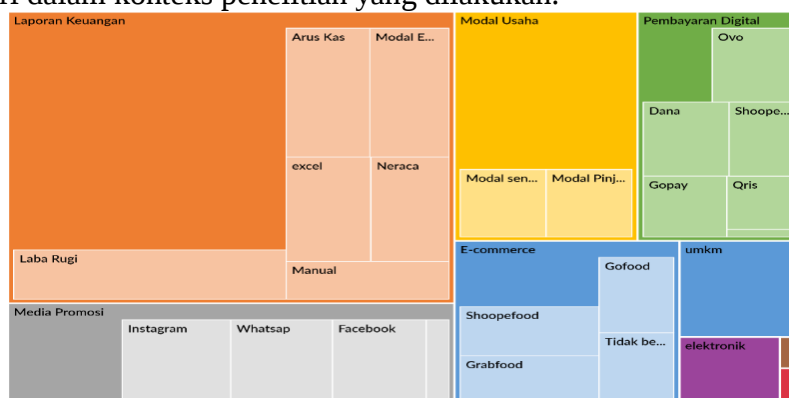
Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metodologi penelitian kualitatif untuk memperoleh pengetahuan tentang isu-isu sosial melalui sudut pandang partisipan. Partisipan dalam hal ini adalah UMKM memberikan informasi, gagasan, pemikiran dan persepsi setelah diamati, ditanyai, diwawancarai. Melalui berbagai pemeriksaan terhadap hubungan antar partisipan dan pemaparan “makna partisipan” mengenai keadaan dan kejadian, pemahaman dapat dicapai. M makna partisipan yang diungkapkan melalui sikap, keyakinan, gagasan, dan perilakunya. Analisis data dalam penelitian menggunakan alat analisis NVivo dalam penyajian data yang tersusun menjadi: reduksi data, penyajian data, verifikasi dan penarikan kesimpulan.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Pada tahap ini, penelitian ini menguraikan proses analisis untuk mengidentifikasi faktor-faktor penting yang mendorong perkembangan UMKM di Kota Malang, berdasarkan pendapat pelaku UMKM. Proses ini dilakukan dengan menganalisis jawaban terbanyak yang muncul pada sub-kategori di bawah setiap tema utama, menggunakan diagram hierarki pada perangkat lunak NVivo. Berikut ini disajikan tampilan visual berupa hierarki chart (*tree map*) yang dihasilkan melalui perangkat lunak NVivo. Gambar ini memberikan gambaran mengenai struktur hierarki dari data yang telah dianalisis, di mana masing-masing kotak mewakili tema atau kategori yang muncul dalam data. Ukuran setiap kotak menunjukkan proporsi atau frekuensi kemunculan tema tersebut, sehingga semakin besar ukuran kotak, semakin dominan tema tersebut dalam hasil analisis. Melalui visualisasi ini, peneliti dapat dengan mudah mengidentifikasi tema utama maupun subtema yang memiliki keterkaitan, serta melihat hubungan antar kategori dalam konteks penelitian yang dilakukan.

