

**DARI RELASI BERUJUNG PROMOSI  
(STUDI KASUS MATA PENCAHARIAN USAHA RUMAH MAKAN  
DI JALAN MONGINSIDI KOTA SALATIGA)**

**Yunika D Krisnawati, Adinda K Puspa, Virliana A Meidinawati dan Gatot Sasongko**  
[222017004@student.uksw.edu](mailto:222017004@student.uksw.edu), [222017007@student.uksw.edu](mailto:222017007@student.uksw.edu), [222017025@student.uksw.edu](mailto:222017025@student.uksw.edu),  
[gatot.sasongko@staff.uksw.edu](mailto:gatot.sasongko@staff.uksw.edu)

**Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Kristen Satya Wacana Jalan Diponegoro  
52-60 Kota Salatiga**

**Abstrak**

Sebuah peluang bagi masyarakat sekitar untuk mendirikan usaha terutama UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di sektor kuliner karena kebutuhan akan makanan sangat diperlukan bagi semua orang. Dalam hal ini analisis *livelihood* sangat membantu dalam menggali potensi usaha mereka serta dapat memahami permasalahan dan tantangan yang mereka hadapi serta visi usaha mereka kedepan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kondisi UMKM sektor kuliner sebagai mata pencaharian utama di Jalan Monginsidi sesuai dengan lima aspek *livelihood* yang terdiri dari Aspek Sumber Daya Alam, Aspek Sumber Daya Manusia, Aspek Modal Fisik, Aspek Modal Sosial, dan Aspek Finansial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pemilik usaha sebagai *key-informan*. Data diperoleh dengan wawancara dan observasi serta triangulasi data. Hasil dari penelitian ini menghasilkan bahwa terdapat keterkaitan 4 aspek yaitu Sumber Daya Alam, Sumber Daya Manusia, Modal Fisik, Modal Sosial terhadap Aspek Modal Finansial. Pemanfaatan hubungan sosial lewat *event* Monginsidi yang diadakan oleh masyarakat sekitar yang didukung oleh pemerintah sekitar dan diadakan tepat di sepanjang Jalan Monginsidi tersebut dapat meningkatkan kreatifitas, inovasi dan pendapatan para pelaku usaha. Adanya *branding* berpengaruh terhadap perluasan jangkauan pasar dalam suatu usaha. Meskipun lokasi strategis, mudah di jangkau dan terlihat tidak menentukan luasnya jangkauan pasar.

**Kata Kunci : umkm, kuliner, livelihood**

**Abstract**

*Opportunity for the surrounding community to set up businesses, especially MSMEs (Micro and Small and Medium Enterprises) in the culinary sector because the need for food is very much needed for everyone. In this case the livelihood analysis is very helpful in exploring the potential of their businesses and can understand the problems and challenges they face and their business vision going forward. This study aims to determine how the condition of the MSME culinary sector as the main livelihood on Monginsidi Street in accordance with five aspects of livelihood consisting of Aspects of Natural Resources, Aspects of Human Resources, Aspects of Physical Capital, Aspects of Social Capital, and Financial Aspects. The method used in this study uses descriptive qualitative methods with business owners as Key Informants. Data obtained by interview and observation and data triangulation. The results of this study produce that there are linkages of 4 aspects namely Natural Resources, Human Resources, Physical Capital, Social Capital to Aspects of Financial Capital. Utilization of social relations through the Monginsidi event held by the surrounding community supported by the local government and held right along the Monginsidi Street can increase the creativity, innovation and income of business people. The existence of branding affects the expansion of market reach in a business. Despite its strategic location, it is easy to reach and does not appear to determine the breadth of market reach.*

**Keywords: msms, culinary, livelihood**

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang saat ini sedang berkembang dan dijadikan cara alternatif untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Secara umum, UMKM memiliki potensi ekonomi yang sekaligus menjadi tumpuan pendapatan untuk sebagian besar masyarakat dan dengan adanya hal tersebut pemerintah sangat berupaya mendorong program UMKM untuk pengembangan dan peningkatan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat Indonesia. Berdasarkan data pada Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) tahun 2016, kontribusi sektor kuliner terhadap ekonomi kreatif di Indonesia menduduki posisi pertama dimana sektor ini menjadi sektor unggulan pada ekonomi kreatif yang berkontribusi paling banyak yakni sebesar 67.66%, dan tidak dipungkiri bahwa persentase tersebut memang terbilang cukup tinggi karena kuliner menjadi kebutuhan pokok sehingga target pasar pun luas dan mampu menjangkau berbagai kalangan.

Salatiga merupakan kota yang dikenal sebagai kota pendidikan, olahraga, perdagangan bahkan sebagai destinasi wisata. Hal tersebut membuat masyarakat mengambil kesempatan untuk mendirikan UMKM yang memang saat ini sedang berkembang cukup pesat, selain itu pemilihan lokasi usaha juga mendukung dalam peningkatan pendapatan dari usaha tersebut. Jalan Robert Walter Monginsidi atau lebih dikenal dengan Jalan Monginsidi adalah daerah yang cukup ramai dan memiliki letak yang sangat strategis karena letaknya yang berdekatan dengan perguruan tinggi yakni Universitas Kristen Satya Wacana dan STIE AMA. Dengan begitu tidak dipungkiri bahwa disekitar daerah tersebut juga terdapat tempat-tempat penginapan seperti kos bagi mahasiswa di sekitar wilayah Jalan Monginsidi. Hal tersebut menjadi sebuah

peluang bagi masyarakat sekitar untuk mendirikan usaha terutama UMKM sektor kuliner karena kebutuhan akan makanan sangat diperlukan bagi semua orang.

Analisis *livelihood* merupakan analisis yang dibutuhkan guna menjalankan kehidupan berusaha dengan memperhatikan kemampuan asset untuk mencapai tingkat kehidupan yang diharapkan. Dalam hal ini analisis *livelihood* sangat membantu dalam menggali potensi usaha mereka serta dapat memahami permasalahan dan tantangan yang mereka hadapi serta visi usaha mereka kedepan. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini memfokuskan pada deskripsi kondisi mata pencaharian UMKM sektor kuliner di daerah Jl Monginsidi Salatiga menggunakan teori analisis *livelihood system* dengan melihat lima aspek yakni Sumber Daya Alam, Sumber Daya Manusia, Modal Fisik, Modal Finansial dan Modal Sosial guna mengidentifikasi strategi dalam menjamin keberlanjutan mata pencaharian UMKM sektor kuliner di wilayah Jalan Monginsidi Salatiga.

