

## PERAN UMKM PEMBUATAN MAKANAN RINGAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP PENAMBAHAN PENDAPATAN EKONOMI MASYARAKAT DI KOTA BEKASI

Zahra Putri Fairuz<sup>1</sup>, Lyra Agusta Salsabila<sup>2</sup>, Syaquina Lailatul Zahra<sup>3</sup>,  
Ayuni<sup>4</sup>, Saridawati<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

<sup>1\*</sup>[fazahraptr@gmail.com](mailto:fazahraptr@gmail.com), <sup>2</sup>[lyraasalsabila@gmail.com](mailto:lyraasalsabila@gmail.com), <sup>3</sup>[syaqenazahra@gmail.com](mailto:syaqenazahra@gmail.com),  
<sup>4</sup>[ayuni63220@gmail.com](mailto:ayuni63220@gmail.com), <sup>5</sup>[saridawati.sti@bsi.ac.id](mailto:saridawati.sti@bsi.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam produksi camilan serta pengaruh inovasi produk terhadap peningkatan perekonomian masyarakat di Kota Bekasi. Metode yang diterapkan adalah kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara dan observasi langsung. Penelitian mengungkapkan bahwa UMKM berperan penting dalam mendorong perekonomian lokal. dengan menciptakan lapangan kerja dan memperkaya keragaman kuliner. Inovasi produk, termasuk pengembangan varian baru dan kemasan menarik, terbukti meningkatkan daya tarik pasar dan penjualan, dengan rata-rata peningkatan bulanan antara 30-50% setelah peluncuran produk baru. Penelitian yang dilakukan ini mampu mengidentifikasi sebagai rintangan yang harus dilalui UMKM, dalam hal ini adalah akses modal maupun persaingan pasar. Temuan ini menunjukkan pentingnya dukungan kebijakan untuk pengembangan UMKM guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

**Kata Kunci:** UMKM; inovasi produk; pendapatan ekonomi; makanan ringan; Kota Bekasi.

### Abstrak

*This research aims to analyze the role of Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) in making snacks and the impact of product innovation on improving the community economy in Bekasi City. The study utilizes a descriptive qualitative approach, gathering data via interviews and direct observation. Findings indicate that MSMEs play an important role in the local economy by generating employment and enhancing culinary diversity. Product innovation, including the development of new variants and attractive packaging, is proven to increase market appeal and sales, with an average monthly increase of between 30-50% after the launch of a new product. This research also identifies challenges faced by MSME, such as access to capital and market competition. These findings show the importance of policy support for the development of MSME to improve community welfare..*

**Keywords:** MSME; product innovation; economic income; snack; Bekasi City.

### Article History

Received: November 2024  
Reviewed: November 2024  
Published: November 2024

Plagiarism Checker No 234  
Prefix DOI : Prefix DOI :  
10.8734/Musytari.v1i2.365

**Copyright : Author**  
**Publish by : Musytari**



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

## PENDAHULUAN

UMKM dalam hal ini pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam menciptakan kesempatan kerja dan pengembangan wirausaha lokal. Di Kota Bekasi, UMKM bukan saja berkontribusi akan penyediaan kebutuhan masyarakat, namun ternyata mampu memberikan efek yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal melalui inovasi produk. Dengan meningkatnya persaingan di pasar, inovasi menjadi kunci bagi UMKM untuk tetap relevan dan menarik bagi konsumen. Sesuai dengan namanya, usaha mikro di Indonesia merupakan usaha kecil dan menengah. Ini mencakup berbagai bidang, dan meskipun kecil, namun memainkan posisi yang penting dalam perputaran ekonomi, dan juga menghasilkan kontribusi yang tidak bisa dipandang sebelah mata terhadap kondisi ekonomi Indonesia. Usaha mikro merupakan usaha produktif yang dimiliki secara pribadi oleh seseorang dan/atau entitas usaha tunggal yang sesuai dengan karakteristik bentuk mikro. Standar tersebut diatur dari pemerintah melalui undang-undang yang ada ini. Kriteria di atas berguna dalam mengidentifikasi usaha mikro. Perspektif khusus didasarkan pada perkembangannya. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran signifikan dalam perekonomian Indonesia. Pemerintah Indonesia juga meyakini kehadiran pelaku UMKM memiliki arti. Buktinya, UMKM bersama koperasi memiliki forum khusus bernomor yang bernaung di lingkup koperasi maupun usaha kecil menengah. Semakin besarnya perhatian yang ditujukan kepada pelaku.

