



Sustainability of Angkringan Business in East Lombok: Manager and Employee Perspectives

Sustainability Usaha Angkringan Di Lombok Timur: Perspektif Manager Dan Karyawan

Nesi Nirmala

Universitas Mataram

*Correspondence : nesinirmala.akt@gmail.com

ABSTRACT

Business sustainability is influenced by challenges in a dynamic culinary market. Angkringan in Pringgabaya District, East Lombok, provides economic opportunities for the community and provides affordable consumption options. This research aims to explore the views of managers and employees on the sustainability of the angkringan business, and what are the strategies in dealing with external challenges such as fierce competition, fluctuations in raw material prices, and seasonal dependence, as well as internal challenges in the form of limited capital and labor. This study uses qualitative, descriptive, and analytical research. How to obtain data through observation, in-depth interviews, and documentation. The results of this study show that strategies such as product diversification, technology utilization, and operational efficiency show great potential in maintaining sustainability. The adoption of technology can increase production, expand the market, and improve efficiency. With the right strategy and external support, angkringan in Pringgabaya has the potential to survive and grow.

Keywords: Business Sustainability; Angkringan; Perspectives; Managers; Employees

ABSTRAK

Sustainability usaha dipengaruhi oleh tantangan di pasar kuliner yang dinamis. Angkringan di Kecamatan Pringgabaya, Lombok Timur, memberikan peluang ekonomi bagi masyarakat dan menyediakan pilihan konsumsi terjangkau. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pandangan manajer dan karyawan terhadap keberlanjutan usaha angkringan, dan apa saja strategi dalam menghadapi tantangan eksternal seperti persaingan ketat, fluktuasi harga bahan baku, dan ketergantungan musim, serta tantangan internal berupa keterbatasan modal dan tenaga kerja. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, dan analitik. Cara memperoleh data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi seperti diversifikasi produk, pemanfaatan teknologi, dan efisiensi operasional menunjukkan potensi besar dalam menjaga keberlanjutan. Adopsi teknologi dapat meningkatkan produksi, memperluas pasar, dan meningkatkan efisiensi. Dengan strategi yang tepat dan dukungan eksternal, angkringan di Pringgabaya berpotensi bertahan dan berkembang.

Kata Kunci: Sustainability Usaha; Angkringan; Perspektif; Manager; Karyawan

This is an open access article under the CC - BY license.



PENDAHULUAN

UMKM merupakan salah satu jenis kegiatan usaha yang berperan penting dalam perekonomian masyarakat dengan potensi besar untuk mengembangkan ekonomi rakyat dan berkontribusi pada peningkatan ekonomi nasional di Indonesia, selain itu industri kecil juga menjadi salah satu komponen utama dalam pembangunan ekonomi daerah (Sidoarjo, 2014).

Dalam konteks persaingan global, industri kecil atau UMKM sering kali lebih fleksibel dibandingkan dengan industri besar. Fleksibilitas ini memungkinkan mereka untuk beradaptasi lebih cepat terhadap perubahan pasar dan kebutuhan konsumen (Hutabarat, 2015). Namun, meskipun memiliki banyak keunggulan, industri kecil juga menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses terhadap modal, teknologi, dan

pasar (Suryana, 2014). Oleh karena itu, dukungan pemerintah dan lembaga keuangan sangat penting untuk mengembangkan potensi UMKM dan menjadikannya lebih kompetitif di pasar global (Kuncoro, 2013).

Salah satu bentuk UMKM tradisional yang cukup populer di Indonesia adalah angkringan. Angkringan yang berkembang di Kecamatan Pringgabaya, Kabupaten Lombok Timur, menghadirkan peluang ekonomi bagi masyarakat sekitar, sekaligus menjadi pilihan konsumsi yang terjangkau bagi berbagai lapisan masyarakat.

Usaha angkringan telah menjadi bagian integral dari perekonomian lokal di Indonesia, khususnya di daerah seperti Kecamatan Pringgabaya, Kabupaten Lombok Timur. Angkringan memiliki potensi yang besar dalam memberikan kontribusi ekonomi, tidak hanya melalui penyediaan lapangan kerja, tetapi juga sebagai pusat interaksi sosial masyarakat dengan biaya yang terjangkau. Hal ini sejalan dengan pandangan (Prasetyo, 2015) yang menekankan bahwa UMKM, termasuk usaha angkringan, berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi lokal.

Keberlanjutan usaha angkringan dapat dianalisis dari beberapa perspektif yang saling terkait. Nilai tambah merupakan aspek penting yang menunjukkan kontribusi usaha angkringan terhadap ekonomi lokal. Menurut (Kurniawan, 2017), usaha yang menciptakan nilai tambah tidak hanya memberikan produk, tetapi juga menciptakan pengalaman sosial yang memperkuat hubungan antarwarga. Dalam konteks ini, angkringan, dengan suasana santai dan ramah, menciptakan ruang bagi masyarakat untuk berkumpul dan bersosialisasi, sehingga meningkatkan nilai bagi pelanggan dan memperkuat kohesi sosial dalam komunitas. Dengan kata lain, keberadaan angkringan berperan dalam membangun jaringan sosial yang positif, yang sangat penting untuk ketahanan komunitas.

Unit usaha, tenaga kerja, dan produktivitas menjadi faktor krusial dalam menentukan keberlanjutan angkringan. Sejalan dengan pendapat Tanjung (2018), pemanfaatan tenaga kerja lokal dalam usaha angkringan berkontribusi pada pengurangan pengangguran dan peningkatan pendapatan masyarakat sekitar. Ketika angkringan mampu meningkatkan produktivitas, efisiensi operasional dapat tercapai, yang pada gilirannya mendukung profitabilitas dan keberlangsungan usaha. Oleh karena itu, usaha angkringan tidak hanya berfungsi sebagai penyedia makanan, tetapi juga sebagai pendorong ekonomi lokal yang signifikan, mengingat dampaknya terhadap penciptaan lapangan kerja.

Namun, meskipun memiliki prospek yang cerah, keberlanjutan usaha angkringan menghadapi berbagai tantangan signifikan. Menurut Susilo (2018) tantangan tersebut mencakup persaingan yang ketat di pasar kuliner, fluktuasi harga bahan baku, dan perubahan preferensi konsumen yang mempengaruhi permintaan. Hal ini menuntut pemilik angkringan untuk beradaptasi dan mengimplementasikan strategi yang berkelanjutan agar dapat terus beroperasi dan berkembang dalam lingkungan yang dinamis.

