



Strategi Optimalisasi Potensi UMKM Makanan di Kabupaten Garut Menggunakan Kepner-Tregoe *Problem Solving and Decision Analysis*

**Soni Prayogi^{1*}, Muhammad Abdillah², Nita Indriani Pertiwi³, Resista Vikaliana⁴,
Yelita Anggiane Iskandar⁵, Iwan Sukarno⁶, Adji Candra Kurniawan⁷,
Muhammad Zaki Almuzakki⁸, Ade Irawan⁹, Hari Nugroho¹⁰, Nanda Ruswandi¹¹**

^{1, 2, 3} Fakultas Teknologi Industri, Program Studi Teknik Elektro, Universitas Pertamina, Jakarta, Indonesia

^{4, 5, 6} Fakultas Teknologi Industri, Program Studi Teknik Logistik, Universitas Pertamina, Jakarta, Indonesia

^{8, 9} Fakultas Sains dan Ilmu Komputer, Program Studi Ilmu Komputer, Universitas Pertamina, Jakarta, Indonesia

^{7, 10, 11} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Ekonomi, Universitas Pertamina, Jakarta, Indonesia

*Corresponding author: soni.prayogi@universitas.pertamina.ac.id

Received 12-05-2026

Revised 17-05-2026

Published 24-06-2026

ABSTRAK

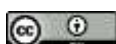
UMKM makanan di Kabupaten Garut memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah, namun masih menghadapi berbagai kendala seperti rendahnya kapasitas pemasaran digital, pengelolaan usaha yang belum optimal, dan keterbatasan pengambilan keputusan strategis. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan meningkatkan kemampuan pelaku UMKM makanan melalui penerapan metode *Kepner-Tregoe Problem Solving and Decision Analysis* dalam mengidentifikasi masalah dan menentukan solusi prioritas usaha. Metode pelaksanaan meliputi observasi, sosialisasi, pelatihan, pendampingan, serta evaluasi terhadap 25 pelaku UMKM makanan di Kabupaten Garut. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai analisis masalah dan pengambilan keputusan sebesar 82% berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test*. Selain itu, pelaku UMKM mampu menyusun prioritas strategi pengembangan usaha berbasis analisis risiko dan peluang secara sistematis. Pendekatan Kepner-Tregoe terbukti efektif dalam membantu UMKM meningkatkan kemampuan manajerial dan perencanaan bisnis secara lebih terstruktur sehingga berpotensi meningkatkan daya saing usaha di era digital.

Kata kunci: UMKM makanan; Kepner-Tregoe; pengambilan keputusan; strategi usaha; Kabupaten Garut.

ABSTRACT

Food MSMEs in Garut Regency have significant potential to support regional economic growth, yet they still face various challenges such as limited digital marketing capabilities, suboptimal business management, and weak strategic decision-making processes. This community service activity aimed to improve the capabilities of food MSME actors through the implementation of the Kepner-Tregoe Problem Solving and Decision Analysis method in identifying problems and determining business priorities. The implementation methods included observation, socialization, training, mentoring, and evaluation involving 25 food MSME actors in Garut Regency. The results showed an 82% increase in participants' understanding of problem analysis and decision-making based on pre-test and post-test evaluations. Furthermore, MSME actors were able to formulate business development strategies systematically based on risk and opportunity analysis. The Kepner-Tregoe approach proved effective in improving managerial capabilities and structured business planning, thereby enhancing business competitiveness in the digital era.

Keywords: food MSMEs; Kepner-Tregoe; decision analysis; business strategy; Garut Regency.



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM juga berperan penting dalam menjaga stabilitas ekonomi daerah melalui pengembangan potensi lokal dan pemberdayaan masyarakat berbasis kewirausahaan (Tambunan, 2019). Di Kabupaten Garut, sektor UMKM makanan berkembang cukup pesat karena didukung oleh ketersediaan sumber daya lokal, keberagaman produk kuliner khas daerah, serta tingginya minat masyarakat terhadap produk makanan tradisional. Produk seperti dodol Garut, keripik kulit, olahan susu, dan makanan khas lainnya menjadi potensi ekonomi yang mampu meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. Perkembangan teknologi digital saat ini juga memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk memperluas pasar melalui pemasaran berbasis digital. Digital marketing memungkinkan pelaku usaha menjangkau konsumen secara lebih luas dengan biaya yang relatif rendah dibandingkan pemasaran konvensional (Sulaksono, 2020). Namun demikian, sebagian besar pelaku UMKM makanan di Kabupaten Garut masih menghadapi berbagai kendala dalam pengembangan usaha. Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan pelaku usaha, ditemukan bahwa kemampuan manajemen usaha, pengelolaan pemasaran digital, serta pengambilan keputusan strategis masih tergolong rendah.

Permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM makanan meliputi keterbatasan kemampuan dalam mengidentifikasi masalah usaha, rendahnya pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi, pengelolaan produksi yang belum optimal, serta lemahnya kemampuan dalam menentukan prioritas pengembangan usaha. Banyak pelaku UMKM masih menjalankan usaha berdasarkan pengalaman pribadi dan intuisi tanpa menggunakan pendekatan analisis yang sistematis dalam pengambilan keputusan bisnis. Kondisi tersebut menyebabkan strategi usaha yang diterapkan sering kali kurang efektif dan berdampak pada rendahnya daya saing produk lokal di pasar yang semakin kompetitif (Sedyastuti, 2018). Selain itu, rendahnya literasi digital juga menjadi salah satu hambatan dalam pengembangan UMKM di era transformasi digital. Pelaku UMKM yang belum mampu memanfaatkan teknologi secara optimal cenderung mengalami kesulitan dalam meningkatkan pemasaran, memperluas jaringan konsumen, dan mempertahankan keberlangsungan usaha (Aribawa, 2016). Oleh karena itu, diperlukan suatu pendekatan yang mampu membantu pelaku UMKM dalam menyelesaikan masalah usaha secara sistematis dan rasional sehingga keputusan yang diambil menjadi lebih efektif dan terukur.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk membantu menyelesaikan permasalahan tersebut adalah *Kepner-Tregoe Problem Solving and Decision Analysis*. Metode *Kepner-Tregoe Problem Solving and Decision Analysis* merupakan pendekatan manajemen yang digunakan untuk mengidentifikasi akar masalah, menentukan alternatif solusi, serta memilih keputusan terbaik berdasarkan analisis prioritas dan risiko (Kepner & Tregoe, 2013). Metode *Kepner-Tregoe Problem Solving and Decision*

Analysis dinilai relevan untuk diterapkan pada UMKM karena mampu membantu pelaku usaha dalam memahami permasalahan bisnis secara lebih terstruktur dan objektif. Berdasarkan analisis situasi tersebut, permasalahan prioritas dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah rendahnya kemampuan pelaku UMKM makanan di Kabupaten Garut dalam melakukan analisis masalah dan pengambilan keputusan strategis untuk pengembangan usaha. Permasalahan ini bersifat spesifik dan konkret karena secara langsung memengaruhi efektivitas strategi pemasaran, pengelolaan usaha, dan kemampuan UMKM dalam menghadapi persaingan pasar.

Sebagai solusi atas permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian masyarakat ini menawarkan pelatihan dan pendampingan penerapan metode Kepner-Tregoe Problem Solving and Decision Analysis kepada pelaku UMKM makanan di Kabupaten Garut. Kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu observasi, sosialisasi, pelatihan, simulasi kasus, pendampingan, dan evaluasi hasil kegiatan. Pada tahap pelatihan, peserta diberikan pemahaman mengenai *Problem Analysis*, *Decision Analysis*, *Potential Problem Analysis*, dan *Potential Opportunity Analysis* sebagai dasar dalam menyusun strategi pengembangan usaha. Partisipasi mitra dalam kegiatan ini dilakukan secara aktif melalui keterlibatan langsung pada setiap tahapan kegiatan. Mitra berperan dalam memberikan informasi mengenai kondisi usaha, mengikuti pelatihan dan diskusi, melakukan simulasi penyelesaian masalah, serta menyusun strategi pengembangan usaha berdasarkan hasil pendampingan. Dengan adanya keterlibatan aktif dari mitra, diharapkan pelaku UMKM mampu meningkatkan kemampuan manajerial dan menerapkan metode pengambilan keputusan secara mandiri dan berkelanjutan. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan pelaku UMKM makanan di Kabupaten Garut mampu meningkatkan kemampuan analisis masalah, menentukan keputusan strategis secara sistematis, serta meningkatkan daya saing usaha melalui penerapan metode manajemen yang efektif dan berbasis analisis rasional.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada kelompok UMKM makanan di Kabupaten Garut dengan tujuan meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam menyelesaikan permasalahan bisnis dan menentukan keputusan strategis menggunakan metode *Kepner-Tregoe Problem Solving and Decision Analysis* seperti terlihat pada Gambar 1. Metode pelaksanaan kegiatan dirancang secara partisipatif melalui pendekatan pendidikan masyarakat, pelatihan, difusi ipteks, dan pendampingan usaha agar solusi yang diberikan dapat diterapkan secara berkelanjutan oleh mitra. Metode pendidikan masyarakat dilakukan melalui kegiatan sosialisasi dan penyuluhan kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya pengelolaan usaha berbasis analisis dan pengambilan keputusan strategis. Penyuluhan bertujuan meningkatkan pemahaman peserta terhadap pentingnya kemampuan manajerial, pemasaran digital, dan strategi penyelesaian masalah usaha di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Menurut Sulaksono (2020), peningkatan literasi