UMKM merupakan bentuk dukungan pemerintah terhadap perekonomian rakyat skala kecil. Lebih lanjut, kehadiran usaha kecil diharapkan mampu merangsang dan memajukan perkembangan perekonomian masyarakat menengah ke bawah, yang dalam hal ini kehadiran usaha kecil diharapkan dapat menyerap lapangan kerja dari masyarakat sekitar dan memberikan banyak manfaat tambahan pendapatan. Kami berharap hal ini dapat membantu perekonomian masyarakat sekitar untuk berkembang dan memenuhi kebutuhan kritis masyarakat. Produk jajanan ringan yang dipasarkan kepada konsumen harus memiliki kualitas tinggi, terutama dalam hal bahan baku yang bersih dan bebas dari zat berbahaya, pengolahannya dengan teknik penggorengan atau pengemasan bertekanan suhu rendah, dan cara pengolahan produknya. Jajanan goreng tersebut kemudian dikemas dalam kemasan yang unggul dan menarik, memenuhi standar kemasan merek makanan ringan. Pemilik perusahaan makanan ringan ini merupakan seorang pengusaha yang senantiasa berinovasi menciptakan jenis makanan ringan yang memudahkan konsumen dalam menemukan dan membedakan produk tersebut. Maka dari itu, tidak menjadi persoalan jika produk yang ditawarkan sudah tersedia di pasar, yang terpenting adalah produk tersebut dipasarkan secara inovatif dan berbeda dari produk lain yang sudah ada. (Widiyanto, Satrianto, and Wibowo 2021)

## LANDASAN TEORI

### a. Definisi, Kriteria, dan Contoh UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah jenis usaha yang memegang peran penting dalam mendukung perekonomian sebuah negara, termasuk Indonesia. Penetapan definisi dan kriteria UMKM umumnya dilakukan oleh pemerintah dan dapat bervariasi antar negara.

Berikut adalah penjelasan mengenai definisi dan kriteria UMKM di Indonesia :

#### 1. Usaha Mikro

Usaha mikro merupakan jenis usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau badan usaha perseorangan yang sesuai dengan kriteria berikut:

- a) Memiliki total aset bersih hingga maksimal Rp 50.000.000 (lima puluh juta rupiah) di luar nilai tanah dan properti tempat dilakukannya usaha.
- b) Mendapatkan total penjualan periode tahunan tidak lebih dari Rp 300.000.000 (tiga ratus juta rupiah).

Sebagai contoh, jenis usaha perdagangan meliputi pedagang kaki lima, pelaku usaha di dalam pasar, penyedia jasa cukur rambut, warung makan, usaha tambal dan pengisian ban, toko kelontong maupun peternakan ayam.

## 2. Usaha Kecil

Usaha kecil merujuk pada kegiatan ekonomi produktif yang berjalan secara independen, dikelola oleh individu atau badan usaha yang tidak merupakan anak atau cabang dari perusahaan lain yang dimiliki atau terafiliasi secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau besar. Kriteria usaha kecil meliputi:

- a) Memiliki total aset bersih hingga maksimal Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai maksimal Rp 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah), di luar nilai tanah dan properti tempat dilakukannya usaha
- b) Pendapatan penjualan tahunan bernilai di atas Rp 300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) hingga tingkat terbesar adalah Rp 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah).