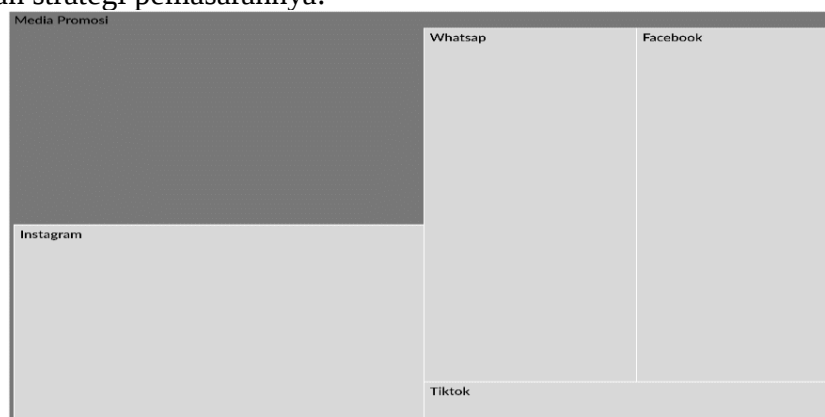


Gambar 1. Tampilan *Hierarki Chart Tree Map* Pada *Software NVivo*

Hasil dari diagram hierarki yang ditunjukkan pada Gambar 4.5 di atas menampilkan perbedaan ukuran ruang dan intensitas warna sesuai dengan tampilan yang tersedia di NVivo. Oleh karena itu, setiap hasil harus dipertimbangkan dalam konteks hubungannya satu sama lain, bukan dalam angka absolut, untuk menghasilkan diagram analisis yang tepat. Daerah dengan luas terbesar dan warna paling pekat ditampilkan dalam diagram hierarki berbentuk *tree map* dan *word cloud*. Penjabaran hasil dari diagram *tree map* tersebut dijelaskan secara rinci dalam masing-masing tema pada sub bab 4.5 sampai 4.9 sebagai berikut :

Penggunaan Media Promosi Oleh UMKM

Pada tema media promosi, para informan cenderung lebih banyak menggunakan WhatsApp, Facebook, dan Instagram sebagai media promosi dibandingkan dengan TikTok dan *endorsement*. Penelitian ini melibatkan delapan narasumber, yaitu pelaku UMKM yang secara rutin memanfaatkan WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Analisis tema tersebut yang ditampilkan melalui diagram hierarki menunjukkan bahwa sub-kategori 'Media Promosi' memiliki warna paling pekat, mencerminkan lima jawaban dari lima narasumber berbeda. Sub-kategori 'WhatsApp Story sebagai media promosi' tercatat dengan empat jawaban dari empat narasumber, 'Instagram sebagai media promosi' dengan lima jawaban dari lima narasumber, dan 'Facebook sebagai media promosi' dengan tiga jawaban dari tiga narasumber. Di sisi lain, 'TikTok sebagai media yang paling jarang digunakan' hanya memperoleh satu jawaban dari satu narasumber, sedangkan 'Tidak pernah menggunakan media sosial sebagai alat promosi' juga muncul sebagai kategori yang dijelaskan dalam analisis ini. Berikut ini merupakan tampilan Hierarki Chart Penggunaan Media Promosi UMKM yang divisualisasikan melalui *software NVivo*. Berikut gambar ini menyajikan struktur hierarki dari berbagai media promosi yang digunakan oleh UMKM berdasarkan hasil pengkodean data. Setiap kotak dalam chart merepresentasikan jenis media promosi tertentu, dengan ukuran kotak yang menunjukkan tingkat frekuensi atau dominasi penggunaan media tersebut oleh para pelaku UMKM. Semakin besar ukuran kotak, semakin sering media promosi tersebut disebutkan atau digunakan dalam praktik promosi UMKM. Visualisasi ini membantu peneliti untuk memahami distribusi penggunaan media promosi serta mengidentifikasi media yang paling populer atau paling banyak dimanfaatkan oleh UMKM dalam menjalankan strategi pemasarannya.



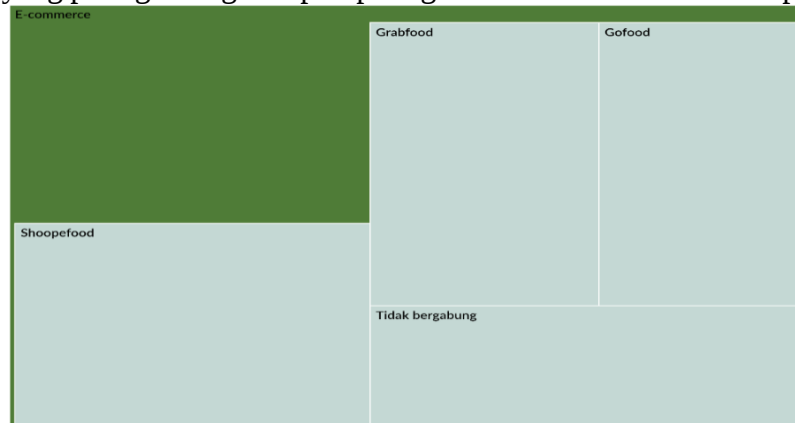
Gambar 2 Tampilan Hierarki Chart Penggunaan Media Promosi UMKM