Menurut Hanggita et al. (2018) bahwa faktor lokasi usaha menjadi sangat penting untuk dipertimbangkan terkait jalannya suatu unit usaha. Menurutnya faktor lokasi usaha meliputi letak tenaga kerja, letak konsumen, akses, fasilitas, pasar, energi, serta pemasaran yang memadahi dalam menjalankan suatu usaha. Lebih lanjut, menurut Putra (2016) penerapan ekonomi berbasis kerakyatan sangat diperlukan yang didukung dengan partisipasi masyarakat dan pemerintah guna mewujudkan pembangunan dan kesejahteraan masyarakat. Menurut Ananda et, al (2017) mengelompokan UMKM berbasis industri kreatif yang terbagi dalam 15 sub-sektor yang masing-masing sub-sektor memiliki kekuatan, kelemahan, peluang ancaman dan permasalahan yang berbeda-beda.

Salah satunya yakni sektor kuliner dalam hal permodalan, pemasaran serta kreatifitas dan inovasi dalam mempertahankan keberlanjutan usaha kuliner. Usaha kuliner sendiri dipetakan kedalam beberapa kelompok oleh Kartika et al. (2018) sesuai dengan KBLI ekonomi kreatif yang mana ruang lingkup sub-sektor kuliner meliputi: restoran, warung makan, kedai makan, penyediaan makanan keliling atau tempat tidak tetap, *event chatering*, penyedia makanan lainnya, bar, kelab malam atau diskotik yang umumnya menyediakan minuman, rumah minum atau kafe, kedai minum, rumah atau kedai obat tradisional dan penyedia minuman keliling atau tempat tidak tetap. Dari penelitian tersebut didapat bahwa ekonomi sub-sektor kuliner memiliki potensi yang dilihat melalui karakteristik usaha untuk dikembangkan yang mana dapat memberi kontribusi bagi perekonomian daerah. Selanjutnya Hubeis M et al (2015) menyatakan bahwa dalam sektor kuliner masih banyak timbul permasalahan baik internal maupun eksternal seperti penyediaan bahan baku, proses produksi, teknologi, finansial, pemasaran, tata kelola usaha SDM dan daya saing. Selanjutnya Oktalina et al (2015) menyatakan pemetaan aset penghidupan menentukan bentuk-bentuk intervensi dalam penghidupan petani dalam meningkatkan peran hutan. Selanjutnya peneliti lain yakni Rahayuningsih Y (2017) mengatakan bahwa dampak keberadaan industri dapat membawa perubahan berupa perubahan ekologi, social dan ekonomi terhadap mata pencaharian (*livelihood system*) nelayan. Peneliatan yang dilakukan Wijayanti et al. (2016) mengatakan bahwa dalam peningkatan kualitas kehidupan yang lebih baik lagi guna keberlanjutan penghidupan dibutuhkan lima variabel aset pengidupan yang meliputi modal sumber daya manusia, modal sumber daya alam, modal fisik, modal sosial, dan modal keuangan.

Azzahra et, al (2015) melakukan penelitian analisis yang menghasilkan bahwa pemanfaatan dan pengaruh kelima aset *livelihood* dalam rumah tangga petani dan juga resiliensi krisis pada daerah tersebut.

Berdasarkan klasifikasinya UMKM bisa dibedakan dalam 4 kelompok yakni *Livelihood Activities*, *Micro Enterprise*, *Small Dynamic Enterprise*, dan *Fast Moving Enterprise*. Dari klasifikasi tersebut sesuai fenomena yang terjadi di sekitar Jalan Monginsidi didapati banyak UMKM terutama pada sektor kuliner. Hal tersebut dikarenakan terdapat 2 Perguruan Tinggi dan tersedianya tempat-tempat kos bagi mahasiswa. Dari uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai bagaimana kondisi UMKM sektor kuliner di daerah Monginsidi terutama yang menjadikan usaha tersebut sebagai mata pencaharian utama (*livelihood activities*) dengan berpacu pada teori analisis *livelihood*. Selain itu dari hasil penelitian sebelumnya bahwa belum ditemukan jurnal yang meneliti tentang UMKM khususnya sektor kuliner dengan menggunakan analisis *livelihood*, maka dari itu peneliti tertarik untuk membuat jurnal berkaitan tentang UMKM sektor kuliner sebagai mata pencaharian utama dengan menggunakan analisis *livelihood*.

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun manfaat praktis. Adapun manfaat teoritis yang diharapkan yakni mampu memberikan informasi, referensi dan literasi terkait dengan teori yang bersangkutan. Untuk manfaat praktis mampu dijadikan pemetaan awal terkait tentang UMKM di Monginsidi agar dapat dijadikan acuan dalam membuat keputusan dan arahan terhadap pihak-pihak yang berkepentingan.

## METODE

### 1.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Sidorejo Kelurahan Sidorejo Lor Kota Salatiga, Provinsi Jawa Tengah dengan memfokuskan daerah sekitar Jalan Monginsidi. Lokasi tersebut dipilih dikarenakan daerah tersebut ramai dengan adanya UMKM di sektor kuliner. Kegiatan penelitian dilaksanakan pada bulan Juli sampai dengan bulan Agustus.

### 1.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dari penelitian ini adalah pemilik dan pengelola dari usaha kuliner di sekitar Jalan Monginsidi Kota Salatiga dengan kriteria informan (1) Sebagai pemilik dan pengelola usaha kuliner di Jalan Monginsidi Salatiga karena pemilik dan pengelola yang mengetahui seluk-beluk dari usaha yang dijalankan tersebut selama kurun waktu usaha tersebut dibangun. (2) Usaha informan dijadikan sebagai mata pencaharian utama karena dengan dijadikan mata pencaharian utama apakah usaha tersebut dapat memenuhi kehidupan sehari-hari para pelaku usaha. (3) Jenis usaha kuliner informan dalam bentuk warteg karena melihat dari kondisi wilayah Jalan Monginsidi sangat banyak dengan jenis-jenis usaha kuliner yang mana warteg sebagai salah satu usaha mikronya dengan harga masakan yang terjangkau apakah sudah dapat menghasilkan keuntungan serta dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan semakin banyaknya persaingan dengan berbagai bentuk usaha kuliner lainnya yang semakin berkembang.

### 1.3 Objek Penelitian

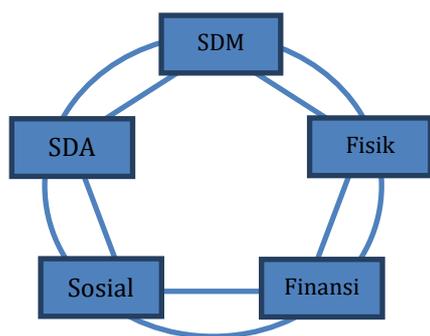
Objek dalam penelitian ini adalah segala aspek analisis *livelihood* meliputi aspek Sumber Daya Alam (SDA), Sumber Daya Manusia (SDM), Modal Finansial, Modal Fisik dan Modal Sosial yang mempengaruhi jalannya usaha.