Contoh dari usaha lingkup kecil meliputi bisnis laundry, koperasi, toko pakaian lokal, pedagang di pasar grosir (agen), restoran lokal, dan pengumpul barang dagangan lainnya.

## 3. Usaha Menengah

Usaha menengah merupakan kegiatan ekonomi produktif yang berdiri secara mandiri, dikelola oleh perseorangan atau badan usaha yang tidak menjadi bagian atau cabang dari perusahaan lain yang dimiliki, dikendalikan, atau berhubungan secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar, serta memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a) Memiliki total aset bersih hingga maksimal Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) hingga paling banyak Rp. 10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah), di luar nilai tanah dan properti tempat dilakukannya usaha.
- b) Memiliki total penjualan tahunan di atas Rp. 2.500.000.000,00 (dua miliar lima ratus juta rupiah) hingga maksimal Rp. 50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah).

Contoh usaha menengah meliputi usaha eksplorasi sumber daya batu gunung, usaha pekerjaan fisik, tambang sumber daya alam jenis marmer buatan, perkebunan, ekspedisi muatan kapal laut, perdagangan tingkat ekspor maupun import, dan jenis usaha lainnya

Kategori usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) ditentukan berdasarkan nilai aset dan omset penjualan, yang rinciannya dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel Kategori UMKM Latar Belakang Nilai Sumber Daya dan Omset**

Kategori Bentuk Usaha	Kriteria	
	Nilai Aset	Total Omset
Bentuk Mikro	Tidak lebih dari Rp 50 Juta	Tidak lebih dari Rp 300 Juta
Bentuk Kecil	Diatas Rp 50 Juta hingga Rp 500 Juta	Diatas Rp 300 Juta hingga Rp 2,5 Miliar
Bentuk Menengah	Diatas Rp 500 Juta hingga Rp 10 Miliar	Diatas Rp 2,5 Miliar hingga Rp 50 Miliar
Bentuk Besar	Di atas Rp 10 Miliar	Di atas Rp 50 Miliar

Sumber : UU No. 20 Tahun 2008

## **b. Pembuatan Makanan Ringan**

Produksi makanan ringan yang diproduksi oleh pelaku Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Bekasi sangat berperan penting dalam pengembangan industri kuliner lokal dan meningkatkan pendapatan perekonomian masyarakat setempat. Proses pembuatan makanan ringan melibatkan beberapa tahapan, dari pemilihan bahan baku hingga proses produksi, pengemasan, dan pemasaran. Pemilihan bahan baku yang berkualitas menentukan rasa dan kualitas produk akhir. UMKM seringkali memanfaatkan bahan baku lokal untuk menciptakan produk yang tidak hanya unik tetapi juga mendukung perekonomian lokal. Misalnya saja penggunaan ubi kayu, singkong dan berbagai bumbu yang mudah didapat di sekitar kota bekasi.

Proses pembuatan makanan ringan pada UMKM biasanya dilakukan secara manual dengan melibatkan keluarga. Ini tidak hanya menekan biaya tenaga kerja, namun mampu mempererat kohesi sosial dalam keluarga. Teknologi pembuatan yang digunakan tergantung pada jenis makanan ringan yang diproduksi. Proses ini juga mencakup inovasi resep dan metode memasak yang meningkatkan cita rasa dan daya tarik produk. Inovasi menjadi kunci untuk menarik perhatian konsumen. UMKM seringkali memperkenalkan inovasi baru pada jajanan tradisional dengan sentuhan modern, seperti mengembangkan rasa baru atau menambahkan bahan-bahan sehat.

Selain itu, penggunaan teknik pembuatan seperti penggorengan dengan suhu yang sesuai dan teknik pengemasan yang modern juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan kualitas produk. Pengemasan memegang peranan penting dalam pemasaran makanan ringan. Pengemasan tidak hanya menjaga produk tetap segar dan aman, namun juga berfungsi sebagai alat promosi. Desain kemasan yang menarik serta informasi yang jelas mengenai bahan dan nilai gizi dapat meningkatkan daya tarik suatu produk di mata konsumen. UMKM di Kota Bekasi mulai mengembangkan kemasan inovatif dengan menggunakan bahan ramah lingkungan dan desain yang kreatif.