Keberlanjutan usaha angkringan sangat dipengaruhi oleh berbagai tantangan yang muncul di lingkungan pasar kuliner yang dinamis. Menurut Kotler & Keller (2016) salah satu tantangan utama dalam dunia bisnis adalah persaingan yang ketat. Di tengah meningkatnya jumlah usaha kuliner, angkringan harus mampu bersaing tidak hanya dalam hal harga tetapi juga dalam kualitas dan keunikan produk yang ditawarkan. Persaingan yang ketat ini dapat mempengaruhi profitabilitas usaha angkringan, sehingga keberlanjutan usaha tersebut menjadi terancam jika tidak dapat menarik pelanggan dengan cara yang efektif. Oleh karena itu, pengusaha angkringan perlu menerapkan strategi pemasaran yang inovatif dan meningkatkan kualitas produk serta layanan untuk mempertahankan pangsa pasar mereka. Seperti yang diungkapkan oleh Prahalad & Ramaswamy (2004), pengalaman pelanggan yang unik dan memuaskan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan, yang sangat penting dalam menghadapi persaingan.

Selain itu, menurut Kotler & Keller (2016) pemahaman mendalam tentang perilaku konsumen dan tren pasar juga diperlukan untuk menyesuaikan penawaran produk. Dengan demikian, pengusaha angkringan tidak hanya perlu fokus pada produk yang mereka tawarkan, tetapi juga pada cara mereka memasarkan dan menghadirkan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan. Strategi pemasaran yang inovatif dapat mencakup penggunaan media sosial untuk mempromosikan produk, mengadakan acara komunitas, atau menawarkan menu musiman yang menarik.

Perubahan preferensi konsumen memainkan peran penting dalam keberlanjutan usaha angkringan. Menurut Kotler & Keller (2016), kesadaran konsumen akan kesehatan semakin meningkat, mendorong mereka untuk mencari makanan yang tidak hanya lezat tetapi juga bergizi. Dalam konteks ini, usaha angkringan yang

tidak dapat beradaptasi dengan tren kesehatan yang berkembang, seperti dengan menawarkan menu yang lebih sehat atau ramah lingkungan, berisiko kehilangan pelanggan yang beralih ke alternatif yang lebih sesuai dengan gaya hidup sehat mereka.

Penelitian oleh Wansink (2016) juga menunjukkan bahwa konsumen cenderung memilih makanan yang mereka anggap lebih baik untuk kesehatan, sehingga penting bagi pemilik angkringan untuk memperhatikan dan merespons perubahan ini. Misalnya, dengan memperkenalkan pilihan menu yang menggunakan bahan-bahan segar dan organik, serta mengurangi penggunaan bahan pengawet, angkringan dapat menarik perhatian konsumen yang peduli akan kesehatan.

Di tengah perubahan perilaku konsumen yang semakin dipengaruhi oleh tren digitalisasi dan kesadaran lingkungan, angkringan perlu mengembangkan strategi yang holistik. Menurut Prahalad dan Hart (2002), inovasi yang inklusif, yaitu yang melibatkan partisipasi masyarakat lokal, dapat menjadi solusi untuk menjaga keberlanjutan usaha mikro. Dengan melibatkan karyawan dalam proses pengambilan keputusan, memberikan pelatihan, dan menciptakan lingkungan kerja yang mendukung, angkringan dapat meningkatkan produktivitas sekaligus menjaga loyalitas tenaga kerja.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pandangan manajer dan karyawan terhadap keberlanjutan usaha angkringan, dengan fokus pada aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat dihasilkan strategi yang komprehensif untuk memastikan keberlanjutan usaha angkringan di tengah perubahan sosial, ekonomi, dan lingkungan yang semakin kompleks. Penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi pada pengembangan literatur tentang keberlanjutan UMKM, tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha angkringan dalam menghadapi tantangan masa depan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif Kualitatif, Menurut Sugiyono (2019) pendekatan deskripsi kualitatif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam dan menyeluruh berdasarkan perspektif partisipan. Dalam pendekatan ini, peneliti berusaha menggali makna di balik tindakan, pengalaman, atau situasi tertentu, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bersifat naturalistik. Dalam konteks ini, peneliti menggunakan wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi untuk memperoleh data yang kaya dan kontekstual.

Teknik wawancara mendalam dipilih karena mampu menggali pandangan, pengalaman, dan persepsi manajer serta karyawan secara langsung. Sugiyono (2019) menjelaskan bahwa wawancara mendalam adalah salah satu cara efektif untuk mendapatkan informasi subjektif, terutama terkait motivasi, strategi, dan tantangan dalam keberlanjutan usaha. Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan panduan semi-terstruktur, yang memungkinkan peneliti untuk mengajukan pertanyaan terbuka sekaligus menggali informasi tambahan sesuai dengan respons partisipan. Subjek wawancara mencakup sepuluh manajer dan sepuluh karyawan dari beberapa angkringan di Lombok Timur. Pertanyaan yang diajukan berfokus pada strategi keberlanjutan usaha, tantangan operasional, serta kontribusi karyawan dalam mendukung keberlanjutan.

Selain wawancara, observasi langsung juga digunakan untuk melengkapi data. Dalam penelitian ini, peneliti mengamati interaksi antara manajer, karyawan, dan pelanggan, serta menilai kondisi fisik dan lingkungan angkringan. Observasi dilakukan pada jam operasional angkringan, dengan catatan yang terfokus pada dinamika kerja, tata letak lokasi, dan fasilitas yang mendukung keberlanjutan usaha. Dokumentasi yang digunakan meliputi foto aktivitas di angkringan, laporan sederhana yang disediakan oleh manajer, serta materi promosi seperti spanduk atau unggahan media sosial. Data ini memberikan gambaran visual dan material tentang operasional usaha angkringan.

Untuk memastikan validitas dan keabsahan data, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber data. Menurut Sugiyono (2019), validitas dan keabsahan data dalam penelitian kualitatif dapat dicapai melalui triangulasi, yaitu teknik untuk mengecek kebenaran data dari berbagai sumber atau metode pengumpulan data yang berbeda. Dalam konteks penelitian ini, triangulasi sumber data digunakan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi.

Triangulasi sumber data bertujuan untuk memastikan konsistensi dan keakuratan informasi dari perspektif yang berbeda. Data yang diperlukan mengenai perspektif keberlanjutan usaha angkringan yang

diperoleh melalui wawancara dengan manajer akan dibandingkan dengan hasil observasi aktivitas operasional di lapangan dan bukti pendukung berupa dokumen atau foto. Dengan cara ini, data yang diperoleh menjadi lebih kaya, valid, dan dapat dipercaya.

Pemilihan lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive*) yaitu di Kecamatan Pringgabaya, Kabupaten Lombok Timur. Dengan mempertimbangkan bahwa di Kecamatan Pringgabaya. Hal ini mempertimbangkan bahwa di Kecamatan Pringgabaya terdapat banyak usaha angkringan yang berpotensi untuk diteliti, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai praktik dan keberlanjutan usaha tersebut.