### 1.4 Pendekatan Penelitian

Jenis data yang digunakan ialah jenis data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari informasi yang didapat saat melakukan wawancara dengan *key-informan*. Sedangkan data sekunder diperoleh dari hasil jurnal dan artikel untuk dijadikan data pendukung yang berkaitan dengan penelitian. Kemudian setelah dilakukan wawancara dan observasi dengan *key-informan* peneliti melakukan validitas data untuk menunjukkan bahwa data yang didapat dari *key-informan* sesuai dengan keadaan sebenarnya dengan menggunakan beberapa sumber untuk mendapatkan data yang sejenis agar valid.

### 1.5 Metode Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif karena data yang diperoleh ialah hanya 3 *key-informan* karena penelitian ini memfokuskan pada subjek dan objek sesuai kriteria yang telah ditetapkan. Sedangkan untuk jenis pemaparan data bersifat dekriptif. Metode deskriptif kualitatif ini digunakan untuk mengetahui secara mendalam bagaimana kondisi UMKM sektor kuliner di daerah Jalan Monginsidi Salatiga. Analisis data menggunakan pendekatan *Livelihood* analisis. Pemberdayaan masyarakat adalah sebuah konsep pembangunan yang digabungkan antara segi ekonomi dan nilai sosial. Konsep tersebut melahirkan paradigma baru yakni “ *people-centered, participatory, empowering, and sustainable* ”. Gagasan dan konsep penghidupan tersebut kemudian diadopsi oleh banyak lembaga internasional sebagai suatu alternatif pendekatan pembangunan sesuatu dengan prinsip-prinsip *Sustainable Livelihood* yang melahirkan sebuah bentuk diagram yang disebut dengan “ *The Assesst Pentagon* ” (Chambers, 1995)



“ *The Assest Pentagon* ”.

“ *The Assest Pentagon* ” yang merupakan kerangka kerja dengan mengedepankan pada pemetaan terkait potensi yang dimiliki suatu daerah yang meliputi aspek SDA yang terdiri dari sumber daya yang didapat dan kegiatan yang berkaitan dengan perolehan sumber daya, lalu terdapat SDM dimana terdiri dari pendidikan; pengetahuan dan keterampilan, kemudian modal fisik yang berkaitan dengan berdirinya usaha seperti adanya bangunan usaha; peralatan-peralatan usaha. Modal finansial dimana hal ini berkaitan dengan modal dan pendapatan dari suatu usaha, dan yang terakhir ialah modal sosial yang terdiri dari modal usaha seperti jaringan dan koneksi baik berbentuk kelompok formal maupun informal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 2.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Secara geografis kota Salatiga terletak pada koordinat 1100.27'.56,81"-1100.32.4,64" Bujur Timur, 0070.17'-0070.17'.23" Lintang Selatan dan menempati posisi strategis karena berada pada persilangan jalan raya utama antar lima jurusan yakni Semarang, Bringin, Surakarta, Magelang dan Ambarawa. Kota Salatiga terdiri atas empat Kecamatan yakni Kecamatan Argomulyo, Kecamatan Sidomukti, Kecamatan Sidorejo dan Kecamatan Tingkir yang masing-masing kecamatan ini memiliki ruang lingkup yang lebih sederhana yaitu kelurahan.

Jalan Monginsidi merupakan salah satu daerah di Salatiga yang terletak di Kecamatan Sidorejo kelurahan Sidorejo Lor yang lokasinya sangat mudah dijangkau karena letaknya yang berdekatan dengan pusat kota baik dengan menggunakan kendaraan umum bahkan menggunakan kendaraan pribadi.

Menurut Hindrayani, A. (2010) pemilihan lokasi usaha memperhatikan beberapa faktor diantaranya seperti letak konsumen atau jangkauan pasar, letak bahan baku, sumber tenaga kerja, air, listrik, transportasi serta lingkungan masyarakat yang memadahi dalam jalannya usaha.

Lokasi Jalan Monginsidi yang sangat berdekatan dengan dua Perguruan Tinggi yakni Universitas Kristen Satya Wacana dan Perguruan Tinggi STIE AMA serta tempat penginapan kos bagi mahasiswa. Monginsidi ini sangat strategis untuk dijadikan pertimbangan dalam pemilihan lokasi untuk membuka usaha karena peluangnya yang sangat menjanjikan dalam segi ekonomi. Dari segi lokasinya untuk berwirausaha, Monginsidi berlokasi dekat dengan pusat kota sehingga sangat mudah dijangkau, serta Monginsidi berdekatan dengan pusat keramaian karena adanya dua Perguruan Tinggi dan tempat penginapan seperti kos bagi mahasiswa. Sehingga dalam hal ini daerah Monginsidi merupakan lokasi yang saat ini terbilang ramai dengan banyaknya usaha UMKM seperti warung kelontong, warung makan (warteg), restoran, *coffee bar*, dan juga bisnis usaha waralaba kuliner.

Warung tegal atau yang biasa disebut dengan warteg adalah salah satu jenis usaha yang berada di sekitar jalan Monginsidi yang menyediakan makanan dan minuman dengan harga yang relatif terjangkau yang menjadi fokus penelitian ini. Nama para *key-informan* dan narasumber lainnya disamarkan untuk kebaikan dan kenyamanan para *key-informan* narasumber lainnya. Peneliti

menemukan 3 *key-informan* yakni pemilik dari usaha masing-masing warteg diantaranya untuk *key-informan* yang pertama merupakan usaha kuliner dalam bentuk warteg (warung makan LW) yang letak usahanya berada persis di pinggir jalan Monginsidi. Pemilik usaha berinisial HP mengaku bahwa usahanya warung makannya telah berjalan selama 6 tahun. Untuk *key-informan* yang kedua letak usahanya ditengah perkampungan jalan Monginsidi (warung makan AB) dengan pemilik usaha berinisial BT yang usahanya telah digeluti selama 15 tahun. Untuk *key-informan* ketiga (warung makan HB) letaknya sangat berdekatan dengan warung makan HB, dengan pemilik usaha berinisial HB yang mengaku telah menjalani usahanya selama 25 tahun.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai analisis *livelihood* dengan objek penelitian UMKM terutama di sektor kuliner yang dijadikan sebagai mata pencaharian utama sebagai berikut:

### **SDA (Sumber Daya Alam)**

Aspek Sumber Daya Alam mencakup segi yang berhubungan dengan lingkungan alam dan sumber daya energi yang mendukung proses produksi dalam suatu usaha. Menurut Oktalina *et al.* (2016) jenis asset yang berkaitan dengan sumber daya alam meliputi penggunaan lahan, akses Sumber Daya Alam dan pemanfaatan Sumber Daya Alam, namun dalam penelitian ini memiliki unsur sumber daya yang dianalisis ialah yang berkaitan dengan bahan baku, air dan gas yang mana ketiga unsur tersebut merupakan unsur yang paling dibutuhkan dalam proses produksi yang sumbernya berasal dari alam. Bahan baku merupakan dasar yang paling penting dalam keberlangsungan berusaha dalam bidang kuliner, apalagi bahan baku yang diperlukan harus dalam kondisi *fresh* agar tetap segar hasilnya.