manajemen dan pemasaran digital merupakan salah satu faktor penting dalam mendukung keberlanjutan UMKM di era digital.



Gambar 1. Metode *Kepner-Tregoe Problem Solving and Decision Analysis*

Tahapan awal kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara kepada pelaku UMKM makanan untuk mengidentifikasi kondisi usaha dan permasalahan utama yang dihadapi mitra. Observasi dilakukan secara langsung pada proses produksi, pemasaran, dan pengelolaan usaha. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam menentukan prioritas pengembangan usaha, pengelolaan pemasaran digital, serta pengambilan keputusan berbasis analisis risiko. Menurut Tambunan (2019), keterbatasan kemampuan manajerial dan rendahnya adaptasi teknologi merupakan hambatan utama dalam pengembangan UMKM di Indonesia. Setelah proses observasi, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan penerapan metode *Kepner-Tregoe Problem Solving and Decision Analysis*. Metode pelatihan dilakukan melalui ceramah, diskusi kelompok, studi kasus, simulasi permasalahan usaha, dan demonstrasi penyelesaian masalah secara sistematis. Pelatihan ini bertujuan meningkatkan keterampilan peserta dalam melakukan identifikasi akar masalah (*problem analysis*), menentukan alternatif keputusan (*decision analysis*), menganalisis potensi risiko (*potential problem analysis*), dan mengidentifikasi peluang pengembangan usaha (*potential opportunity analysis*). Kepner dan Tregoe (2013) menjelaskan bahwa pendekatan analisis keputusan yang sistematis mampu membantu organisasi maupun individu dalam menghasilkan keputusan yang lebih efektif dan terukur.

Selain pelatihan, kegiatan pengabdian juga menggunakan metode difusi ipteks melalui penerapan teknik analisis keputusan pada studi kasus UMKM makanan di Kabupaten Garut. Peserta diberikan contoh penerapan metode Kepner-Tregoe pada permasalahan nyata seperti penentuan strategi pemasaran digital, pengelolaan stok produk, dan inovasi produk makanan. Pendekatan ini dilakukan agar peserta mampu memahami penerapan metode secara praktis sesuai kondisi usaha masing-masing. Menurut Aribawa (2016), penerapan teknologi dan pendekatan manajemen modern pada UMKM dapat meningkatkan daya saing usaha serta memperluas akses pasar.

Tahapan selanjutnya adalah pendampingan atau advokasi kepada pelaku UMKM dalam menerapkan hasil pelatihan pada usaha mereka. Pendampingan dilakukan secara langsung melalui konsultasi dan monitoring terhadap implementasi strategi usaha yang telah disusun peserta. Pada tahap ini, tim pengabdian berperan sebagai fasilitator dan mediator dalam membantu peserta menyelesaikan kendala yang dihadapi selama proses implementasi strategi usaha. Pendampingan dilakukan secara berkala untuk memastikan solusi yang diberikan dapat diterapkan secara optimal dan berkelanjutan.

Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan metode *pre-test* dan *post-test* untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap materi pelatihan dan penerapan metode Kepner-Tregoe. Selain itu, evaluasi juga dilakukan melalui observasi terhadap kemampuan peserta dalam menyusun strategi usaha berbasis analisis masalah dan pengambilan keputusan. Hasil evaluasi digunakan sebagai indikator keberhasilan kegiatan pengabdian masyarakat. Pelaksanaan kegiatan melibatkan partisipasi aktif mitra pada setiap tahapan program. Mitra berperan dalam memberikan informasi mengenai kondisi usaha, mengikuti pelatihan dan simulasi, serta menerapkan strategi usaha yang telah disusun berdasarkan hasil analisis keputusan. Keterlibatan aktif mitra diharapkan mampu meningkatkan efektivitas program dan mendukung keberlanjutan penerapan metode *Kepner-Tregoe* dalam pengembangan UMKM makanan di Kabupaten Garut.

HASIL KEGIATAN

Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai strategi optimalisasi potensi UMKM makanan di Kabupaten Garut menggunakan metode *Kepner-Tregoe Problem Solving and Decision Analysis* dilaksanakan oleh Tim PKM Universitas Pertamina kepada 25 pelaku UMKM makanan yang bergerak pada bidang makanan olahan tradisional dan kuliner rumahan. Kegiatan meliputi observasi awal, sosialisasi, pelatihan, simulasi studi kasus, pendampingan usaha, dan evaluasi hasil kegiatan. Seluruh tahapan kegiatan berjalan dengan baik dan mendapatkan respons positif dari peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kemampuan peserta dalam mengidentifikasi masalah usaha serta menentukan keputusan strategis secara sistematis. Menurut Kepner dan Tregoe (2013), pendekatan analisis keputusan yang terstruktur mampu meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan dalam organisasi maupun usaha kecil. Penerapan metode tersebut pada UMKM makanan di Kabupaten Garut memberikan dampak positif terhadap kemampuan peserta dalam menentukan strategi pengembangan usaha yang lebih terukur.

Hasil Observasi dan Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil observasi awal dan wawancara dengan peserta, ditemukan beberapa permasalahan utama yang dihadapi pelaku UMKM makanan sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Permasalahan tersebut meliputi

keterbatasan pemasaran digital, pengelolaan usaha yang belum optimal, serta rendahnya kemampuan dalam melakukan analisis keputusan usaha.

Tabel 1. Hasil Identifikasi Permasalahan UMKM Makanan di Kabupaten Garut

No	Permasalahan Utama	Persentase Mitra
1	Keterbatasan pemasaran digital	84%
2	Pengambilan keputusan usaha belum sistematis	80%
3	Pengelolaan produksi dan stok belum optimal	72%
4	Kurangnya inovasi produk	64%
5	Rendahnya kemampuan analisis risiko usaha	76%

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM masih menjalankan usaha secara konvensional dan belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Kondisi ini sejalan dengan penelitian Aribawa (2016) yang menyatakan bahwa rendahnya literasi digital menjadi salah satu faktor penghambat perkembangan UMKM di Indonesia.

Pelaksanaan Pelatihan dan Pendampingan

Pelatihan dilaksanakan menggunakan metode ceramah, diskusi kelompok, studi kasus, dan simulasi penerapan metode *Kepner-Tregoe*. Peserta diberikan pemahaman mengenai tahapan *Problem Analysis*, *Decision Analysis*, *Potential Problem Analysis*, dan *Potential Opportunity Analysis* untuk membantu menyelesaikan permasalahan usaha secara sistematis.



Gambar 2. Kegiatan pelatihan dan pendampingan UMKM makanan di Kabupaten Garut.

Pada tahap simulasi, peserta diminta menyusun alternatif solusi terhadap permasalahan usaha yang mereka hadapi. Sebagian besar peserta memilih strategi pemasaran digital melalui media sosial dan *marketplace* sebagai prioritas utama pengembangan usaha. Menurut Sulaksono (2020), penerapan digital marketing mampu meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar UMKM secara signifikan.

Hasil Evaluasi Pemahaman Peserta

Evaluasi kegiatan dilakukan menggunakan metode pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman peserta terhadap materi pelatihan dan penerapan

metode *Kepner-Tregoe*. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan pelatihan dan pendampingan.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Pemahaman Peserta

Indikator Penilaian	Pre-Test	Post-Test
Pemahaman identifikasi masalah	55%	88%
Kemampuan pengambilan keputusan	50%	84%
Pemahaman strategi pemasaran	58%	87%
Kemampuan analisis risiko usaha	48%	82%
Pemanfaatan digital marketing	52%	86%

Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan rata-rata pemahaman peserta sebesar 32%. Peningkatan ini menunjukkan bahwa metode *Kepner-Tregoe* efektif dalam meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam menganalisis masalah dan menentukan keputusan strategis usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian Sedyastuti (2018) yang menyatakan bahwa peningkatan kapasitas manajerial menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Implementasi Strategi Pengembangan Usaha



Gambar 3. Implementasi strategi pemasaran digital dan inovasi produk UMKM makanan.