Sumber data terdiri atas dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diterima dari responden langsung melalui kuesioner dengan pemilik angkringan untuk mendapatkan data tentang pendapatan bulanan dan biaya operasional usaha angkringan serta penggunaan bahan baku. Data sekunder adalah informasi yang telah dikumpulkan dan diproses oleh pihak lain sebelum penelitian dilakukan. Data ini dapat diperoleh dari berbagai sumber seperti laporan penelitian, artikel, publikasi pemerintah, dan data statistik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Indarti (2010), keberlanjutan usaha atau sustainable business merupakan kemampuan suatu usaha untuk bertahan dalam jangka panjang, dengan tetap memperhatikan keseimbangan antara keuntungan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan tanggung jawab sosial. Usaha yang berkelanjutan harus mampu beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis serta memanfaatkan sumber daya dengan bijaksana.

Industri Kecil Menengah (IKM) merupakan salah satu pilar utama dalam mendorong pembangunan ekonomi di Indonesia. Peran IKM sangat penting karena memiliki kemampuan untuk menyerap banyak tenaga kerja dan menciptakan lapangan pekerjaan baru, yang pada gilirannya berkontribusi pada pengurangan tingkat pengangguran dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Fleksibilitas IKM dalam menyesuaikan diri dengan dinamika permintaan pasar membuatnya mampu bertahan dan berkembang dalam berbagai kondisi ekonomi. Selain itu, IKM juga memainkan peran signifikan dalam aktivitas ekspor dan perdagangan luar negeri, yang memperkuat daya saing ekonomi nasional di kancah internasional.

Keberlanjutan atau sustainability berasal dari kata "*sustain*" yang berarti berlanjut, dan "*ability*" yang artinya kemampuan. Secara luas, keberlanjutan dapat diartikan sebagai daya tahan suatu sistem dan proses. Dalam konteks bisnis, sustainability mengacu pada kemampuan suatu sistem usaha untuk mempertahankan tingkat produksinya yang terbentuk oleh alam dalam jangka waktu yang panjang. Puspitaningtyas (2017) menyatakan bahwa konsep keberlanjutan usaha (*business sustainability*) mengasumsikan bahwa suatu usaha akan tetap beroperasi dan mampu bertahan dalam jangka panjang, meskipun menghadapi berbagai tantangan dan perubahan di masa depan. Pelaku usaha dituntut untuk terus berusaha mencapai tujuan bisnisnya dan meningkatkan nilai bisnis secara berkelanjutan.

Handayani (2007) juga mengemukakan bahwa keberlanjutan usaha merupakan kondisi di mana suatu usaha mampu mempertahankan, mengembangkan, dan melindungi sumber daya yang dimiliki, serta memenuhi kebutuhan yang ada dalam usaha tersebut. Keberlanjutan usaha tidak hanya tentang bagaimana usaha tersebut dapat bertahan, tetapi juga mencakup bagaimana usaha dapat tumbuh, berkembang, dan tetap eksis di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Cara-cara yang digunakan untuk mencapai keberlanjutan usaha seringkali bersumber dari pengalaman sendiri, pengalaman orang lain, serta kondisi ekonomi yang sedang terjadi dalam dunia bisnis. Keberlanjutan usaha, menurut Handayani, merupakan proses yang melibatkan pertumbuhan, perkembangan, dan strategi yang dirancang untuk menjaga kelangsungan usaha dalam jangka panjang.

Dalam konteks ini, keberlanjutan bukan hanya tentang mempertahankan eksistensi usaha, tetapi juga tentang bagaimana usaha tersebut dapat terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis. Dengan demikian, keberlanjutan usaha menjadi esensi dari ketahanan dan eksistensi jangka panjang yang memerlukan perencanaan strategis yang matang, pemahaman mendalam tentang dinamika pasar, dan kemampuan berinovasi untuk menghadapi tantangan di masa depan. Hal ini menuntut pelaku usaha untuk memiliki visi yang jelas, strategi yang tepat, dan eksekusi yang efektif guna memastikan bahwa usaha mereka tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang secara berkelanjutan dalam jangka panjang.

Sustainability (keberlanjutan) dalam usaha angkringan tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti pasar dan persaingan, tetapi juga oleh bagaimana manajer dan karyawan berkolaborasi untuk menciptakan bisnis yang tetap bertahan dan berkembang. Berikut ini adalah pembahasan dari keberlanjutan usaha angkringan dari perspektif manajer dan karyawan.

Manajer juga mulai mengadopsi digitalisasi dalam operasional mereka, seperti pencatatan transaksi menggunakan aplikasi. Langkah ini penting untuk meningkatkan efisiensi dan transparansi, yang mendukung kelangsungan usaha (Alalwan et al., 2020).

Tantangan Utama

Keberlanjutan atau sustainability menjadi konsep kunci dalam memastikan suatu usaha, program, atau inisiatif dapat bertahan dan memberikan manfaat jangka panjang. Namun, upaya menjaga keberlanjutan sering kali dihadapkan pada berbagai tantangan yang kompleks. Tantangan tersebut mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan yang saling berkaitan. Fluktuasi kondisi pasar, keterbatasan sumber daya, kurangnya dukungan masyarakat, serta dampak lingkungan yang tidak terkelola secara optimal menjadi hambatan yang harus diatasi. Ketidakseimbangan dalam pengelolaan ketiga aspek tersebut dapat mengancam keberlangsungan suatu usaha. Oleh karena itu, identifikasi tantangan dan strategi penyelesaiannya menjadi elemen penting dalam mewujudkan keberlanjutan yang ideal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam menjalankan usaha, terdapat berbagai tantangan utama yang dapat memengaruhi keberlanjutan operasional, baik dari faktor internal maupun eksternal. Tantangan eksternal sering kali muncul akibat faktor yang berada di luar kendali langsung pengusaha, seperti persaingan dengan usaha serupa yang dapat menyebabkan penurunan pendapatan dan kehilangan pelanggan. Sementara itu, tantangan internal yang dihadapi oleh pengusaha berhubungan dengan pengelolaan sumber daya dan kemampuan operasional di dalam usaha itu sendiri.

Dalam menjalankan usaha, baik dari perspektif manajer maupun karyawan, tantangan internal dan eksternal menjadi fokus utama dalam mempertahankan keberlanjutan operasional. Dari perspektif manajer, AB menyarankan diversifikasi produk untuk tetap relevan dengan kebutuhan pelanggan. Menurut Porter (2010), persaingan yang ketat mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dan meningkatkan diferensiasi produk agar tetap kompetitif di pasar. AK menekankan pentingnya fokus pada loyalitas pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik, yang sejalan dengan pandangan Barney (2011) yang menyebutkan bahwa pengelolaan sumber daya manusia yang baik dapat menciptakan keunggulan kompetitif.