Pemasaran produk makanan ringan UMKM dilakukan melalui berbagai saluran seperti pasar tradisional, toko kelontong, dan pemasaran langsung pada platform online. Penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran juga semakin populer sehingga menjadi salah satu faktor UMKM mampu menjangkau konsumen yang lebih luas. Strategi pemasaran yang baik sangat penting untuk meningkatkan kesadaran produk dan menarik perhatian konsumen. Dengan mengikuti langkah-langkah tersebut, UMKM di Kota Bekasi tidak hanya dapat menghasilkan produk makanan ringan yang berkualitas, tetapi juga berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi daerah dan penyediaan kesempatan kerja bagi penduduk setempat. Inovasi dalam pembuatan makanan ringan menjadi salah satu faktor utama penentu keberhasilan UMKM dalam persaingan pasar yang semakin ketat.

## **c. Inovasi Kemasan Produk**

Kemasan dapat dianggap sebagai pelindung luar suatu produk, yang berfungsi untuk menjaga isinya dari berbagai faktor eksternal seperti benturan dan cuaca. Selain melindungi, kemasan juga dirancang untuk menarik perhatian dengan menampilkan gambar dan informasi yang sesuai, sehingga pesan yang disampaikan dapat menjangkau konsumen dengan efektif. Dalam era modern, kemasan memiliki peran krusial dalam mendukung penjualan dan membangun citra merek. Kemasan yang menarik dapat menambah meningkatkan nilai produk dan daya tariknya bagi konsumen, yang pada akhirnya berpengaruh pada keputusan mereka untuk membeli.

Label dan desain kemasan merupakan komponen penting yang dapat mendorong penjualan. Keduanya dapat menciptakan nilai emosional bagi pelanggan, sehingga perusahaan perlu memiliki tim desain yang kompeten. Elemen-elemen seperti pilihan warna dan desain unik juga berpengaruh signifikan terhadap daya tarik kemasan. Dalam konteks persaingan, pengusaha yang mengabaikan aspek ini mungkin akan kalah dibandingkan dengan pesaing yang lebih memperhatikan detail kemasan. Selain itu, konsumen seringkali membeli produk bukan untuk digunakan secara pribadi, namun terkadang sebagai bentuk hadiah, sehingga tampilan kemasan menjadi semakin penting. Kemasan yang menarik tidak hanya mempermudah konsumen dalam mengenali produk, tetapi juga meninggalkan kesan positif yang dapat memengaruhi keputusan pembelian mereka.