“ Ya karena kita masaknya matengan jadi bahanya harus *fresh*, kalau belinya kemarin ya nanti sayurnya layu kalau ikan laut ya jadi kurang segar. ” HP, 19 Juli 2019.

Maka dari itu dalam melakukan pemenuhan akan bahan baku, para informan pergi ke pasar tradisional saat pagi hari yang berada di dekat pusat kota di Jalan Jendral Sudirman yang bukanya hanya dibatasi hingga pukul 07.00 WIB, sehingga para *key-informan* harus belanja sebelum jam tersebut di tempat langganan mereka masing-masing. Menurut penelitian Rahayuningsih (2017) lokasi terhadap lahan untuk mata pencaharian yang semakin jauh mengakibatkan perlunya ongkos atau biaya tambahan sama seperti dalam penelitian ini bahwa letak pasar sebagai tempat untuk mencari bahan baku yang agak jauh dari lokasi usaha yakni sekitar 1.5 km maka mereka harus menggunakan kendaraan untuk menuju pasar tradisional dan membutuhkan ongkos tambahan untuk setiap harinya yang berdampak pada finansial pelaku UMKM sektor kuliner. Selain bahan baku, kebutuhan akan air juga sangat diperlukan dalam berusaha di bidang kuliner seperti untuk memasak, menyediakan air minum dan mencuci peralatan dan perlengkapan usaha. Dari hasil wawancara, ketiga informan mengaku bahwa sumber air yang digunakan ialah berasal dari air sumur yang menggunakan *sanyo* atau pompa air, karena menurut salah satu informan,

“ Wah susah mbak air PDAM-e, sering mati terus jadi miline sitik-sitik, kan sekarang pemakainya banyak jadi sering mati ” HB, 8 Agustus 2019.

Air PDAM sering mati karena disebabkan banyaknya penduduk yang memakai aliran dari PDAM di daerah Monginsidi. Sehingga hal tersebut mengakibatkan pembengkakan biaya pengeluaran akan listrik.

Dalam hal memasak, pemilik usaha juga membutuhkan bahan bakar gas dalam proses produksinya. Setiap informan mengaku bahwa mereka menggunakan gas elpiji tiga kilogram karena biayanya lebih murah dan mereka memiliki persediaan sekitar 3-5 buah tabung elpiji setiap harinya.

**Tabel 1.** Kebutuhan Bahan Baku, Air, Dan Gas.

Kebutuhan	Informan 1	Informan 2	Informan 3
Bahan baku	Membeli ke pasar pagi pukul 03.30 WIB pagi untuk bahan sayur dan lauk. Sedangkan untuk bahan kering di beli 1 hari sebelum berjualan di sore hari	Membeli seluruh bahan baku di pasar pagi sekitar pukul 04.00 WIB	Membeli seluruh bahan baku di pasar pagi sekitar pukul 05.00 WIB
Air	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Menggunakan air sumur dengan memanfaatkan sanyo</li> <li>b) Untuk mencuci menggunakan air sumur</li> <li>c) Untuk memasak dan minum menggunakan air galon</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Menggunakan air sumur dengan memanfaatkan sanyo</li> <li>b) Untuk mencuci, memasak menggunakan air sumur</li> <li>c) Untuk minum menggunakan air galon</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Menggunakan air sumur dengan memanfaatkan sanyo</li> <li>b) Untuk mencuci, memasak dan air minum menggunakan air sumur</li> </ul>
Gas	Menggunakan tabung gas elpiji 3 kg sebanyak 4 tabung/ hari.	Menggunakan tabung gas elpiji 3 kg sebanyak 5 tabung/ hari	Menggunakan tabung gas elpiji 3 kg sebanyak 3 tabung/ hari

Sumber : Hasil wawancara (diolah)

### SDM (Sumber Daya Manusia)

Sumber daya manusia merupakan suatu individu produktif sebagai elemen utama penggerak jalannya usaha atau pekerjaan yang memiliki suatu kemampuan keterampilan khusus dan tenaga. Unsur kapital dalam aspek sumber daya manusia meliputi kondisi pelaku usaha dari segi pendidikan, kesehatan dan pembagian waktu tenaga kerja. Menurut Hennekam et al (2017) bahwa kualitas pendidikan, pengalaman, keahlian dan pelatihan sangat dibutuhkan dan akan membawa manusia kepada pekerjaan yang lebih baik. Kualitas sumber daya manusia dilihat dari segi pendidikannya satu

diantaranya memiliki latar belakang pendidikan D3 ketrampilan memasak, satu diantaranya dengan pendidikan terakhir S1 Pendidikan Keguruan dan yang lain pendidikan terakhirnya yakni SMA dan para pegawai rata-rata berlatar belakang SD dan SLTP. Dari latar belakang pendidikan yang berbeda mengindikasikan bahwa menjadi pelaku usaha di sektor kuliner tidak memerlukan syarat dari sisi pendidikan, sehingga semua orang dapat membuka usaha di sektor kuliner ini, namun dengan kelebihan yang dimiliki yakni latar belakang dan pendidikan yang sesuai seperti D3 memasak dapat dijadikan nilai tambah dalam berusaha jadi tidak hanya menjual dan menerima

pesanan dalam bentuk masakan rumahan namun bisa menerima pesanan dengan inovasi lain seperti aneka kue, bubur dan *snack* lainnya. Selain latar belakang pendidikan, kualitas sumber daya manusia dalam kesehatan juga perlu diperhatikan guna usahanya dapat berjalan dengan baik tanpa ada kendala karena kesehatan. Riwayat penyakit yang dimiliki para pemilik warung tidak menjadikannya penghalang atau kendala dalam berusaha.

Menurut Alyas (2017) melalui peningkatan kualitas SDM para tenaga kerja dapat memaksimalkan kapasitas produk serta dapat menciptakan inovasi dan variasi produk, sehingga dengan banyaknya inovasi dan variasi dapat meningkatkan pendapatan. Dalam hasil dari wawancara dengan ketiga informan, bahwa untuk inovasi dan variasi produk usaha warung makan ketiga informan mereka mengaku bahwa pergantian menu dilakukan untuk beberapa menu saja tidak untuk semua karena untuk beberapa menu dijadikan sebagai menu favorit yang selalu dicari pelanggan.

Sebagai produsen rumah tangga akan berusaha memaksimalkan keuntungan dengan waktu yang produktif. Menurut Saragih (2008) mengemukakan bahwa dalam meningkatkan pendapatannya, rumah tangga akan mengalokasikan waktu kerja usaha utama dengan harapan dapat meningkatkan pendapatan mereka. Pernyataan tersebut sesuai dengan kondisi UMKM sektor kuliner yang menjadi objek penelitian bahwa ketiga warung memiliki waktu jam buka dari pukul 10.00-17.00. Mereka memaksimalkan waktu mereka dengan mulai memasak dari pagi hari setelah pulang dari pasar dan jika sudah matang bisa langsung diletakkan di etalase begitu seterusnya sampai selesai memasak sekitar pukul 14.00 dan untuk waktu bersenang-senang atau libur dilakukan di akhir pekan karena dianggap di akhir pekan banyak mahasiswa dan para pekerja kantoran juga berlibur dan memiliki jam

yang sangat singkat pula dalam beraktivitas.