Di sisi lain, API mengusulkan pemanfaatan data penjualan untuk menganalisis tren pasar, yang sejalan dengan pemikiran Teece (2014) yang menyoroti pentingnya kemampuan dinamis untuk beradaptasi dengan perubahan eksternal guna mempertahankan daya saing. LA mengusulkan menjalin kerja sama dengan pemasok untuk mendapatkan harga terbaik, sesuai dengan pendapat Christopher (2011) mengenai manajemen rantai pasokan yang efektif dalam menghadapi fluktuasi harga bahan baku.

Dalam hal eksternal, tantangan seperti perubahan kebijakan pemerintah dan rendahnya daya beli masyarakat menjadi perhatian utama. AJ menggunakan media sosial untuk promosi dan memperluas pasar, yang selaras dengan penelitian Chaffey (2015) yang menekankan pentingnya pemanfaatan media digital dalam pemasaran. CAML menyarankan peningkatan kualitas produk untuk unggul dibandingkan pesaing, sesuai dengan gagasan Tushman & O'Reilly (2013) yang menekankan pentingnya inovasi berkelanjutan untuk menjaga relevansi usaha di pasar yang dinamis.

Dari perspektif karyawan, ML berfokus pada penyesuaian harga produk dengan daya beli masyarakat, yang sejalan dengan penelitian Hitt, Ireland, & Hoskisson (2011) mengenai perlunya perusahaan beradaptasi dengan perilaku konsumen dalam menghadapi rendahnya daya beli. AO menekankan efisiensi biaya tanpa mengorbankan kualitas, yang didukung oleh Kaplan & Norton (2010) yang menyoroti pentingnya pengelolaan keuangan yang baik untuk menjaga kelangsungan usaha.

Sementara itu, AT memantau kebijakan ekonomi dan menyesuaikan strategi secara proaktif, yang sesuai dengan pendapat Teece (2014) mengenai pentingnya adaptasi cepat terhadap perubahan kondisi eksternal. ATT mengedukasi pelanggan tentang nilai tambah produk, yang sejalan dengan pandangan Kotler & Keller (2016) mengenai pentingnya strategi pemasaran yang efektif dalam menciptakan minat pelanggan.

AC membangun hubungan personal dengan pelanggan untuk menciptakan kepercayaan, yang sesuai dengan konsep Barney (2011) yang menekankan bahwa pengelolaan hubungan dengan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas. AP menjaga ketersediaan stok untuk produk yang paling diminati, yang penting untuk memastikan efisiensi operasional, sebagaimana dijelaskan oleh Grant (2016) mengenai pentingnya tenaga kerja terampil dalam menjalankan operasional yang efisien.

ALD menawarkan layanan tambahan seperti pengiriman gratis atau garansi, yang mendukung ide-ide inovasi dalam kemasan produk dan layanan tambahan untuk meningkatkan daya tarik pasar, seperti yang disarankan oleh Chaffey (2015). DCR melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan strategis, yang sesuai dengan konsep Kumar et al. (2020) mengenai pentingnya keterlibatan karyawan untuk meningkatkan komitmen dan kinerja tim.

Terakhir, AJL mengadopsi teknologi baru untuk meningkatkan efisiensi operasional, yang sejalan dengan gagasan Chaffey (2015) mengenai pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing usaha. Semua strategi ini mencerminkan bagaimana manajer dan karyawan dapat bekerja sama untuk mengelola tantangan internal dan eksternal guna menjaga keberlanjutan usaha.

Secara keseluruhan, tantangan yang dihadapi oleh pengusaha dalam menjaga keberlanjutan usaha memerlukan perhatian terhadap kedua aspek, eksternal dan internal. Pengusaha perlu memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan eksternal dan mengoptimalkan sumber daya internal untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Tantangan utama pelaku usaha angkringan di Kecamatan Pringgabaya pengusaha menghadapi berbagai tantangan baik eksternal maupun internal yang memengaruhi keberlanjutan usaha mereka. Dari sisi eksternal, persaingan usaha yang ketat, fluktuasi harga bahan baku, dan ketergantungan pada musim tertentu menjadi tantangan signifikan yang mengharuskan pengusaha untuk terus beradaptasi dan mencari solusi kreatif, seperti diversifikasi produk dan pengelolaan pasokan bahan baku secara lebih efisien. Selain itu, perubahan kebijakan pemerintah dan rendahnya daya beli masyarakat juga memerlukan perhatian agar usaha tetap dapat bertahan dan berkembang.

Di sisi internal, pengusaha menghadapi kendala seperti keterbatasan modal, kurangnya tenaga kerja terampil, serta pemasaran yang kurang efektif. Untuk mengatasi hal ini, penting bagi pengusaha untuk mengoptimalkan sumber daya yang ada melalui pelatihan karyawan, penggunaan teknologi dalam pemasaran, dan pengelolaan keuangan yang lebih baik. Inovasi produk dan peningkatan kualitas layanan juga menjadi solusi untuk menjaga loyalitas pelanggan dan menarik pasar yang lebih luas. Secara keseluruhan, keberlanjutan usaha sangat bergantung pada kemampuan pengusaha dalam menghadapi tantangan tersebut dengan strategi yang tepat dan inovatif.

Menjaga Stabilitas *Sustainability*

Menjaga stabilitas *sustainability* merupakan langkah strategis untuk memastikan keberlanjutan suatu usaha, program, atau inisiatif dapat berjalan secara konsisten dan memberikan manfaat jangka panjang. Stabilitas ini menjadi aspek penting karena keberlanjutan tidak hanya bergantung pada pencapaian sesaat, tetapi juga pada kemampuan mempertahankan kinerja di tengah tantangan yang dinamis. Menurut Kotler dan Keller (2016), diversifikasi produk adalah langkah strategis untuk meningkatkan daya saing usaha dalam menghadapi pasar yang terus berubah.

Sustainability usaha menurut perspektif masing-masing manajer, strategi diversifikasi produk yang diajukan oleh manajer AB berfokus pada menjaga relevansi usaha dengan perubahan kebutuhan pelanggan. Menurut Kumar et al. (2020), diversifikasi produk berperan penting dalam meningkatkan fleksibilitas perusahaan, memungkinkan mereka beradaptasi dengan permintaan pasar yang dinamis, dan mengurangi ketergantungan pada satu lini produk. Fokus pada loyalitas pelanggan yang diusulkan oleh manajer AK juga mendukung keberlanjutan usaha, karena memberikan pelayanan terbaik dapat meningkatkan retensi pelanggan dalam jangka panjang. Hapsari et al. (2017) menemukan bahwa loyalitas pelanggan berperan penting dalam menciptakan hubungan yang stabil dan mengurangi biaya akuisisi pelanggan baru. Pemanfaatan data penjualan untuk menganalisis tren pasar, sebagaimana disarankan oleh manajer API, dapat memperkuat keputusan strategis untuk masa depan usaha. Penelitian Verhoef et al. (2021) menunjukkan bahwa analitik data membantu

dalam memahami perubahan perilaku konsumen, sehingga perusahaan dapat merespons tren pasar dengan lebih tepat.