Setelah pelatihan dan pendampingan, peserta mulai menerapkan hasil analisis keputusan pada usaha masing-masing. Implementasi strategi yang dilakukan meliputi penggunaan media sosial untuk promosi produk, perbaikan desain kemasan, pengelolaan stok produk yang lebih terencana, serta inovasi produk makanan berdasarkan kebutuhan pasar.

Selain itu, peserta juga mulai menerapkan analisis risiko dalam pengambilan keputusan usaha. Pendekatan tersebut membantu pelaku UMKM dalam menentukan prioritas pengembangan usaha secara lebih rasional dan terukur. Menurut Kotler dan Keller (2016), kemampuan analisis pasar dan pengambilan keputusan strategis merupakan faktor penting dalam meningkatkan keberhasilan usaha di tengah persaingan pasar.

Respons dan Partisipasi Mitra

Partisipasi mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat tergolong sangat baik. Peserta aktif mengikuti seluruh tahapan kegiatan mulai dari sosialisasi hingga

pendampingan usaha. Berdasarkan hasil kuesioner kepuasan peserta, sebanyak 92% peserta menyatakan bahwa pelatihan sangat bermanfaat dan sesuai dengan kebutuhan usaha mereka.

Tabel 3. Hasil Kuesioner Kepuasan Peserta

Aspek Penilaian	Persentase Kepuasan
Kesesuaian materi pelatihan	94%
Penyampaian materi	90%
Pendampingan usaha	92%
Manfaat kegiatan bagi usaha	95%
Keberlanjutan program	89%



Gambar 3. Dokumentasi kegiatan pengabdian masyarakat bersama pelaku UMKM makanan.

Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa penerapan metode *Kepner-Tregoe Problem Solving and Decision Analysis* mampu membantu pelaku UMKM makanan dalam meningkatkan kemampuan identifikasi masalah dan pengambilan keputusan usaha secara sistematis. Sebelum kegiatan dilaksanakan, sebagian besar peserta masih menggunakan pendekatan intuitif dalam menjalankan usaha sehingga strategi yang diterapkan kurang efektif. Setelah mengikuti pelatihan dan pendampingan, peserta mulai memahami pentingnya analisis masalah dan prioritas keputusan dalam pengembangan usaha.

Peningkatan pemahaman peserta terhadap pemasaran digital juga menjadi salah satu indikator keberhasilan program. Sebagian besar peserta mulai memanfaatkan media sosial dan *marketplace* sebagai sarana promosi produk untuk memperluas pasar. Temuan ini sesuai dengan penelitian Narto dan HM (2020) yang menyatakan bahwa strategi pemasaran digital mampu meningkatkan daya saing UMKM di tengah persaingan bisnis modern. Faktor pendukung keberhasilan program meliputi tingginya antusiasme peserta, dukungan pemerintah daerah, dan relevansi materi pelatihan dengan kebutuhan UMKM makanan di Kabupaten Garut. Adapun faktor penghambat kegiatan adalah keterbatasan kemampuan digital sebagian peserta dan waktu pendampingan yang relatif singkat. Secara umum, kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil meningkatkan kapasitas pelaku UMKM makanan dalam pengambilan keputusan usaha berbasis analisis sistematis. Program ini diharapkan

dapat menjadi model pengembangan UMKM berbasis peningkatan kapasitas manajerial dan strategi bisnis yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat mengenai strategi optimalisasi potensi UMKM makanan di Kabupaten Garut menggunakan metode *Kepner-Tregoe Problem Solving and Decision Analysis* berhasil meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengidentifikasi masalah usaha dan mengambil keputusan strategis secara sistematis. Berdasarkan hasil pelatihan, pendampingan, serta evaluasi melalui pre-test dan post-test, terjadi peningkatan pemahaman peserta terhadap analisis masalah, strategi pemasaran digital, dan pengelolaan risiko usaha. Peserta juga mampu menerapkan hasil pelatihan dalam bentuk pengembangan strategi pemasaran digital, inovasi produk, serta pengelolaan usaha yang lebih terstruktur.