Keterlibatan UMKM dalam E-Commerce

Penelitian ini mengkaji keterlibatan UMKM sebagai mitra dalam platform *e-commerce* dengan melibatkan delapan narasumber, yang terdiri dari UMKM pengguna GrabFood, GoFood, ShopeeFood, serta UMKM yang tidak tergabung sebagai mitra *e-commerce*. Hasil analisis yang divisualisasikan dalam bentuk Hierarki Chart menggunakan *software NVivo* menunjukkan bahwa subkategori *E-commerce* memiliki intensitas warna paling pekat, yang mencerminkan lima jawaban dari lima narasumber berbeda. Subkategori lainnya yaitu UMKM yang menggunakan ShopeeFood dan UMKM yang menggunakan GrabFood masing-masing mencatatkan tiga jawaban dari tiga narasumber, sedangkan UMKM yang menggunakan GoFood mencatatkan dua jawaban dari dua narasumber. Selain itu, terdapat pula kategori UMKM yang tidak bergabung sebagai mitra *e-commerce* yang turut teridentifikasi dalam analisis.

Berikut Gambaran atau tampilan Hierarki Chart yang memberikan gambaran visual mengenai bentuk-bentuk keterlibatan UMKM dalam *e-commerce*, seperti pemanfaatan *marketplace*, media sosial, *website* pribadi, serta aplikasi digital lainnya. Ukuran masing-masing kotak pada diagram mencerminkan frekuensi atau dominasi dari setiap bentuk keterlibatan yang ditemukan. Semakin besar

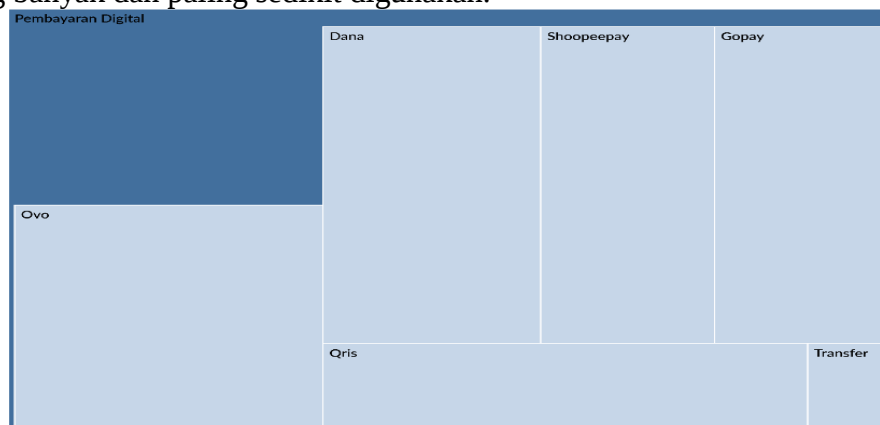
kotak, semakin tinggi tingkat partisipasi UMKM pada media tersebut. Visualisasi ini mempermudah pemahaman terhadap pola keterlibatan UMKM dalam ekosistem digital, sekaligus mengidentifikasi media promosi digital yang paling sering maupun paling sedikit dimanfaatkan oleh pelaku usaha.