Strategi menjalin kerja sama dengan pemasok untuk mendapatkan harga terbaik, seperti yang diusulkan oleh manajer LA, mendukung efisiensi biaya dan memastikan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Wang et al. (2019) mengemukakan bahwa hubungan yang kuat dengan pemasok dapat menurunkan biaya produksi dan meningkatkan daya saing. Sementara itu, penggunaan media sosial untuk promosi yang diusulkan oleh manajer AJ semakin penting dalam membangun jangkauan pasar yang lebih luas, seperti yang dinyatakan oleh Felix et al. (2018), yang menunjukkan bahwa media sosial merupakan saluran yang efektif untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan dan meningkatkan eksposur merek.

Manajer CAML menekankan peningkatan kualitas produk sebagai strategi untuk unggul dalam persaingan, yang sejalan dengan temuan Ali et al. (2020), yang menyatakan bahwa kualitas produk yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan dan membantu bisnis mempertahankan posisi kompetitif. Pengembangan jaringan dengan komunitas usaha lokal yang disarankan oleh manajer AGB mendukung keberlanjutan usaha melalui kolaborasi dan inovasi bersama. Menurut Hajro et al. (2021), komunitas usaha lokal dapat memperkuat kapasitas adaptif bisnis. Program loyalitas, seperti poin belanja atau cashback yang diajukan oleh manajer AKBS, meningkatkan keterikatan pelanggan, seperti yang ditemukan oleh Grewal et al. (2020), yang menyatakan bahwa program ini berfungsi sebagai insentif yang memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Memperbaiki branding usaha agar lebih dikenal dan dipercaya, seperti yang diusulkan oleh manajer NC, sesuai dengan teori Foroudi et al. (2018), yang menyatakan bahwa branding yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan dan persepsi positif terhadap merek, yang pada gilirannya mendukung keberlanjutan usaha. Terakhir, mengikuti pelatihan bisnis untuk memahami dinamika pasar, seperti yang disarankan oleh manajer AI, sejalan dengan Chams dan García-Blandón (2019), yang menyebutkan bahwa pembelajaran berkelanjutan membantu perusahaan beradaptasi dengan perubahan pasar dan menjaga daya saing dalam jangka panjang.

Sustainability usaha menurut perspektif karyawan dapat dilihat dari berbagai strategi yang diusulkan oleh masing-masing individu, yang berkaitan dengan efisiensi operasional, pengelolaan hubungan pelanggan, serta adaptasi terhadap perubahan pasar. AI, yang mengusulkan untuk mengikuti pelatihan bisnis guna memahami dinamika pasar, sejalan dengan pendapat Chams dan García-Blandón (2019), yang menekankan pentingnya pelatihan berkelanjutan bagi karyawan untuk meningkatkan kemampuan adaptasi perusahaan terhadap perubahan pasar dan meningkatkan daya saing jangka panjang. ML, yang menyarankan penyesuaian harga produk dengan daya beli masyarakat, mendukung penelitian Grewal et al. (2020) yang menyebutkan bahwa penetapan harga yang sesuai dengan daya beli pelanggan dapat meningkatkan daya tarik pasar dan memastikan keberlanjutan bisnis di tengah kondisi ekonomi yang fluktuatif.

AO, yang menekankan pentingnya efisiensi biaya tanpa mengorbankan kualitas, sesuai dengan temuan Zhang et al. (2019), yang menunjukkan bahwa pengelolaan biaya yang efisien namun tetap menjaga kualitas produk adalah kunci untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. AT, yang fokus pada pemantauan kebijakan ekonomi dan penyesuaian strategi secara proaktif, mendukung pendekatan yang disarankan oleh Verhoef et al. (2021), yang menyatakan bahwa adaptasi cepat terhadap perubahan kondisi ekonomi merupakan faktor penting dalam memastikan keberlanjutan jangka panjang perusahaan.

Strategi ATT yang mengedukasi pelanggan tentang nilai tambah produk usaha, sejalan dengan penelitian Ali et al. (2020), yang menunjukkan bahwa edukasi kepada pelanggan mengenai manfaat produk dapat memperkuat loyalitas dan menciptakan hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Sementara itu, AC yang membangun hubungan personal dengan pelanggan untuk menciptakan kepercayaan, mendukung temuan Hapsari et al. (2017) yang menyatakan bahwa hubungan yang erat dengan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan dan memastikan retensi pelanggan.

AP, yang menjaga ketersediaan stok produk yang paling diminati, memperlihatkan pentingnya pengelolaan rantai pasokan yang efektif untuk mendukung keberlanjutan usaha, sesuai dengan penelitian Wang et al. (2019), yang menekankan pentingnya efisiensi dalam pengelolaan stok untuk menghindari kekurangan pasokan dan mempertahankan kepuasan pelanggan. ALD, yang menawarkan layanan tambahan seperti pengiriman gratis atau garansi, mendukung temuan Grewal et al. (2020) yang menunjukkan bahwa layanan tambahan dapat memperkuat daya tarik produk dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

DCR, yang melibatkan karyawan dalam pengambilan keputusan strategis, sesuai dengan konsep Kumar et al. (2020) yang menekankan bahwa keterlibatan karyawan dalam pengambilan keputusan meningkatkan komitmen dan kinerja tim, yang pada gilirannya mendukung keberlanjutan bisnis. ABL, yang berinovasi dalam kemasan produk agar lebih menarik di pasar, mendukung penelitian Ali et al. (2020) yang menunjukkan bahwa inovasi dalam aspek produk seperti kemasan dapat meningkatkan daya tarik dan posisi produk di pasar.

Terakhir, AJL, yang mengusulkan untuk mengadopsi teknologi baru untuk meningkatkan efisiensi operasional, sejalan dengan penelitian Chams dan García-Blandón (2019) yang menunjukkan bahwa adopsi teknologi baru dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional, yang pada akhirnya mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Secara keseluruhan, strategi yang diajukan oleh para karyawan ini berfokus pada efisiensi operasional, pengelolaan hubungan pelanggan, dan adaptasi terhadap dinamika pasar, yang semuanya mendukung keberlanjutan usaha dalam menghadapi tantangan jangka panjang.

Secara keseluruhan, kombinasi strategi yang diajukan oleh masing-masing manajer, jika dilaksanakan dengan baik, dapat mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang dengan menciptakan hubungan yang kuat dengan pelanggan, meningkatkan efisiensi biaya, memperkuat brand, serta memperluas pasar dan kolaborasi.

Berdasarkan hasil temuan, strategi yang diterapkan oleh para pelaku usaha angkringan di Kecamatan Pringgabaya menunjukkan potensi besar untuk menjaga keberlangsungan usaha mereka, meskipun masih ada tantangan yang perlu diatasi. Diversifikasi produk, pemanfaatan teknologi, dan efisiensi operasional yang diterapkan secara konsisten dapat membantu usaha tetap relevan dan kompetitif di pasar. Langkah-langkah seperti membangun loyalitas pelanggan melalui program khusus, memperkuat branding, serta menjalin kerja sama dengan komunitas usaha dan pemasok juga berkontribusi dalam menciptakan stabilitas jangka panjang.

Namun, keberhasilan strategi tersebut sangat bergantung pada konsistensi dalam pelaksanaannya, kemampuan pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, dan dukungan eksternal seperti akses ke pelatihan, pembiayaan, dan infrastruktur yang memadai. Dengan demikian, meskipun strategi ini memberikan landasan yang kuat untuk menjaga keberlangsungan usaha, keberlanjutan jangka panjang hanya dapat dicapai jika pelaku usaha terus mengembangkan inovasi, mengelola risiko dengan baik, dan memperkuat kolaborasi dengan berbagai pihak.

Rencana Memperluas Usaha

Memperluas usaha merupakan langkah strategis untuk meningkatkan daya saing, memperbesar pangsa pasar, dan memaksimalkan potensi pendapatan. Dalam merancang rencana ekspansi, penting untuk mempertimbangkan berbagai aspek, seperti analisis pasar, evaluasi sumber daya, dan identifikasi peluang pertumbuhan. Proses ini mencakup pengembangan produk atau jasa, diversifikasi lini bisnis, atau penetrasi ke pasar baru. Selain itu, strategi pemasaran yang efektif, optimalisasi teknologi, dan penguatan hubungan dengan mitra bisnis menjadi faktor penting dalam mendukung keberhasilan perluasan usaha. Dengan perencanaan yang matang dan eksekusi yang tepat, langkah ini dapat meningkatkan skala usaha sekaligus memastikan keberlanjutan dalam jangka panjang.

Hasil analisis rencana perluasan usaha dari pelaku usaha angkringan di Kecamatan Pringgabaya menunjukkan berbagai upaya strategis untuk menghadapi tantangan pasar dan meningkatkan keberlanjutan bisnis. Sebagian besar pelaku usaha, seperti AB dan AT, berencana melakukan diversifikasi produk untuk menjangkau segmen baru, termasuk produk premium dan barang ramah lingkungan. Strategi ini sejalan dengan pandangan Kotler dan Keller (2016) yang menekankan pentingnya diversifikasi sebagai langkah strategis untuk meningkatkan daya saing. Namun, kendala seperti biaya riset dan pengadaan bahan baku memerlukan solusi seperti pembiayaan dari lembaga eksternal atau kemitraan strategis. Di sisi lain, pelaku seperti API dan AGB berfokus pada peningkatan kapasitas produksi melalui modernisasi alat dan fasilitas tambahan. Drucker (2012) menyatakan bahwa inovasi teknologi merupakan pendorong utama produktivitas, meskipun membutuhkan investasi besar. Dalam hal ini, akses terhadap pendanaan atau program dukungan pemerintah dapat membantu mengatasi tantangan tersebut.

Selain itu, beberapa pelaku seperti LA dan ML merencanakan ekspansi geografis dengan membuka cabang baru atau memperluas jaringan distribusi. Menurut Christopher (2016), ekspansi ini memerlukan pengelolaan rantai pasok yang efektif untuk mengatasi kendala logistik dan biaya transportasi. Pemanfaatan teknologi digital

juga menjadi fokus utama bagi pelaku seperti CAML dan ABL yang meningkatkan penjualan melalui e-commerce dan media sosial. [Turban et al. \(2018\)](#) menekankan bahwa teknologi digital dapat memperluas jangkauan pasar secara signifikan, tetapi memerlukan keahlian khusus dalam manajemen teknologi informasi. Untuk mengatasi keterbatasan ini, pelaku usaha dapat memanfaatkan pelatihan digital atau berkonsultasi dengan ahli pemasaran.

Peningkatan kualitas produk melalui sertifikasi mutu nasional atau internasional juga menjadi rencana penting bagi pelaku seperti NC, yang sejalan dengan pandangan [Kaplan dan Norton \(2015\)](#) tentang pentingnya sertifikasi dalam membangun kepercayaan konsumen. Namun, biaya dan kompleksitas administrasi sertifikasi membutuhkan bantuan dari pemerintah atau asosiasi usaha. Selain itu, pelaku seperti ABL fokus pada penguatan branding dengan memanfaatkan promosi digital, yang menurut [Aaker \(2014\)](#), sangat penting untuk membangun citra merek yang kuat di pasar kompetitif. Tantangan dalam mencari influencer relevan dapat diatasi dengan memanfaatkan platform pemasaran digital yang terintegrasi.

Terakhir, rencana AJL untuk membuka peluang waralaba mencerminkan langkah progresif untuk memperluas jangkauan pasar. [Rosenberg \(2019\)](#) menekankan bahwa model waralaba memberikan potensi pertumbuhan eksponensial, tetapi memerlukan sistem yang kuat untuk menjaga kontrol kualitas dan kinerja mitra usaha. Secara keseluruhan, berbagai rencana yang dirancang menunjukkan kesadaran pelaku usaha angkringan terhadap pentingnya inovasi, kolaborasi, dan adaptasi terhadap tren pasar, meskipun keberhasilannya sangat bergantung pada dukungan pelatihan, pendanaan, dan kemitraan dengan pihak eksternal.

Hasil temuan menunjukkan bahwa strategi yang dirancang oleh pelaku usaha angkringan di Kecamatan Pringgabaya memiliki potensi besar untuk menjaga keberlangsungan usaha. Langkah-langkah adaptif seperti diversifikasi produk, pemanfaatan teknologi digital, peningkatan kapasitas produksi, dan penguatan branding dianggap relevan dengan tantangan dan dinamika pasar saat ini. Contohnya, diversifikasi produk premium (AB), pengembangan penjualan online (CAML), dan pembukaan peluang waralaba (AJL) mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam membaca peluang serta berinovasi untuk tetap kompetitif.

Namun, keberhasilan strategi tersebut bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam mengatasi kendala seperti keterbatasan modal, kurangnya sumber daya manusia yang kompeten, serta kompleksitas regulasi. Untuk itu, pendekatan kolaboratif dengan pemerintah, lembaga keuangan, dan mitra bisnis menjadi penting dalam menghadapi hambatan tersebut. Pelatihan dan pendampingan yang berfokus pada penguasaan teknologi dan manajemen juga dapat meningkatkan kapasitas pelaku usaha, memperkuat daya saing, dan mendukung implementasi strategi secara optimal.