Penerapan metode *Kepner-Tregoe* terbukti efektif dalam membantu pelaku UMKM menentukan prioritas pengembangan usaha berdasarkan analisis risiko dan peluang secara rasional. Selain meningkatkan kemampuan manajerial peserta, kegiatan ini juga mendorong peningkatan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya pemanfaatan teknologi digital dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk lokal. Tingginya partisipasi dan antusiasme mitra selama kegiatan menjadi faktor pendukung utama keberhasilan program pengabdian masyarakat ini. Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaan kegiatan, terutama terkait keterbatasan kemampuan digital sebagian peserta dan waktu pendampingan yang relatif singkat. Oleh karena itu, kegiatan lanjutan perlu dilakukan secara berkelanjutan melalui pelatihan pemasaran digital, pengelolaan keuangan usaha, serta pendampingan intensif agar implementasi strategi pengembangan usaha dapat berjalan lebih optimal dan memberikan dampak jangka panjang terhadap peningkatan kapasitas dan daya saing UMKM makanan di Kabupaten Garut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Universitas Pertamina, melalui Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat atas hibah pengabdian masyarakat UPERAISAL 2025.

DAFTAR PUSTAKA

- Aribawa, D. (2016). Pengaruh literasi digital terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Indonesia. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art1>.
- Ariwibowo, P., & Nugroho, A. (2021). Strategi pengembangan UMKM berbasis digital marketing pada era new normal. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 9(2), 112–121. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i2.5678>

- Handayani, T., & Nuraini, L. (2022). Pendampingan manajemen usaha dan pemasaran digital bagi UMKM makanan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(1), 45–53. <https://doi.org/10.52436/jpmi.v3i1.221>
- Hidayat, R., & Prasetyo, A. (2020). Analisis pengambilan keputusan strategis pada UMKM berbasis metode manajemen modern. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 233–245. <https://doi.org/10.38043/jmb.v17i3.2541>
- Kepner, C. H., & Tregoe, B. B. (2013). *The new rational manager: An updated edition for a new world*. Princeton Research Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, D., & Fauziah, N. (2021). Peningkatan daya saing UMKM melalui optimalisasi strategi pemasaran digital. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 2(2), 88–99. <https://doi.org/10.55927/jebd.v2i2.782>
- Narto, N., & HM, G. B. (2020). Penguatan strategi pemasaran pudak di tengah pandemi Covid-19 untuk meningkatkan keunggulan bersaing usaha mikro kecil menengah Kota Gresik. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 6(1), 48–54. <https://doi.org/10.30656/intech.v6i1.2195>
- Prasetyo, P. E. (2020). Peran usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam kebijakan penanggulangan kemiskinan dan pengangguran. *AKMENIKA*, 8(1), 1–13.
- Putri, A. R., & Santoso, H. (2023). Implementasi digital marketing dalam meningkatkan penjualan produk UMKM makanan lokal. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri*, 9(1), 15–24. <https://doi.org/10.36040/jtmi.v9i1.5432>
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Setiawan, I., & Maulida, F. (2022). Pelatihan pengambilan keputusan usaha berbasis analisis risiko pada pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat*, 6(2), 101–110. <https://doi.org/10.30595/jppm.v6i2.11876>
- Sulaksono, J. (2020). Peranan digital marketing bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) Desa Tales Kabupaten Kediri. *Generation Journal*, 4(1), 41–47. <https://doi.org/10.29407/gj.v4i1.13906>
- Suryana. (2017). *Kewirausahaan: Pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses*. Salemba Empat.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan tantangan*. Ghalia Indonesia.
- Wibowo, A., & Supriadi, D. (2021). Pendampingan strategi pemasaran digital bagi UMKM di masa pandemi. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(2), 88–96. <https://doi.org/10.20473/jpm.v4i2.27451>
- Yuliana, E., & Hidayatullah, S. (2021). Peningkatan kapasitas manajerial UMKM melalui pelatihan kewirausahaan berbasis teknologi digital. *Jurnal Abdimas BSI*, 4(3), 356–365. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v4i3.10432>