### FISIK

Modal fisik yakni meliputi seluruh modal yang berkaitan dengan infrastruktur, lokasi, peralatan dan energi yang dapat mendukung kegiatan produksi. Letak lokasi merupakan suatu tempat terjadinya aktivitas usaha. Menurut Ariani (2017) bahwa letak lokasi suatu usaha merupakan penentu dalam menarik jumlah pengunjung yang datang. Pemilihan letak lokasi yang paling berpengaruh terhadap berhasilnya usaha yaitu mudahnya akses yang dijangkau oleh para pengunjung dalam mengakses letak lokasi tersebut sesuai dengan posisi kedua dalam pemilihan letak usaha yang dinilai cukup berpengaruh yaitu lokasi usaha yang dapat dilihat oleh para konsumen. Posisi ketiga yaitu lokasi usaha yang dianggap strategis. Kemudian pemilihan lokasi yang tidak berpengaruh dalam keberhasilan menarik jumlah pengunjung yaitu pemilihan lokasi yang berdekatan dengan gudang atau tempat persediaan bahan baku.

Dari hasil wawancara dan observasi bahwa letak lokasi dari masing-masing usaha warung makan berbeda-beda. Lokasi warung makan LW yang berada tepat di pinggir Jalan Monginsidi dan 2 warung lainnya terletak di tengah perkampungan di daerah Monginsidi. Namun faktanya bahwa meskipun lokasi warung makan AB yang letaknya berada di tengah perkampungan warga tidak menjadikan warung makan susah dijangkau dan akhirnya sepi namun hal tersebut kondisinya malah berbalik. Hal ini terjadi karena warung makan AB sudah memiliki *brand* atau telah dikenal oleh para konsumen. Strategis atau tidaknya pemilihan suatu letak lokasi usaha tidak berpengaruh untuk warung makan AB. Berbeda dengan warung makan HB yang berada tepat bersebelahan dengan warung makan AB memiliki jumlah pengunjung

yang paling sedikit diantara ketiga warung makan yang telah diteliti karena diduga bahwa konsumen lebih memilih membeli makan di warung makan AB yang lebih terkenal. Ketiga warung tersebut merupakan kepemilikan perseorangan yang tergabung menjadi satu rumah tempat tinggal pengusaha. Dari observasi penelitian ini ketiga warung makan juga memiliki keadaan ruangan yang sama yaitu memiliki kesamaan tidak memiliki sekat dengan ruang makan pembeli dengan ruang masak. Ruang makan pembeli juga terdapat meja dan kursi seperti warung makan pada umumnya yang disediakan untuk para pembeli yang ingin makan ditempat.

Peralatan merupakan salah satu aset yang berharga yang dimiliki para pelaku UMKM untuk memproduksi barang atau masakan. Peralatan terdapat beberapa kategori seperti barang dan atau mesin tradisional serta modern yang dapat bergerak maupun tidak bergerak untuk menunjang keberhasilan produksi suatu usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Ariani (2017) bahwa sebagian UMKM melakukan pergantian pada peralatan yang canggih yang dapat menunjang produksi lebih baik lagi. Penggunaan peralatan tradisional yang masih layak juga masih digunakan para pelaku UMKM karena dianggap perawatan barang atau mesin tradisional lebih murah dan mudah dibandingkan dengan peralatan modern.

Penelitian dari ketiga warung makan di Monginsidi memiliki peralatan yang tidak jauh berbeda, ketiga warung makan memiliki peralatan memasak biasa pada umumnya yang didominasi oleh peralatan tradisional. Berbeda dengan warung makan milik HB yang memiliki peralatan lebih banyak dan lebih bervariasi karena warung makan HB juga menerima pesanan yang tidak hanya masakan rumahan saja tetapi juga menerima pesanan seperti aneka kue, bubur, dan *snack* lainnya. Sehingga warung makan

HB memiliki peralatan memasak biasa dan juga peralatan membuat kue. Untuk mesin modern seperti kendaraan bermotor dimiliki para ketiga warung makan guna mengantarkan pesanan bila pemesan ingin pesannya diantarkan, dan menunjang para usaha untuk memenuhi kebutuhan usahanya seperti belanja bahan baku di pasar. Penggunaan energi listrik pada ketiga warung makan digunakan untuk penggunaan kipas angin, kulkas, lampu penerangan dan kebutuhan rumah lainnya dimana penggunaan listrik warung makan tergabung menjadi satu dengan penggunaan kebutuhan rumah.

## SOSIAL

Aspek sosial ialah aspek yang berkaitan dengan hubungan sosial dimana melibatkan lingkungan sekitar atau rumah tangga dalam hal bekerja sama. Menurut Anwar (2013), aspek sosial atau modal sosial ialah investasi sosial yang terdiri dari jaringan, kepercayaan, nilai dan norma juga kekuatan menggerakkan dimana hal ini ada hingga mencapai tujuan yang diharapkan. Dalam aspek ini juga membahas perihal yang berkaitan dengan pelanggan atau konsumen yang tentu saja menjadi acuan terhadap berkembangnya usaha tersebut atau tidak. Terdapat perbedaan minat dan selera konsumen atau pelanggan terhadap ketiga warung makan *key-informan*.

Konsumen memilih warung makan LW karena memiliki kenyamanan sendiri terhadap pelayanannya dan menu yang selalu *fresh* setiap harinya dan letaknya yang dekat dengan jalan utama Monginsidi membuat warung makan mudah dijangkau oleh konsumen. Pada warung makan AB, konsumen yang datang tidak hanya dari kalangan mahasiswa namun banyak juga yang datang dari kalangan pegawai. Tersebar nya informasi mengenai warung makan AB dari satu orang ke orang lainnya membuat warung makan AB ini

cukup terkenal di mata masyarakat Salatiga. Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan dari pemilik warung makan AB “ *Yang datang kesini tidak hanya mahasiswa aja, tapi dari pegawai juga. Mungkin karena udah pada tahu sini, tahu rasanya, harganya jadi pada ngajakin temannya kesini.* ” TY, Juli 2019. Menurut beberapa konsumen mereka berpendapat bahwa warung makan AB ini terkenal dengan harganya yang cukup ramah di kantong, kualitas dan varian masakan yang cukup banyak dan selalu fresh setiap harinya. Seperti salah satu pendapat konsumen “*harganya murah sih mbak dari yang lainnya, rasanya enak dan banyak yang merekomendasikan makanya saya coba makan disini*” AD, Juli 2019.