Gambar 3 Tampilan *Hierarki Chart* keterlibatan UMKM dalam *E-commerce*

Metode Pembayaran Digital oleh UMKM

Pada tema mengenai metode pembayaran digital oleh UMKM, penelitian ini melibatkan delapan narasumber, termasuk UMKM yang menyediakan pembayaran digital melalui QRIS, OVO, Dana, ShopeePay, transfer bank, serta UMKM yang tidak menyediakan pembayaran digital. Analisis yang ditampilkan dalam diagram hierarki menunjukkan bahwa subkategori 'Pembayaran Digital' memiliki intensitas warna paling pekat, mencerminkan enam jawaban dari enam narasumber berbeda. Subkategori 'Pembayaran Digital menggunakan OVO' mencatat lima jawaban dari lima narasumber, 'Pembayaran Digital menggunakan Dana' dan 'ShopeePay' masing-masing dengan tiga jawaban dari tiga narasumber, 'Gopay' dengan dua jawaban dari dua narasumber, dan 'QRIS' dengan satu jawaban dari satu narasumber, serta 'Pembayaran via Transfer' juga diidentifikasi dalam analisis ini. Berikut ini merupakan tampilan Hierarki Chart Metode Pembayaran Digital oleh UMKM yang divisualisasikan menggunakan *software NVivo*. Berikut ini Gambaran atau tampilan yang menampilkan representasi visual dari hasil analisis data terkait berbagai metode pembayaran digital yang digunakan oleh UMKM. Setiap kotak dalam chart merepresentasikan jenis metode pembayaran digital tertentu, seperti QRIS, transfer bank, dompet digital (*e-wallet*), maupun kartu debit/kredit. Ukuran dan intensitas warna pada masing-masing kotak mencerminkan frekuensi penggunaan atau dominasi metode pembayaran tersebut dalam data yang dianalisis. Semakin besar dan pekat kotaknya, semakin sering metode tersebut digunakan oleh UMKM. Visualisasi ini bertujuan untuk memudahkan pemahaman terhadap preferensi pelaku UMKM dalam menggunakan sistem pembayaran digital, serta mengidentifikasi metode yang paling banyak dan paling sedikit digunakan.



Gambar 4 Tampilan *Hierarki Chart* metode pembayaran digital oleh UMKM

Sumber Modal Usaha UMKM

Pada tema mengenai sumber modal usaha oleh UMKM, penelitian ini melibatkan delapan narasumber, yang terdiri dari UMKM yang menggunakan modal sendiri dan UMKM yang menggunakan modal pinjaman. Analisis dalam diagram hierarki menunjukkan bahwa subkategori 'Modal Usaha' memiliki intensitas warna paling pekat, mencerminkan delapan jawaban dari delapan narasumber, dengan subkategori 'Modal Sendiri' dan 'Modal Pinjaman' diidentifikasi berdasarkan jawaban para narasumber. Berikut ini Gambaran atau tampilan Hierarki Chart sumber modal usaha UMKM.



Gambar 5 Tampilan *Hierarki Chart* sumber modal usaha UMKM

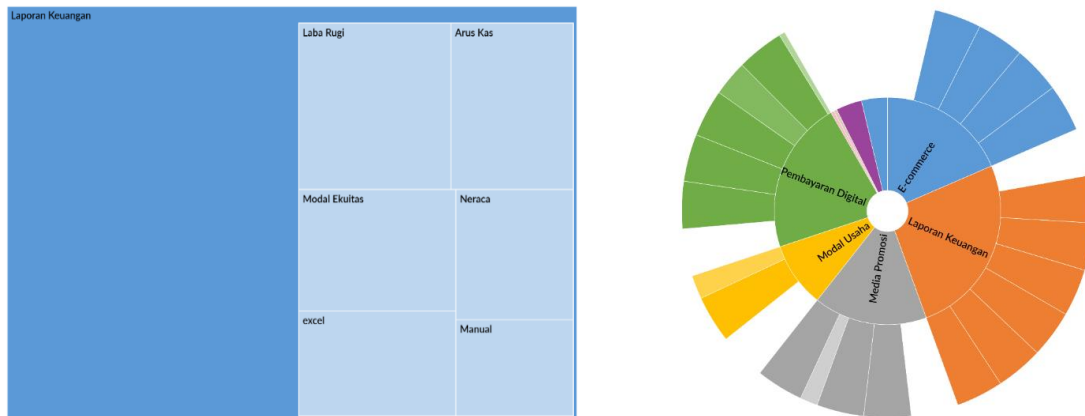
Metode Pencatatan Laporan Keuangan oleh UMKM