#### **d. Harga**

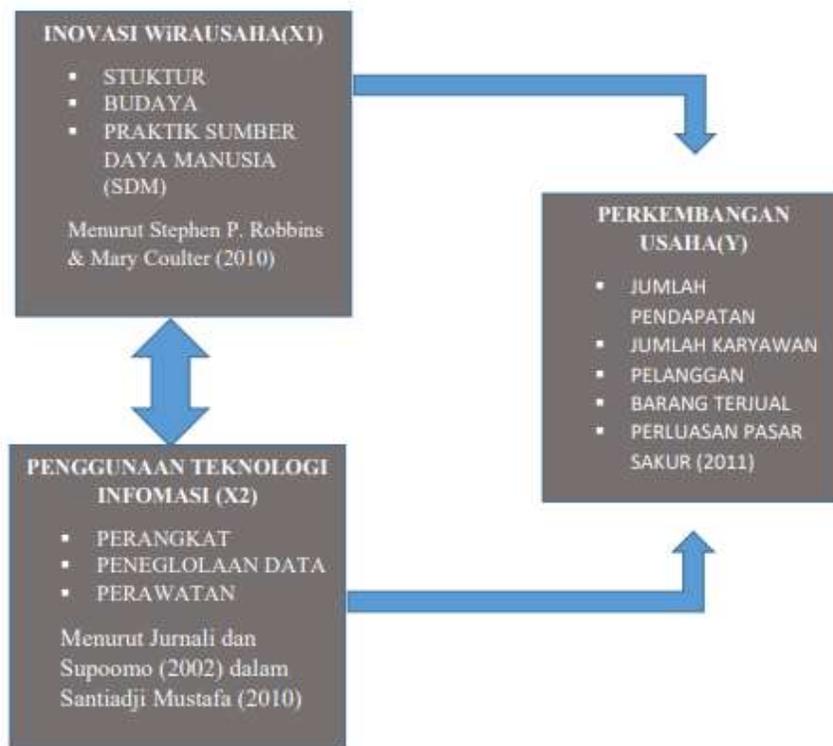
Penetapan harga memiliki peran krusial dalam strategi pemasaran suatu produk, karena merupakan salah satu dari empat elemen utama dalam bauran pemasaran (4P): produk, harga, distribusi, dan promosi. Dalam pandangan Tjiptono (2008:151), penetapan harga terkadang dipengaruhi oleh keputusan bisnis sebelumnya serta posisi perusahaan. Ada sepuluh (10) tujuan dalam penetapan harga, yaitu sebagai berikut:

1. Menjaga keberlanjutan operasional bisnis.
2. Perusahaan menentukan nilai jual dengan beberapa pertimbangan, antara lain nilai produksi maupun distribusi yang muncul serta keuntungan yang diharapkan. Melalui keuntungan yang didapatkan, perusahaan memperoleh biaya operasional untuk menjaga kelangsungan bisnis.
3. Menguasai pangsa pasar.
4. Perusahaan bisa menetapkan harga lebih rendah untuk menarik lebih banyak pelanggan, sehingga mampu memperbesar pangsa pasar.
5. Memaksimalkan keuntungan.
6. Perusahaan dapat memilih harga yang kompetitif agar keuntungan dari produk atau layanan dapat diperoleh secara optimal.
7. Untuk menutup biaya investasi, perusahaan bisa menetapkan harga yang lebih tinggi

#### **e. Pendapatan Ekonomi Masyarakat**

Dalam pendapat Sadono Sukirno (2000), pertumbuhan ekonomi didefinisikan sebagai peningkatan aktivitas ekonomi yang menghasilkan bertambahnya jumlah barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan demikian, pertumbuhan ekonomi menggambarkan kinerja dari bentuk perekonomian dengan rentang waktu satu periode menuju periode berikutnya. Kapasitas suatu negara untuk memproduksi barang dan jasa mengalami peningkatan, yang disebabkan oleh bertambahnya faktor-faktor produksi baik dari segi jumlah maupun kualitas. Investasi berkontribusi dalam meningkatkan barang modal, dan teknologi yang diterapkan juga menjadi maju. Selain itu, jumlah tenaga kerja meningkat sebagai dampak dari pertumbuhan penduduk yang disertai dengan peningkatan pendidikan dan keterampilan mereka.

## f. Kerangka Pemikiran



Keterangan :

X1 = Inovasi Wirausaha

X2 = Penggunaan Teknologi Informasi

Y = Perkembangan Usaha

## g. Perumusan Hipotesis

Sebagian dari rumusan isu dalam penelitian yang ada di atas, dan kita bisa berasumsi bahwasanya faktor yang dapat berpengaruh untuk menambah nilai pendapatan dari sisi perekonomian di Kota Bekasi mendapatkan pengaruh dengan tingkat sangat tinggi. Kerangka berfikir diatas, hipotesis yang di ajukan adalah :