Penggunaan Teknologi

Teknologi informasi lahir pada tahun 1947, sejalan dengan munculnya komputer sebagai komponen utama, teknologi informasi telah mendapatkan reputasi untuk memberikan semua informasi yang orang inginkan, pemustaka dapat mengakses katalog perpustakaan, database online, dan sumber informasi yang tak terhitung banyaknya dari mana saja dan kapan saja ([Fahrizandi, 2020](#)). Pemanfaatan teknologi dalam keberlanjutan usaha memainkan peran yang sangat penting untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan menjaga daya saing di tengah persaingan yang semakin ketat. Teknologi dapat digunakan untuk mengoptimalkan proses produksi, memperbaiki manajemen sumber daya, serta meningkatkan kualitas produk atau layanan yang ditawarkan.

Hasil temuan menunjukkan bahwa penggunaan teknologi oleh pelaku usaha angkringan di Kecamatan Pringgabaya bervariasi, dengan dampak yang signifikan pada efisiensi dan produktivitas usaha bagi mereka yang mengadopsinya. Beberapa pelaku usaha telah memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan kapasitas produksi, mempercepat proses operasional, dan memperluas jangkauan pasar. Misalnya, API menggunakan alat produksi otomatis yang mampu meningkatkan kapasitas produksi hingga 30%, sementara NC menggunakan teknologi untuk pemrosesan bahan yang meningkatkan kualitas produk akhir hingga 20%. AB dan AO juga memanfaatkan software akuntansi sederhana dan mesin kasir otomatis untuk mempercepat pencatatan keuangan dan transaksi, dengan efisiensi meningkat hingga 50%.

Di sisi lain, pelaku usaha seperti LA dan ML menggunakan teknologi digital dalam pemasaran, seperti pengelolaan toko online di marketplace dan aplikasi analitik media sosial. Hal ini telah membantu memperluas

jangkauan pasar hingga meningkatkan penjualan sebesar 40% dan keterlibatan pelanggan. Teknologi lain, seperti aplikasi pengelolaan inventaris (AJ) dan perangkat IoT untuk pemantauan produksi (ABL), juga memberikan dampak positif dengan mengurangi risiko kehabisan stok serta meminimalkan kerusakan produk.

Namun, beberapa pelaku usaha seperti AK, CAML, dan ATT belum memanfaatkan teknologi dalam operasional mereka, sehingga tidak merasakan dampak langsung terhadap efisiensi dan produktivitas. Hal ini sejalan dengan pendapat Davis (1989) dalam Technology Acceptance Model (TAM), yang menyatakan bahwa adopsi teknologi sangat dipengaruhi oleh persepsi terhadap kegunaan dan kemudahan penggunaannya. Pelaku usaha yang kurang memahami potensi teknologi cenderung enggan untuk berinvestasi dalam adopsi teknologi baru.

Para ahli seperti Porter (2011) juga menekankan pentingnya teknologi sebagai keunggulan kompetitif dalam industri yang kompetitif. Pemanfaatan teknologi tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memungkinkan inovasi yang mendukung keberlanjutan usaha. Dalam konteks ini, pelaku usaha yang belum mengadopsi teknologi perlu didorong melalui pelatihan, pendampingan, dan akses pembiayaan untuk investasi teknologi.

Kesimpulannya, penggunaan teknologi oleh sebagian besar pelaku usaha angkringan di Kecamatan Pringgabaya memberikan dampak signifikan terhadap efisiensi dan produktivitas. Namun, perlu adanya upaya kolektif untuk meningkatkan adopsi teknologi secara lebih merata, guna memastikan keberlanjutan usaha di tengah persaingan yang semakin ketat.

Berdasarkan hasil temuan yang telah dijabarkan, terdapat potensi besar untuk keberlanjutan usaha angkringan di Kecamatan Pringgabaya. Salah satu faktor kunci yang mendukung keberlanjutan ini adalah adopsi teknologi yang dilakukan oleh pelaku usaha, seperti penggunaan alat produksi otomatis oleh API yang meningkatkan kapasitas produksi hingga 30%, serta pemanfaatan aplikasi pengelolaan inventaris oleh AJ yang mengurangi risiko kehabisan stok. Selain itu, LA yang mengelola toko online melalui marketplace berhasil memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan hingga 40%. Teknologi ini memberikan efisiensi yang signifikan dalam operasional dan pemasaran, yang sangat penting dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasar.

Diversifikasi produk dan strategi pemasaran juga menjadi faktor penting dalam memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha. Misalnya, CAML yang fokus pada penjualan online dan LA yang memanfaatkan platform digital untuk memperluas pasar, menunjukkan potensi besar dalam menjangkau konsumen yang lebih luas dan memperkenalkan produk baru yang relevan dengan kebutuhan pasar. Sejalan dengan hal tersebut, penggunaan perangkat seperti mesin kasir otomatis oleh AO dan perangkat IoT untuk pemantauan produksi oleh ABL juga berkontribusi pada peningkatan kualitas produk dan efisiensi operasional, yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas mereka.

Namun, meskipun ada banyak potensi positif, keberlanjutan usaha ini tetap bergantung pada kemampuan pelaku usaha dalam mengatasi kendala-kendala yang ada, seperti keterbatasan modal, kurangnya pengetahuan dalam pengelolaan teknologi oleh sebagian pelaku usaha, serta kebutuhan akan sumber daya manusia yang kompeten. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk mengakses pelatihan, pendampingan manajerial, serta dukungan pembiayaan agar dapat terus berinovasi dan mengatasi tantangan yang dihadapi. Dengan demikian, potensi untuk menjaga keberlanjutan usaha angkringan di Kecamatan Pringgabaya cukup besar, asalkan pelaku usaha dapat memanfaatkan teknologi, diversifikasi produk, dan meningkatkan efisiensi secara berkelanjutan.

Rencana dalam 5 Tahun ke Depan

Penggunaan teknologi dalam keberlanjutan usaha menjadi salah satu faktor kunci dalam menghadapi tantangan pasar yang semakin kompetitif dan dinamis. Teknologi tidak hanya memungkinkan efisiensi operasional yang lebih tinggi, tetapi juga mendukung inovasi yang berkelanjutan dalam produk, layanan, dan proses bisnis. Dalam konteks keberlanjutan, teknologi dapat digunakan untuk meningkatkan produktivitas, mengurangi biaya, serta meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Selain itu, teknologi juga berperan dalam mempercepat transformasi digital yang dapat membuka peluang baru dan memperluas jangkauan pasar. Dengan demikian, pemanfaatan teknologi yang tepat dan terintegrasi menjadi langkah strategis untuk memastikan bahwa usaha tetap relevan, efisien, dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

Berdasarkan hasil temuan, banyak pelaku usaha angkringan di Kecamatan Pringgabaya yang menunjukkan rencana adopsi teknologi baru sebagai bagian dari strategi mereka untuk mengembangkan usaha. Misalnya, AB berencana untuk mengadopsi sistem POS (Point of Sale) untuk mempercepat transaksi, yang sejalan dengan rencananya untuk meningkatkan kualitas produk dan memperluas pasar, baik lokal maupun internasional. Hal ini sejalan dengan pendapat menurut Porter (1985) yang menyatakan bahwa penggunaan teknologi informasi dalam operasional dapat meningkatkan efisiensi dan daya saing perusahaan. Selain itu, LA berencana untuk menggunakan platform e-commerce berbasis website pribadi, yang merupakan langkah penting dalam memperkuat hubungan dengan pelanggan dan memperluas pasar. Ini juga sesuai dengan teori pemasaran digital yang diungkapkan oleh Chaffey (2015), yang menjelaskan bahwa pemanfaatan e-commerce dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

Rencana-rencana strategis yang diambil oleh pelaku usaha ini mencakup peningkatan efisiensi operasional, pengembangan produk, dan penguatan hubungan dengan pelanggan. API berencana menambah teknologi otomasi untuk pengemasan, yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas produksi dan mendukung pengembangan produk dengan merek lokal yang kuat. Menurut Christensen (1997), adopsi teknologi baru dalam proses produksi merupakan langkah penting dalam inovasi dan diferensiasi produk yang dapat meningkatkan daya saing. CAML juga merencanakan penggunaan sistem CRM (Customer Relationship Management) untuk meningkatkan interaksi dengan pelanggan, yang menunjukkan fokus pada layanan pelanggan sebagai bagian dari strategi diferensiasi.

Selain itu, rencana untuk mengintegrasikan teknologi ke dalam manajemen operasional juga terlihat pada AJ yang berencana mengintegrasikan sistem manajemen rantai pasok, serta ML yang berencana memperluas penggunaan iklan berbayar di platform digital untuk meningkatkan brand awareness. Menurut Kotler dan Keller (2016), pemanfaatan teknologi dalam pemasaran dan distribusi adalah cara efektif untuk meningkatkan efisiensi dan memperkuat branding. Teknologi pembayaran digital, yang direncanakan oleh AGB, serta penggunaan aplikasi analitik penjualan oleh AO, menunjukkan komitmen pelaku usaha untuk meningkatkan efisiensi transaksi dan memanfaatkan data untuk meningkatkan keputusan bisnis.

Secara keseluruhan, rencana adopsi teknologi baru yang dimiliki oleh para pelaku usaha angkringan di Kecamatan Pringgabaya menunjukkan adanya potensi besar untuk mendukung pengembangan usaha. Dengan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat branding, dan memperluas pasar, mereka dapat beradaptasi dengan perkembangan pasar yang cepat dan meningkatkan daya saing mereka. Pendekatan ini mendukung teori adaptasi teknologi dalam bisnis, yang dikemukakan oleh Tushman dan Anderson (1986), yang menjelaskan bahwa perusahaan yang berhasil beradaptasi dengan teknologi baru akan memiliki peluang lebih besar untuk berkembang dan bertahan dalam pasar yang kompetitif.

Berdasarkan hasil temuan, terdapat potensi besar untuk keberlanjutan usaha angkringan di Kecamatan Pringgabaya. Rencana adopsi teknologi baru, seperti penggunaan sistem POS, platform e-commerce, aplikasi CRM, serta peningkatan otomatisasi dalam produksi dan pengemasan, menunjukkan bahwa pelaku usaha siap untuk beradaptasi dengan perkembangan pasar dan teknologi. Strategi ini akan meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, serta meningkatkan kualitas produk dan layanan. Selain itu, rencana diversifikasi produk dan penggunaan teknologi untuk manajemen rantai pasok serta pengelolaan keuangan akan memperkuat daya saing usaha. Dengan meningkatkan kemampuan untuk berinovasi dan memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang, usaha angkringan di Kecamatan Pringgabaya berpotensi bertahan dalam jangka panjang. Keberhasilan ini tentu bergantung pada implementasi yang efektif dari rencana strategi ini, serta dukungan dari pihak-pihak terkait seperti pemerintah, lembaga keuangan, dan mitra bisnis untuk mengatasi kendala yang ada.

KESIMPULAN

Kegiatan usahan ini secara konseptual dapat dikatakan sebagai kegiatan ekonomi sektor non-formal. Usaha yang dilakukan dalam hal ini menjadi kegiatan yang sangat menguntungkan masyarakat setempat. Pelaku usaha angkringan di Kecamatan Pringgabaya menghadapi tantangan eksternal seperti persaingan ketat, fluktuasi harga bahan baku, dan ketergantungan pada musim, serta tantangan internal berupa keterbatasan modal dan tenaga kerja terampil. Namun, strategi yang diterapkan, seperti diversifikasi produk, pemanfaatan teknologi, dan efisiensi operasional, menunjukkan potensi besar untuk menjaga keberlanjutan usaha. Adopsi teknologi, seperti

penggunaan alat produksi otomatis dan platform digital untuk pemasaran, dapat meningkatkan kapasitas produksi, memperluas pasar, dan meningkatkan efisiensi. Dengan strategi yang tepat dan dukungan eksternal, usaha angkringan di Kecamatan Pringgabaya memiliki potensi besar untuk bertahan dan berkembang dalam jangka panjang.

Daftar Pustaka

- Handayani. (2007). *Studi Deskriptif Kualitatif Tentang Keterkaitan Hubungan Modal Sosial dengan Keberlangsungan Usaha Pengusaha Batik di Kampung Kauman, Kelurahan Kauman, Kecamatan Pasar Kliwon, Surakarta*. Universitas Sebelas Maret.
- Hutabarat, R. (2015). *Pengembangan industri kecil dan menengah di era globalisasi*. Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson.
- Kuncoro, M. (2013). *Strategi pengembangan usaha kecil dan menengah: Dalam perspektif kebijakan ekonomi*. Erlangga.
- Kurniawan, B. (2017). Nilai Tambah dalam Usaha Mikro Kecil Menengah: Membangun Jaringan Sosial Melalui Pengalaman Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 19(1), 67–75.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). Co-Creation Experiences: The Next Practice in Value Creation. *Journal of Interactive Marketing*, 18(3), 5–14.
- Prasetyo, A. (2015). Peran UMKM dalam Pembangunan Ekonomi Lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 123–135.
- Puspitaningtyas, Z. (2017). *Manfaat Literasi Keuangan Bagi Business Sustainability*. Yogyakarta, Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan dan Inovasi Bisnis VII. Universitas Tarumanegara.
- Sidoarjo, B. P. S. K. (2014). *Statistik Kesejahteraan Rakyat Kabupaten Sidoarjo tahun 2017 (2017th ed.)*. Badan Pusat Statistik Sidoarjo.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryana, Y. (2014). *Kewirausahaan: Pendekatan karakteristik wirausaha sukses*. Salemba Empat.
- Susilo, H. (2018). Tantangan dan Strategi Keberlanjutan Usaha Kuliner di Era Persaingan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 21(2), 110–118.
- Wansink, B. (2016). Eating Behavior and Consumer Food Choices: The Role of Health and Nutrition. *Appetite*, 105, 559–564.