Pada tema laporan keuangan, penelitian ini melibatkan delapan narasumber yang mencakup UMKM yang mencatat laporan Laba Rugi, Arus Kas, Modal Ekuitas, dan Neraca. Beberapa UMKM mencatat laporan keuangan secara manual, sementara yang lain menggunakan aplikasi Excel secara digital. Analisis dalam diagram hierarki menunjukkan bahwa subkategori 'Laporan Keuangan' memiliki intensitas warna paling pekat, mencerminkan delapan jawaban dari delapan narasumber berbeda. Subkategori 'Neraca' memiliki tiga jawaban dari tiga narasumber, 'Laba/Rugi' tujuh jawaban dari tujuh narasumber, 'Modal Ekuitas' empat jawaban dari empat narasumber, dan 'Arus Kas' lima jawaban dari lima narasumber. Sementara itu, enam narasumber mencatat laporan secara digital melalui Excel, dan dua narasumber mencatatnya secara manual. Berikut ini merupakan Gambaran atau tampilan visualisasi dalam bentuk Hierarki Chart yang menggambarkan metode pencatatan laporan keuangan yang digunakan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Gambar ini bertujuan untuk menjelaskan struktur atau pengelompokan berbagai metode pencatatan laporan keuangan yang diterapkan oleh UMKM, yang dapat mencerminkan tingkat pemahaman, kapasitas, serta kebiasaan dalam mengelola aspek keuangan usaha mereka secara sistematis dan terorganisir.

Gambar 6 Tampilan *Hierarki Chart* Metode Pencatatan Laporan Keuangan oleh UMKM

Pembahasan

Dalam hasil pembahasan penelitian ini, setiap tema atau aspek dalam Analisis Perkembangan UMKM diperoleh hasil berupa banyaknya pengkodean dari sumber data. Data ini divisualisasikan menggunakan dua diagram hierarki, yaitu *tree map* dan *sunburst*, serta didukung oleh *word cloud*. Hasil visualisasi diagram *sunburst* pada Gambar 8 menunjukkan bahwa informasi atau kata-kata yang paling sering muncul dari transkrip wawancara delapan narasumber yang ditandai oleh warna paling pekat. Gambar 6 mencakup sub-kode seperti 'Penggunaan Media Promosi oleh UMKM', 'Keterlibatan UMKM dalam *E-commerce*', 'Metode Pembayaran Digital oleh UMKM', 'Sumber Modal Usaha UMKM', dan 'Metode Pencatatan Laporan Keuangan oleh UMKM'. Berikut ini Gambaran atau tampilan *Hierarki Chart Sun Burst* Hasil Analisis menunjukkan hasil dari yang digunakan dalam penelitian ini.



Gambar 7 Tampilan Hierarki Chart Sun Burst Hasil Analisis

Jawaban-jawaban tersebut menunjukkan bahwa analisis perkembangan UMKM diterima secara positif, dengan kontribusi yang konstruktif. Gambar 8 di atas merupakan hierarki chart *sun burst* yang ditampilkan secara keseluruhan untuk mengetahui hasil dari proses analisis pada *software NVivo*, *sun burst* merupakan model diagram yang berbentuk lingkaran atau matahari yang digunakan untuk visualisasi data penelitian dengan dilihat dari masing-masing luas diagram dengan warna yang berbeda, semakin lebar dan semakin pekat warna pada hasil *sun burst* merupakan hasil terbanyak.

Selanjutnya Gambar 7 hasil dari analisa *word cloud* berupa kata – kata yang paling sering disebutkan atau sering muncul secara keseluruhan pada hasil wawancara yang digunakan sebagai penguat data, hasil tersebut dapat dilihat dari ukuran dan warna yang berbeda, semakin banyak kata tersebut muncul maka semakin besar ukuran kata tersebut. Hasil *word cloud* tersebut diantaranya ‘Laporan’, ‘Keuangan’, ‘Usaha’, ‘Untuk’, ‘Menggunakan’, ‘Modal’, ‘Belum’, ‘Media’, ‘Menerapkan’ dan lain sebagiannya. Gambar 8 di bawah ini menunjukkan hasil dari *word cloud* yang digunakan dalam penelitian ini.