1. UMKM memiliki peran yang signifikan dalam perekonomian lokal di Kota Bekasi.
2. Adanya pengaruh inovasi produk yang dilakukan oleh UMKM secara positif mempengaruhi daya tarik pasar.
3. Dampak inovasi dari setiap produk maupun bentuk kemasan terhadap tingkat uang masuk bagi penduduk di Kota Bekasi.
4. Tantangan yang dihadapi oleh UMKM makanan ringan di Kota Bekasi.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif deskriptif, dengan data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, bukan dalam bentuk angka. Metode kualitatif ini melibatkan proses interaksi, seperti wawancara, untuk memahami fenomena atau permasalahan tertentu. Lingkup penelitian ini mencakup peran UMKM dalam pembuatan makanan ringan dan inovasi produk terhadap peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat di Kota Bekasi.

Dalam penelitian ini, peneliti memanfaatkan dua jenis sumber informasi, yakni data primer dan data sekunder: (1) Data primer merupakan informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti dari objek yang diteliti (Supramono & Sugiarto, 1993 dalam Dzulhadi et al., 2022). (2) Data sekunder adalah informasi yang sudah tersedia dalam bentuk yang telah diolah dan disajikan oleh pihak lain (Supramono & Sugiarto, 1993)

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi: (1) Observasi, yaitu pengamatan langsung dengan mendatangi lokasi atau objek penelitian. (2) Wawancara, yakni teknik pengumpulan data melalui tanya jawab dengan responden. Dalam teknik wawancara ini digunakan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang akan diajukan kepada responden. (3) Dokumentasi, yang berfungsi sebagai bukti pelaksanaan penelitian dan dapat berupa gambar atau video.

Populasi penelitian ini terdiri dari UMKM yang dasar usahanya adalah bidang makanan maupun jajanan ringan di Kota Bekasi. Informan akan dipilih menggunakan teknik Snowball, di mana informan ditentukan berdasarkan kriteria tertentu atau wawancara dengan individu yang memiliki keahlian di bidang terkait. Oleh karena itu, target wawancara dalam penelitian ini adalah para pemilik atau owner dari UMKM makanan ringan di Kota Bekasi.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peran UMKM dalam pembuatan makanan ringan di Kota Bekasi sangat strategis dalam konteks pertumbuhan ekonomi lokal. UMKM bukan hanya memberikan kontribusi kepada faktor terciptanya lapangan kerja namun juga memperkaya keragaman kuliner yang ada. Inovasi produk menjadi kunci utama dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bahwa inovasi bukan hanya tentang produk baru, tetapi juga mencakup cara pemasaran, branding, dan pelayanan.

Melalui inovasi, UMKM mampu menarik lebih banyak konsumen, baik lokal maupun luar daerah, yang pada gilirannya meningkatkan volume penjualan. Pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran, seperti media sosial, juga berkontribusi besar dalam memperluas jangkauan pasar UMKM.

Namun, tantangan yang dihadapi, seperti akses ke modal dan pemasaran, perlu mendapatkan perhatian dari pemegang kebijakan dalam hal ini pemerintah dan jajarannya. Adanya program pelatihan maupun Pendampingan untuk pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dapat membantu mereka untuk lebih memahami strategi pemasaran dan manajemen keuangan. Selain itu, pemerintah dapat memberikan insentif bagi UMKM yang berinovasi untuk mendorong pertumbuhan lebih lanjut.

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif untuk mengkaji peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam produksi makanan ringan serta inovasi produk yang turut berkontribusi pada peningkatan pendapatan ekonomi masyarakat di Kota Bekasi. Melalui wawancara mendalam dengan pemilik UMKM, pengamat ekonomi lokal, dan konsumen, kami mendapatkan beberapa temuan penting:

- a) Peran UMKM dalam Perekonomian Lokal: UMKM di Kota Bekasi menjadi pilar utama perekonomian dengan menyerap tenaga kerja lokal dan menyediakan produk makanan yang bervariasi. Sebagian besar UMKM di bidang makanan ringan mampu mempekerjakan anggota keluarga dan masyarakat sekitar, sehingga secara langsung meningkatkan pendapatan keluarga.
- b) Inovasi Produk: Banyak UMKM yang menerapkan inovasi dalam produk mereka, seperti menciptakan varian baru dari makanan tradisional dengan sentuhan modern, penggunaan bahan baku lokal, serta pengemasan yang menarik. Inovasi ini tidak hanya menarik perhatian konsumen tetapi juga meningkatkan daya saing produk di pasar.