Di era milenial ini mempromosikan sebuah produk bisa melalui sosial media seperti pada instagram sebuah akun Salatiga *Food Culinary* yakni @cicikkulineran yang berisikan promosi dan *review* tempat-tempat makan di Salatiga. Tidak hanya instagram namun dalam sebuah *website* di petalokasi.org beberapa masyarakat memberikan *review* diantara seperti komentar singkat seperti “ *best* ”GG,2018. “ *Mak nyusssss* ” AH (2018) dan “ *Menunya komplit... Harga sangat terjangkau.. Rasa uenakk nan.. Pemiliknya amat sangat ramah sekali.. Layak dijadikan rujukan* ” NK (2017). Hal tersebut memperkuat nama warung makan AB sehingga *brand* dari Warung makan AB sudah tidak asing bagi para masyarakat. Sedangkan pada warung makan HB sendiri kebanyakan konsumennya ialah masyarakat kawasan Monginsidi. Meskipun sudah berdiri sejak 25 tahun yang lalu dan si pemilik memiliki latar belakang pendidikan D3 memasak tidak membuat warung makan HB dapat bersaing dengan *brand* dari warung makan AB. Menurut penuturan pemilik warung makan HB mengaku “ *Saingannya sudah banyak jadi harus pintar-pintar bersaing makanya kita nggak buka warung makan*

*aja tapi kita juga terima pesanan aneka kue.* ” HB, Agustus 2019.

Lokasi berdirinya usaha para *key-informan* atau Jalan Monginsidi terbilang memiliki wajah baru pada sepanjang jalannya, dikarenakan terdapat revitalisasi oleh Pemerintah Kota pada jalan tersebut. Pembangunan Jalan Monginsidi ini dilakukan karena menurut pemerintah kota Salatiga, kawasan ini dilihat sebagai awal mula pusat kuliner di Salatiga, dengan begitu Pemerintah Kota Salatiga akhirnya merevitalisasi jalan tersebut. Pembangunan Jalan Monginsidi dilakukan kurang lebih 6 bulan lamanya dan hal itu membuat perekonomian pada Jalan Monginsidi menurun. Sehingga untuk menghidupkan kembali perekonomian di Jalan Monginsidi beberapa pemuda dan warga yang bertempat tinggal di Jalan Monginsidi mencetuskan suatu ide membuat *event* yang bertujuan untuk mendorong ekonomi warga sekitar Monginsidi.

[1] *Event* di Jalan Monginsidi

Kegiatan ini berawal dengan hanya bertujuan untuk mendongkrak perekonomian warga di Jalan Monginsidi yang sempat redup selama revitalisasi, sehingga kegiatan ini hanya berfokuskan pada warga setempat, namun menurut ketua dari kegiatan tersebut pastinya akan kurang diminati bila dikunjungi oleh masyarakat kota Salatiga apabila hanya diikuti oleh warga sekitar saja. Maka dari itu untuk menarik perhatian masyarakat kota Salatiga, sangat diperlukan dalam melibatkan beberapa *tenant* untuk menarik perhatian dan meramaikan kegiatan tersebut. *Event* ini diadakan pada tanggal 16-17 Februari 2019. Dalam *event* yang pertama, terdiri dari 144 *tenant* UMKM yang berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Lalu pada kegiatan *event* yang kedua yaitu terdiri dari 168 *tenant* UMKM kuliner & produk kreatif yang juga melibatkan dari luar kota Salatiga. Adapun biaya yang diberikan oleh panitia *event*

Monginsidi yang pertama adalah Rp 250.000 bagi tenant yang bukan warga Jalan Monginsidi dan Rp 100.000 bagi warga Jalan Monginsidi saat *event* yang pertama. *Event* yang pertama ini cukup memberikan *feedback* yang besar bagi warga Jalan Monginsidi karena kegiatan ini juga sekaligus sebagai ajang promosi untuk Jalan Monginsidi yang telah direvitalisasi dan juga promosi usaha mereka. Lalu kembali diadakannya *event* yang kedua pada tanggal 4-5 Mei 2019. Kegiatan yang dilaksanakan kedua kalinya ini bertujuan untuk mencari omset lebih lagi bagi warga. Karena di kegiatan *event* yang pertama ialah hanya sebagai ajang kembalinya Jalan Monginsidi yang telah direvitalisasi dan mempromosikan kembali pengusaha-pengusaha atau usaha warga di Jalan Monginsidi. Biaya yang dibebankan oleh panitia *event* tersebut terhadap para tenant ini dibagi menjadi tiga, yang pertama ialah bagi yang bukan warga Jalan Monginsidi dengan nilai sebesar Rp 500.000 dengan fasilitas bisa memilih tempat lapak yang strategis sendiri ialah sebesar, sedangkan bagi peserta bukan warga Jalan Monginsidi yang seperti biasa tanpa diberi fasilitas dipatok dengan harga Rp 400.000, yang ketiga ialah bagi warga Jalan Monginsidi dipatok dengan harga Rp 150.000. Harga tersebut terbilang lebih mahal dibandingkan dengan *event* yang pertama karena lebih banyak pengeluaran yang dikeluarkan pada *event* yang kedua. Selain itu panitia tak hanya melibatkan tenant-tenant UMKM kuliner dan produk kreatif tetapi mengundang sanggar tari di Salatiga untuk ikut berpartisipasi dalam kegiatan *event* tersebut.

**Gambar 1.** *Event* Monginsidi



Sumber : instagram.com

*Event* Monginsidi ini juga berdampak pada tiga *key-informan* yang telah diwawancarai. Menurut HP sendiri, adanya *event* ini membuat usahanya laku keras karena tidak seperti hari biasanya, ketika ada *event* ini memberikan porsi yang cukup banyak karena usahanya berada di pinggiran Jalan Monginsidi. Dan hal itu tentunya memberikan keuntungan lebih pada usahanya. Sedangkan TB pemilik usaha warung makan AB sendiri mengaku merasakan hal yang biasa-biasa saja dari adanya *event* tersebut, karena lokasi usahanya berada di tengah perkampungan namun hal tersebut juga tidak menurunkan hasil usahanya karena *label brand* usahanya yang sudah terkenal. Menurut penuturan dari beberapa konsumen dari Warung Makan AB mengaku bahwa mereka mengetahui Warung Makan AB dari rekomendasi teman-temannya. Selain harga murah, menu yang beragam dan *fresh* menjadikan Warung Makan AB memiliki ruang tersendiri bagi beberapa konsumen yang telah diwawancarai.

Lain hal dengan *key-informan* yang ketiga, pemilik warung HB menjelaskan bahwa ia juga turut ikut serta berpartisipasi terhadap kegiatan *event* tersebut, namun HB mengaku tidak berjualan dengan menu seperti biasanya tetapi ia berjualan bubur dan minuman *cheese tea*.

Ia mengaku bahwa pada *event* yang pertama usahanya laku, namun ketika *event* Monginsidi yang kedua ia tidak mendapatkan keuntungan yang cukup.

“ Kalau yang pertama dulu rame, yang kemarin (*event* Monginsidi yang kedua) itu hari pertama sepi ramainya hari kedua, sama aja cuma banyak orang tok.” HB

Menurut HB sendiri, beliau kecewa dengan kegiatan *event* yang kedua tersebut karena tidak mendapatkan keadilan penuh. Menurutnya *event* tersebut pada mulanya adalah kegiatan yang diprioritaskan bagi warga Monginsidi, namun dengan adanya *tenant* yang membayar Rp 500.000 dengan kelebihan bisa memilih lokasi lapak yang strategis sendiri membuat lokasi usahanya yang berada di lokasi yang tidak strategis membuatnya tidak mendapatkan keuntungan yang cukup. Yang berarti bahwa dalam fenomena tersebut terjadi pergeseran tujuan awal dari adanya *event* tersebut.

#### [2] Tukang Parkir

Selain melalui *event* Monginsidi, usaha lokasi warung makan HP yang lebih strategis ini berada di jalan utama Jalan Monginsidi, juga memiliki dampak terhadap tukang parkir namun dampak tidak dirasakan karena sudah bukan tanggung jawabnya lagi. Karena ketika konsumen yang membawa kendaraan yang akan ingin membeli makanan di usahanya akan selalu parkir didepan lokasi usahanya, sehingga dengan begitu si konsumen akan membayar retribusi parkir

kepada tukang parkir dan tentunya tukang parkir tersebut juga merasa diuntungkan.

#### FINANSIAL

Aspek finansial ialah yang berkaitan dengan keuangan yang berada dalam usaha tersebut. Aspek ini terbagi menjadi 3 hal yaitu modal untuk berusaha, biaya-biaya yang dikeluarkan oleh pengusaha, dan keuntungan atau laba usaha. Menurut Ngadi (2016) pendapatan dan sumber mata pencaharian adalah hal penting dalam memenuhi kebutuhan dalam kehidupan suatu rumah tangga. Hal ini terlihat pada hasil penelitian ini mengenai finansial. Dalam modal usaha sendiri HP dalam modal usaha untuk berjualan mencari bahan-bahan dipasar ialah Rp 500.000. Pada modal TB dalam berusaha untuk sehari-harinya ialah Rp 650.000. Sedangkan HB memiliki modal belanja persediaan untuk berjualan setiap hari sebesar Rp 400.000-Rp 450.000. Semua modal *key-informan* bergantung dengan ada atau tidaknya pesanan yang diterima, selain itu juga bergantung dengan harga bahan-bahan yang naik karena mengalami kelangkaan.

**Tabel 2.** Biaya-biaya Pengeluaran *Key-informan*.

Biaya-biaya yang di keluarkan per bulan	Informan 1	Informan 2	Informan 3
Biaya Listrik	Rp 400.000	Rp 2.200.000	Rp 500.000
Gaji Pegawai	Rp 1.500.000	Rp 9.750.000	Rp 900.000
Biaya Kebersihan	Rp 35.000	Rp 35.000	Rp 35.000
Biaya Pembelian Gas	Rp 1.200.000	Rp 2.600.000	Rp 600.000
Biaya Pembelian Air Galon	Rp 480.000	Rp 360.000	Rp -
<b>TOTAL</b>	<b>Rp 3.615.000</b>	<b>Rp 14.945.000</b>	<b>Rp 2.035.000</b>

Sumber : Hasil Wawancara

Menurut Masengi (2014) menjelaskan bahwa pemilik rumah makan yang ditelitinya dalam pengeluaran biaya listrik da air dapat berubah-ubah setiap bulannya. Hal itu berarti sama dengan penelitian ini. Berdasarkan data diatas HP memiliki pengeluaran usaha per bulan yaitu biaya listrik sebesar Rp 400.000, listrik yg digunakan ialah listrik pulsa. Berbeda dengan TB, pengeluaran biaya listrik yang harus dibayarnya ialah Rp 2.200.000. Sedangkan HB sendiri perlu mengeluarkan biaya untuk listrik Rp 500.000. Biaya tersebut bergantung dengan ada tidaknya pesanan yang masuk.

Selanjutnya biaya yang dikeluarkan ialah biaya gaji pegawai karena HP hanya memiliki pegawai satu saja maka pengeluaran yang dikeluarkan ialah hanya Rp 1.500.000 per bulan. TB memiliki 5 pegawai untuk mengurus usahanya, upah yang diberikan kepada pegawainya diberikan per hari yaitu Rp 60.000-Rp 75.000 juga libur 4 hari dan sesuai dengan

tugas per pegawainya. HB sendiri sebetulnya memiliki 2 pegawai, namun 1 dari pegawainya ialah saudaranya sendiri jadi ia hanya menggaji 1 pegawai dengan nominal Rp 900.000.

Selain itu, biaya yang dikeluarkan ialah biaya gas. Untuk kebutuhan memasak, HP mengeluarkan biaya gas per bulan sebesar Rp 1.200.000, TB mengeluarkan biaya sebesar Rp 2.600.000 dan HB juga mengeluarkan biaya untuk gas per bulannya sebesar Rp600.000.

Dalam biaya air minum, menurut Abadi M. F.(2018) bahwa faktor ekonomi mempengaruhi akses masyarakat terhadap air bersih. Hal ini membuat dalam biaya air minum (51 galon) HP mengeluarkan biaya per bulannya Rp 480.000. Sedangkan TB harus mengeluarkan biaya Rp 360.000 untuk biaya air minum per bulannya. HP tidak mengeluarkan biaya sekali karena ia tidak menggunakan air minum galon tetapi menggunakan air sumur yang dimasak untuk menjadi air minum.

**Tabel 3.** Keuntungan Key-Informan.

Keuntungan yang diperoleh	Informan 1	Informan 2	Informan 3
Keuntungan kotor per hari	Rp 1.000.000	Rp 2.000.000	Rp 500.000
Keuntungan kotor per bulan	Rp 30.000.000	Rp 60.000.000	Rp 15.000.000
Keuntungan bersih per bulan	Rp 25.885.000	Rp 44.605.000	Rp 12.515.000

Sumber: Hasil wawancara

Berdasarkan dari data diatas usaha dapat kita ketahui bahwa keuntungan bersih per bulan yang didapat oleh HP ialah Rp 25.885.000, TB Rp44.605.000, dan HB Rp 12.515.000. Namun dari keuntungan tersebut ialah keuntungan per bulannya. Keuntungan tidak terhitung apabila para key-informan mendapatkan pesanan dari konsumen sewaktu-waktu.

## SIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa warung makan yang sudah memiliki *brand* akan terus diminati oleh para konsumen. Dengan adanya *brand* pada suatu usaha akan sangat memperluas jangkauan pasar pada suatu usaha. Dalam segi sumber daya manusia, pemilik warung makan yang memiliki suatu keahlian khusus atau berlatar belakang pendidikan memasak belum tentu menjadikan warung makannya dapat menyaingi warung makan yang sudah memiliki *brand*. Pada segi sumber daya alam bahan baku yang digunakan warung

makan di Jalan Monginsidi relatif sama namun hanya warung makan yang sudah memiliki *branding* tetap unggul dari warung makan yang lainnya. Begitu pula dengan modal fisik warung makan di Jalan Monginsidi rata-rata memiliki pengeluaran, pemasukan, dan modal awal usaha digunakan untuk hal yang sama. Dalam modal fisik pemilihan letak lokasi yang strategis pada warung makan tidak membuat warung makan tersebut lebih unggul daripada warung makan yang berlokasi tidak strategis namun memiliki *branding*. Dalam segi sosial dengan diadakannya *event* Monginsidi yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian di daerah tersebut ada atau tidaknya *event* tersebut membuat warung makan yang sudah memiliki *branding* akan selalu tetap lebih unggul dan laris pembeli. Selain itu, harga yang dipatok pada warung makan tersebut cukup terjangkau; kualitas yang dihasilkan dari awal berdirinya usaha sampai saat ini tidak berubah; serta pendiri warung makan pertama kali tersebut merupakan warung makan yang berdiri pertama kalinya diantara warung makan lainnya sehingga hal ini dikenal oleh kebanyakan masyarakat atau sudah memiliki *branding* sendiri oleh para masyarakat.

Dalam hal ini, meskipun *event* Monginsidi ialah *event* yang didukung oleh pemerintah dan sangat bermanfaat terutama untuk memperkenalkan, mengembangkan dan meningkatkan kreatifitas, inovasi dan pendapatan usaha UMKM yang baru saja memulai usahanya maupun yang sudah berdiri cukup lama baik yang sudah dikenal masyarakat maupun belum. Sebaiknya dalam pengadaan *event* Monginsidi dikelola secara lebih baik, lebih teratur dan lebih transparan, baik secara internal yaitu oleh para panitia penyelenggara maupun secara eksternal dari pihak UMKM dan pemerintah yang ikut andil berpartisipasi terhadap *event* Monginsidi agar dapat

lebditerima dan tidak menimbulkan hal-hal yang merugikan bagi masyarakat sekitar kawasan Jalan Monginsidi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, M. F. 2018. Interaksi Komponen *Sustainable Livelihood* Memengaruhi Pilihan Penggunaan Air Bersih Pada Komunitas Urban di Kawasan Permukiman Kumuh. *Bali Medika Jurnal*, Vol 5 no 1.
- Alyas, M. Rakib. 2017. Strategi Pengembangan UMKM dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros). *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yayasan Pendidikan Ujung Pandang Universitas Negeri Makassar*, vol 19, no 2.
- Ananda, A. D., D. Susilowati. 2017. Pengembangan UMKM Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang?. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, vol X, hal 120- 142.
- Anwar, J. Sakaria. 2013. Strategi Nafkah (Livelihood) Masyarakat Pesisir Berbasis Modal Sosial. *SOCIUS*, vol XIII.
- Ariani, M. N. Utomo. 2017. Kajian Strategi Pengembangan UMKM DI Kota Tarakan. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, vol 13, no 2.
- Azzahra, F., A. H. Dharmawan. 2015. Pengaruh *Livelihood Assets* Terhadap Resiliensi Nafkah Rumah Tangga Petani Pada Saat Banjir di Desa Sukabakti Kecamatan Tambelang Kabupaten Bekasi. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 1-9.
- Chambers, Robert. *Poverty and Livelihoods: Whose Reality Counts? Uner Kirdar dan Leonard Silk (eds.), People: From Impoverishment to Empowerment*. New York: New York University Press. 1995.

- Hanggita, A.T. 2018. Analisis Faktor Pemilihan Lokasi Usaha Jasa pada UMKM di Kecamatan Paciran. *Department of Management FEB UMM*, vol 8,no.02.
- Hannekam, S., Bennett, D. 2017, *Creative Industries work across multiple contexts: common themes and challenges. Personel Review*, vol 46, no 1, hal 68-85.
- Hindrayani, Aniek. 2010. *Manajemen Operasi*. Yogyakarta . Pohon Cayaha.
- Hubeis, M., B. Purwanto, F. R. Dewi, H. Widyastuti, M. Febtyanisa, 2015, Strategi Pengembangan UMKM Pangan yang Berdaya Saing di Indonesia. *Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Manajemen*.
- Kartika, M., Handarmin. 2018. Pemetaan Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol 7, no 1.
- Masengi, Grace. 2014. Analisis Keuntungan Usaha Rumah Makan El-Shadai di Kawasan Wisata Kuliner Wakeke Manado. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. Universitas Sam Ratulangi, Fakultas Pertanian. Manado.
- Ngadi. 2016. Diversifikasi Mata Pencaharian dan Pendapatan Rumah Tangga di Kawasan Pesisir Kabupaten Wakatobi Sulawesi Tenggara. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia. J. Sosek KP, Vol.11 No.2
- Oktalina S. N., S. A. Awang, S. Hartono, P. Suryanto. 2015. Pemetaan Aset Penghidupan Petani dalam Mengelola Hutan Rakyat di Kabupaten Gunung Kidul. *Jurnal Manusia & Lingkungan*, vol 23, no 1.
- Putra, A.H. 2016. Peran UMKM dalam Pembangunan dan Kesejahteraan Masyarakat Kabupaten Blora'. *Jurnal Analisa Sosiologi*.
- Rahyuningsih, Y. 2017. Dampak Keberadaan Industri Semen Terhadap Sistem Mata Pencaharian (Livelihood System) Nelayan Bayah. *Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah Provinsi Banten*.
- Rathan, Wijayanti, M. R. 2016. Strategi Penghidupan Berkelanjutan Masyarakat Berbasis Aset di SUB DAS Pudur, DAS Bengawan Solo. *Jurnal Wilayah dan Lingkungan*, 133-152.
- Saragih, J. F. 2008. Alokasi Waktu Kerja Petani Holtikultura Pinggiran Kota (Studi Kasus di Kelurahan Sumberjaya Kota Pematangsiantar. ISSN 0853-0203.
- Suci, A. 2017. *Import Performance Analysis Pelaku Usaha UMKM Sektor Kuliner di Pekanbaru*. *Jurnal Ilmu Komputer & Bisnis*.
- Wijayanti R., M. Baiquni, R. Harini. 2016. Strategi Penghidupan Berkelanjutan Masyarakat Berbasis Aset di Sub DAS Pudur, DAS Bengawan Solo. *Jurnal Wilayah dan Lingkungan*. Vol. 4, No.2. 2 Agustus. 133-152