Gambar 8 Hasil Word Cloud Hasil Analisis

Hasil dari *Word cloud* diatas dihasilkan kata ‘Laporan’ disebutkan sebanyak 29 kali, kata ‘Referensi’ disebutkan sebanyak 15 kali, kata ‘Menurut’ disebutkan sebanyak 14 kali, kata ‘Untuk’ disebutkan sebanyak 14 kali, kata ‘Mudah’ disebutkan sebanyak 12 kali, kata ‘Nyaman’ disebutkan sebanyak 10 kali, kata ‘Mungkin’ disebutkan sebanyak 8 kali, kata ‘Narasumber’ dan ‘Perpustakaan’ disebutkan sebanyak 6 kali dan seterusnya hingga ukuran kata terkecil yang disebutkan 1 kali.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil temuan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan teknologi informasi oleh UMKM sektor kuliner di Kota Malang berkontribusi signifikan terhadap peningkatan efisiensi operasional, khususnya dalam sistem pembayaran digital dan distribusi produk. Penggunaan QRIS serta layanan pengantaran makanan seperti ShopeeFood dan GrabFood mempermudah transaksi dan

memperluas jangkauan pasar, sehingga mendukung pertumbuhan usaha secara lebih efektif dan modern.

Berdasarkan hasil temuan lapangan, dapat disimpulkan bahwa modal usaha yang digunakan oleh UMKM sektor kuliner di Kota Malang sebagian besar bersumber dari modal pribadi, dengan sedikit dukungan pinjaman tidak mengikat. Modal tersebut umumnya dialokasikan untuk pembelian aset, peralatan produksi, dan operasional usaha, yang secara signifikan berkontribusi terhadap keberlangsungan dan perkembangan usaha secara mandiri dan berkelanjutan.

Berdasarkan hasil temuan, dapat disimpulkan bahwa laporan keuangan yang disusun oleh UMKM sektor kuliner di Kota Malang umumnya telah mencakup informasi dasar yang diperlukan, meskipun belum disusun secara rinci dan komprehensif. Laporan tersebut lebih berfokus pada inti seperti laba rugi, dengan pencatatan elemen penting seperti penyusutan, namun belum sepenuhnya memenuhi standar akuntansi formal. Hal ini mencerminkan perlunya peningkatan kapasitas pelaku usaha dalam penyusunan laporan keuangan yang lebih sistematis dan terperinci dengan respons yang konstruktif.

Berdasarkan data tabel lama usaha dari delapan pelaku UMKM sektor kuliner di Kota Malang, diperoleh informasi sebagai berikut:

- Sebanyak 2 pelaku usaha (Astri Wahyu Handari – Dapur Bu As dan Rosy K. Mukti – Pawon Kak Ross) telah menjalankan usahanya selama 14 tahun, yang mencerminkan keberlangsungan dan ketahanan usaha dalam jangka panjang (25%).

- Sebanyak 5 pelaku usaha (Frieda Niswarin Mardhatillah, Esti Rahayu, Gemma Indah, Indra Wahyuni, dan Fatmawati) menjalankan usaha selama 3 tahun, dan 1 pelaku usaha (Nuril Maunah Elmagfiroh – Red Cherry Malang) selama 4 tahun, sehingga total terdapat 6 pelaku usaha yang telah beroperasi antara 3 hingga 4 tahun (75%).

- Dari kelompok tersebut, hanya 1 pelaku usaha yang menjalankan usahanya selama 4 tahun (12,5%), sementara 62,5% menjalankan usahanya selama 3 tahun

Saran

1. Penelitian ini melibatkan 8 narasumber dari kalangan UMKM, namun untuk penelitian selanjutnya disarankan agar jumlah narasumber ditingkatkan guna memperoleh data yang lebih beragam dan representatif.
2. Selain itu, dalam analisis penelitian berikutnya, disarankan untuk menerapkan model analisis yang berbeda dengan memanfaatkan diagram alternatif yang tersedia dalam NVivo.
3. Disarankan pula untuk menggunakan perangkat lunak analisis kualitatif selain NVivo 14 atau versi terbaru dari NVivo, agar dapat mengakses fitur yang lebih lengkap dan mendukung hasil penelitian yang lebih kuat dan akurat.