- c) Dampak Terhadap Pendapatan Ekonomi: Hasil wawancara menunjukkan bahwa UMKM yang berinovasi mengalami peningkatan penjualan yang signifikan. Pendapatan bulanan mereka meningkat rata-rata 30-50% setelah meluncurkan produk baru. Ini menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki dampak langsung terhadap peningkatan pendapatan.
- d) Tantangan yang Dihadapi: Meskipun ada banyak peluang, UMKM juga menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses modal, pemasaran yang kurang efektif, dan persaingan yang ketat. Beberapa pemilik UMKM mengeluhkan sulitnya mendapatkan bahan baku berkualitas dan biaya produksi yang tinggi.

Dengan demikian, posisi UMKM dalam proses produksi makanan atau jajanan ringan dan juga inovasi produk tidak hanya memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal tetapi juga berkontribusi pada pengembangan masyarakat secara keseluruhan. Kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan pertumbuhan sektor termaksud.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, bisa ditarik benang merah bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang produksi makanan ringan di Kota Bekasi memiliki peran penting dalam meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat. Inovasi produk yang dilakukan oleh UMKM tidak hanya meningkatkan daya saing tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Meskipun terdapat tantangan dalam akses modal dan pemasaran, strategi inovatif dalam produk dan kemasan telah berhasil menarik perhatian konsumen dan meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu, sistem support dari pemerintah dan lembaga terkait benar-benar menjadi perhatian khusus demi membantu UMKM dalam mengatasi tantangan ini, sehingga mereka dapat terus memberikan manfaat terhadap tingkat kesejahteraan warga sekitar maupun tingkat pertumbuhan perekonomian suatu daerah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Jurnali, Teddy dan Bambang Supomo. 2002. *Pengaruh Faktor Kesesuaian Tugas Teknologi dan Pemanfaatan Ti Terhadap Kinerja Akuntan Publik*. Jurnal Riset Akuntansi Indonesia, Volume 5, No.2, Mei: Hal. 214-228
- Musran Munizu, Rosaline Tandiono, Endyastuti Pravitasari, M. Afdhal Chatra P, Ni Luh Kardini, Ermanuri, Henky Hendrawan, Triasesiarta Nur, Agus Siswanto, Ida Bagus Kerthyayana Manuaba (2023), *UMKM : Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia*. Jambi : Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nisa Anjarsari, Verry Albert Jekson Mardame Silalahi, Rahel Sintadevi Siahaan, Amoi Sanyo Simanjuntak, Mei Wanita Simanjuntak, Korri Juita Situmorang, Eric Bryan Chrisologus Sondakh', Audrey Gamaliel Dotulong Tangkudung (2024), *Strategi Pemberdayaan UMKM Melalui Inovasi Kemasan Produk*. Jakarta : EKOMA.
- Robbins, Stephen P. dan Mary Coulter. 2010. *Manajemen*. Jakarta: Erlangga
- Sadono, Sukirno. (2000), *Makroekonomi Modern:Perkembangan Pemikiran Dari Klasik Hingga Keynesian Baru* : Raja Grafindo Pustaka.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta.: Andi.
- Widiyanto, Gregorius, Heri Satrianto, and Fx. Pudjo Pudjo Wibowo. 2021. "Pengaruh Inovasi Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Penambahan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Di Kota Tangerang (Studi Kasus Peran UKM Pembuatan Makanan Ringan Dan Snack)." *eCo-Buss* 3(3): 120–30. doi:10.32877/eb.v3i3.208.