Referensi

- Adam, G. A., & Kapojos, P. M. (2023). Penerapan perlakuan akuntansi aset tetap pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Daerah Provinsi Sulawesi Utara [Application of accounting of assets to industry and trade of North Sulawesi]. *Jurnal EMBA*, 11(4), 144-151.
- Afrilia, T. N. A., & Mustofa, N. H. (2021). Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha, Strategi Pemasaran Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Dengan Inovasi Sebagai Variabel Intervening. *SKETSA BISNIS*, 8(2), 82–98. <https://doi.org/10.35891/jsb.v8i2.2687>
- Ajijah, J. H., & Selvi, E. (2021). Pengaruh kompetensi dan komunikasi terhadap kinerja perangkat desa. *Jurnal Manajemen*, 13(1), [halaman jika ada].
- Amelia, R., Lukita, C., & Septiawati, R. (2023). Pengaruh Kredit Usaha Rakyat, Modal Sendiri, Lama Usaha dan Jumlah Tenaga Kerja Terhadap Pendapatan UMKM di Kabupaten Bone Bolango. *Finansha: Journal of Sharia Financial Management*, 2(2), 45–60.

- Anisa, A. T. N., & Mustofa, N. H. (2021). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) dengan inovasi sebagai variabel intervening (Studi kasus pelaku UMKM di Kabupaten Semarang). *Sketsa Bisnis*, *8*(2), 82–98. [https://doi.org/\[10.35891/jsb.v8i2.2687\]\(https://doi.org/10.35891/jsb.v8i2.2687\)](https://doi.org/[10.35891/jsb.v8i2.2687](https://doi.org/10.35891/jsb.v8i2.2687))
- Anggraini, E. (2019). Pendidikan Berbasis Teknologi. *Universitas PGRI Palembang*, 224–232.
- Ashara, D. (2021). Pengaruh Modal Usaha, Karakteristik Wirausaha dan Kualitas Laporan Keuangan Terhadap Perkembangan UMKM di Desa Teluk Majelis Kabupaten Tanjung Jabung Timur. *Manajemen Keuangan Syariah*, 1(1), 32–47. <https://doi.org/10.30631/makesya.v1i1.843>
- Avriyanti, S. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan Usaha (Studi Pada UMKM Bidang Kuliner di Kabupaten Tabalong). *PubBis: Jurnal Penelitian dan Pemikiran Administrasi Publik dan Administrasi Bisnis*, 6(1), 61–73. <https://doi.org/10.35722/pubbis.v6i1.582>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fadila, F., & Yuniarti, Y. (Year). Pengaruh kinerja usaha terhadap keunggulan bersaing pada UKM Spoccat Sepatu Cibaduyut Kota Bandung.
- Harahap, I., Nawawi, Z. M., & Syahputra, A. (2023). Signifikansi Peranan UMKM dalam Pembangunan Ekonomi di Kota Medan dalam Perspektif Syariah. *Islamic Banking and Finance*. <https://doi.org/10.15575/fjsfm.v2i2.13923>
- Hidayati, N., & Sunaryo, H. (2021). The role of halal label to increase the effect of attitude toward halal product on brand image and purchase intention. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development (IJEED)*, 4(5), 744.
- Iqbal, M. (2021). Efektifitas Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan pada Usaha di Masa Pandemi Covid 19 (Studi Kasus di Aceh). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 7(2), 83–93. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v7i2.609>
- Iqbal, M. (2021). Efektifitas digital marketing terhadap kualitas layanan pada usaha di masa pandemi Covid 19 (Studi kasus di Aceh). *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 7(2), 83-93.
- Istinganah, N. F., & Widiyanto. (2020). Pengaruh modal usaha, tingkat pendidikan, dan karakteristik wirausaha terhadap perkembangan UKM. *Economic Education Analysis Journal*, 9(2), 438-455. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i2.39293>
- Lasoma, A., Sofhian, S., & Zainuddin, Y. (2021). Pengaruh Modal Usaha dan Strategi Pemasaran Terhadap Pengembangan Usaha Mikro di Kecamatan Kabila. [Tambahkan informasi jurnal jika ada].
- Londa, E. T., Lengkong, F., & Mambo, R. (2023). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Tomohon. *JURNAL Administrasi Publik*, 9(3), 71–79. <https://doi.org/10.35797/jap.v9i3.48155>
- Mawardi, M.C., Handayati, Puji., Mukhlis, Imam., Hermawan, Agus., (2025) *Financial Behavior, Self-Efficacy, And Entrepreneurial Skills: Uncovering The Determinants Of Culinary Business Performance.*, <https://archive.conscientiabeam.com/index.php/29/article/view/4230>., The Economics and Finance Letters., conscientiabeam., United Arab Emirates (UAE)
- Kaswinata, Harahap, I., Nawawi, Z. M., & Syahputra, A. (2023). Signifikansi peranan UMKM dalam pembangunan ekonomi di Kota Medan dalam perspektif syariah. *Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 718.
- Kusnadi, Y., & Mutoharoh. (2016). Pengaruh Keterimaan Aplikasi Pendaftaran Online Terhadap Jumlah Pendaftar Di Sekolah Dasar Negeri Jakarta. *Paradigma*, 18(2), 89–96.
- Marfuah, S. T., & Hartiyah, S. (2019). Pengaruh modal sendiri, kredit usaha rakyat (KUR), teknologi,

- lama usaha dan lokasi usaha terhadap pendapatan usaha (Studi kasus pada UMKM di Kabupaten Wonosobo). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 183.
- Mukti, E. A., Marimin, A., & Sumadi. (2023). Analisis SWOT pemberdayaan ekonomi pada KSPPS BMT Tumang 2022. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam dan General*, 2(1), 159–162. Tersedia di <https://journal.itbaas.ac.id/jieig>
- Mustofa, N. H., & Anisa, A. T. N. (2021). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil menengah (UMKM) dengan inovasi sebagai variabel intervening (Studi kasus pelaku UMKM di Kabupaten Semarang). *Sketsa Bisnis*, 8(2), 82-98. <https://jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/SKETSABISNIS>
- Nasihin, I., & Syifa, F. (2021). Pelatihan Penyusunan Sistem Informasi Akuntansi dan Pelaporan Keuangan. [*Nama Jurnal*], 5(3), 1071–1087. [Tambahkan DOI jika ada].
- Pramono, A. F., Azis, D., Tgk, J., Krueng, H., & Aceh, B. (2020). Pengaruh Kredit Usaha Rakyat Terhadap Perkembangan UMKM. [Tambahkan informasi jurnal lengkap].
- Putri, R. M. A. (2022). *Analisis pengaruh penerapan sistem informasi akuntansi dan kualitas laporan keuangan terhadap perkembangan usaha kecil dan menengah (UKM)* [Undergraduate thesis, Universitas Islam Sultan Agung]. Institutional Repository.
- Rahayu, D. (2020). Pengaruh Modal Usaha, Strategi Pemasaran dan Pelayanan Prima Terhadap Perkembangan UMKM (Studi Kasus pada Reparasi Sepeda Motor di Kecamatan Pakem Kabupaten Sleman). *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi*, 9(1), 27–36.
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) dalam Perekonomian Indonesia. [*Nama Jurnal*], 11(1), [halaman].
- Susanti, N., Halin, H., & Kurniawan, M. (2017). Pengaruh bauran pemasaran (4P) terhadap keputusan pembelian perumahan PT. Berlian Bersaudara Propertindo (Studi kasus Perumahan Taman Arizona 1, Taman Arizona 2 dan Taman Arizona 3 di Talang Jambi Palembang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 8(1), 43–50.
- Syahrman, S. (2021). Analisis Laporan Keuangan sebagai Dasar untuk Menilai Kinerja Perusahaan pada PT. Narasindo Mitra Perdana. *Juripol*, 4(2), 283–295. <https://doi.org/10.33395/juripol.v4i2.11151>
- Tambunan, F. (2022). Pengaruh Modal Usaha terhadap Sikap Berwirausaha dan Peran Orang Tua sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 12(1), 115. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.972>
- Zahidah, R., & Martilova, N. (n.d.). Pengaruh Teknologi Informasi Terhadap Perkembangan UMKM di Kecamatan Lubuk Kilangan Kota Padang..
- Zulfirman, R. (2022). Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Agama Islam di MAN 1 Medan. *Jurnal Penelitian, Pendidikan dan Pengajaran: JPPP*, 3(2). <https://doi.org/10.30596/jppp.v3i2.11758>.

Annisa Ayu Safira *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

Nur Hidayah **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Ety Saraswati ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma