

Lebaran Inflation and Adaptation of MSMEs Economy: Case Study in the Culinary Sector

Fery Hernaningsih^{1)*}

¹⁾ Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mohammad Husni Thamrin

^{*)} Correspondence Author: feryherna@gmail.com, Jakarta, Indonesia.

DOI: <https://doi.org/10.37012/ileka.v6i1.2601>

Abstract

Lebaran is one of the annual moments that has a major impact on the economy, especially for the culinary MSME sector. The surge in demand is often accompanied by an increase in the price of raw materials which causes seasonal inflation. Seasonal inflation that occurs during the Lebaran period has a significant impact on the micro, small, and medium enterprises (MSMEs) sector, especially in the culinary sector. In the Jl. Antene IV Housing, Radio Dalam, South Jakarta, approaching the time to break the fast, many small business actors sell various foods and drinks for breaking the fast, such as takjil and special Ramadan dishes. Each trader determines the price according to the production costs and desired profits. Traders adapt to the increase in raw material prices by increasing selling prices and diversifying products. This study aims to analyze how culinary MSMEs adapt to fluctuations in raw material prices, increasing demand, and other operational challenges during the Lebaran period. Using a qualitative approach, this study examines the strategies implemented by culinary MSMEs in maintaining the stability of their businesses. Data were obtained through in-depth interviews with business actors and observations in several culinary centers that experienced a spike in demand during Lebaran. The results of the study show that the main strategies used include price adjustments, product diversification, and more efficient stock management. These findings are expected to provide insight for MSMEs in facing economic challenges during the Eid moment and become a consideration for the government in designing policies that support the sustainability of MSMEs.

Keywords: Eid Inflation, Culinary MSMEs, Economic Adaptation, Business Management

Abstrak

Lebaran merupakan salah satu momen tahunan yang berdampak besar terhadap perekonomian, khususnya bagi sektor UMKM kuliner. Lonjakan permintaan seringkali diiringi dengan kenaikan harga bahan baku yang menyebabkan inflasi musiman. Inflasi musiman yang terjadi selama periode Lebaran memberikan dampak signifikan terhadap sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), khususnya pada sektor kuliner. Di Perumahan Jl. Antene IV, Radio Dalam, Jakarta Selatan menjelang berbuka puasa banyak pelaku usaha kecil menjajakan berbagai makanan dan minuman untuk berbuka puasa, seperti takjil dan hidangan khas Ramadhan. Masing-masing pedagang menentukan harga sesuai dengan biaya produksi dan keuntungan yang diinginkan. Pedagang beradaptasi dengan kenaikan harga bahan baku yaitu menaikkan harga jual dan diversifikasi produk. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana UMKM kuliner beradaptasi terhadap fluktuasi harga bahan baku, permintaan yang meningkat, serta tantangan operasional lainnya selama periode Lebaran. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengkaji strategi yang diterapkan oleh UMKM kuliner dalam menjaga stabilitas usaha mereka. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pelaku usaha serta observasi di beberapa sentra kuliner yang mengalami lonjakan permintaan saat Lebaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi utama yang digunakan meliputi penyesuaian harga, diversifikasi produk, dan manajemen stok yang lebih efisien. Temuan ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi UMKM dalam menghadapi tantangan ekonomi selama momen Lebaran serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah dalam merancang kebijakan yang mendukung keberlanjutan UMKM.

Kata Kunci: Inflasi Lebaran, UMKM Kuliner, Adaptasi Ekonomi, Manajemen Usaha

PENDAHULUAN

Lebaran merupakan salah satu momen tahunan yang berdampak besar terhadap perekonomian, khususnya bagi sektor UMKM kuliner. Lonjakan permintaan seringkali diiringi dengan kenaikan harga bahan baku yang menyebabkan inflasi musiman. Fenomena ini menimbulkan berbagai tantangan bagi pelaku usaha dalam menjaga profitabilitas dan operasional mereka. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada adaptasi ekonomi yang dilakukan oleh UMKM kuliner dalam menghadapi inflasi Lebaran. Perumahan Jl. Antene IV di kawasan Radio Dalam, Jakarta Selatan, mengalami peningkatan aktivitas perdagangan selama bulan puasa. Pelaku usaha kecil menjajakan berbagai makanan dan minuman untuk berbuka puasa, seperti takjil dan hidangan khas Ramadhan. Keberadaan Masjid Nurul Iman di Jl. Antene IV No. 4 juga menarik jamaah yang meningkatkan aktivitas ekonomi di sekitarnya.

Namun, peningkatan jumlah pedagang sering menyebabkan kemacetan dan kesemrawutan. Pemerintah daerah perlu mengelola aktivitas ini agar tetap tertib dan tidak mengganggu ketertiban umum.

Menurut teori Keynes, inflasi terjadi ketika permintaan masyarakat akan barang dan jasa melebihi kapasitas produksi yang tersedia, yang dapat terjadi selama periode Lebaran. Secara historis, inflasi selama Ramadan dan Idul Fitri cenderung meningkat akibat lonjakan permintaan, terutama pada sektor pangan dan transportasi. Dengan demikian, inflasi Lebaran adalah fenomena kenaikan harga yang bersifat musiman dan temporer, dipicu oleh peningkatan permintaan selama periode perayaan Idul Fitri.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner adalah unit usaha yang bergerak dalam produksi dan penjualan makanan dan minuman, dengan skala usaha yang termasuk dalam kategori mikro, kecil, atau menengah. Menurut Suyadi et al. (2018), UMKM memiliki keunggulan seperti inovasi produk yang mudah, kemampuan menyerap tenaga kerja, fleksibilitas, dan adaptasi terhadap perubahan pasar yang cepat.

Adaptasi ekonomi mengacu pada kemampuan individu, rumah tangga, atau komunitas untuk menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi ekonomi guna menjaga atau meningkatkan kesejahteraan mereka. Konsep ini sering dikaitkan dengan strategi yang diterapkan oleh pelaku ekonomi untuk menghadapi tantangan seperti inflasi, perubahan pasar, atau krisis ekonomi.

Manajemen usaha adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya dalam sebuah organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Buku "Manajemen Kewirausahaan Era Digitalisasi" memberikan arahan sistematis dan komprehensif tentang bagaimana menjadi entrepreneur, memulai bisnis, membuat rencana bisnis, dan manajemen usaha, termasuk metode dan aplikasi yang mudah dipahami.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Menurut (Ishtiaq, 2019) study kasus adalah di mana peneliti mengembangkan analisis mendalam atas suatu kasus, program, peristiwa, aktivitas, proses atas satu individu atau lebih. Penelitian menggunakan metode studi kasus eksplorasi untuk mendapatkan informasi kenaikan harga bahan baku dan adaptasi harga jual barang dagangan dengan meningkatnya pedagang makanan. Subjek penelitian ini adalah para pedagang makanan dan minuman di Jl. Antene IV, Radio Dalam, Jakarta Selatan. Pengambilan data dilakukan dengan wawancara mendalam. Wawancara semi-terstruktur dilakukan dan daftar pertanyaan disusun untuk wawancara, dikembangkan berdasarkan literatur terkait. Wawancara dilakukan terhadap subjek yaitu para pedagang makanan dan minuman. Teknik pengumpulan dengan data primer dilakukan wawancara semi-terstruktur sedangkan data sekunder dikumpulkan dari data yang dipublikasikan seperti artikel jurnal-jurnal dan buku. Penelitian ini terbatas pada ukuran subjek lima responden pedagang yang tinggal di Jl. Antene IV, Radio Dalam, Jakarta Selatan. Subjek dipilih secara purposive yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian tertentu. Tidak ada batasan jumlah responden dengan purposive, asalkan informasi yang diinginkan dapat diperoleh dan dihasilkan (Lawrence et al., 2017). (Ishtiaq, 2019) memberikan rekomendasi ukuran subjek, yang berkisar tidak lebih dari empat hingga lima kasus. Dalam studi kasus par a responden diwawancarai hingga informasi data tercapai dan tidak ada lagi informasi baru dapat diperoleh (Gaizauskaité, 2012). Jangka waktu penelitian ini sekitar satu setengah bulan terhitung pertengahan Februari 2025 sampai akhir Maret 2025. Perilaku dan kegiatan sehari-hari subjek diamati berdasarkan dimensi Work from Home.

Teknik analisis dan interpretasi data menggunakan model tematik (Ishtiaq, 2019). Ini dianggap paling tepat untuk setiap penelitian yang berupaya mengeksplorasi beberapa

interpretasi. Dalam analisis tematik "semua kemungkinan interpretasi adalah mungkin" (Alhojailan & Ibrahim, 2012). Analisis tematik dipilih karena dapat menghasilkan analisis mendalam yang menjawab pertanyaan penelitian tertentu (Heriyanto, 2018). Setelah analisis yang ketat, peneliti menggambarkan temuan, sesuai dengan lima pertanyaan penelitian yang diajukan, yaitu: 1) Bagaimana dampak inflasi saat Lebaran terhadap harga bahan baku di sektor kuliner UMKM? 2) Bagaimana dampak lonjakan pedagang terhadap volume penjualan UMKM Kuliner? 3) Bagaimana perubahan harga bahan baku utama selama periode Lebaran berdampak pada harga jual produk kuliner UMKM? 4) Apa saja strategi yang diterapkan oleh UMKM kuliner untuk beradaptasi dengan kenaikan harga bahan baku akibat inflasi Lebaran? 5) Bagaimana UMKM kuliner menyiasati peningkatan permintaan selama Lebaran tanpa mengalami kenaikan biaya produksi yang signifikan?

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena pedagang di Jl. Antene IV, Radio Dalam, Jakarta Selatan selama bulan puasa dapat dikaji dari berbagai aspek, seperti peningkatan jumlah pedagang, perubahan pola konsumsi masyarakat, serta strategi penjualan yang diterapkan oleh para pedagang.

Lonjakan aktivitas perdagangan selama bulan puasa, terutama menjelang waktu berbuka, banyak pedagang makanan dadakan bermunculan untuk menjual takjil dan makanan berbuka puasa. Contohnya pisang goreng raja dan cempedak yang berbeda dengan pedagang gorengan lainnya. Perubahan pola konsumsi masyarakat cenderung mencari makanan khas berbuka, yang memengaruhi jenis dagangan yang laku keras di Jl. Antene IV, Radio Dalam. Contohnya dim sum, kolak, lontong dan aneka minuman berbuka puasa. Strategi penjualan pedagang dengan memproduksi dalam jumlah yang banyak sehingga biaya produksi menjadi lebih murah. Harga jual kompetitif dan profitabilitas dapat terjaga. Menjual produk dengan margin lebih tinggi, seperti takjil atau minuman manis yang banyak dicari saat berbuka. Menawarkan menu premium spesial berbuka dengan bahan berkualitas lebih tinggi bagi segmen menengah ke atas. Tantangan yang dihadapi pedagang seperti persaingan yang ketat antar pedagang, keterbatasan ruang berjualan, atau fluktuasi harga bahan baku akibat meningkatnya permintaan.

Dampak Inflasi saat Lebaran terhadap Harga Bahan Baku di Sektor Kuliner UMKM

Inflasi saat Lebaran biasanya terjadi karena meningkatnya permintaan, keterbatasan pasokan, serta faktor distribusi. Hal ini berdampak langsung pada kenaikan harga bahan baku, yang kemudian berimbas pada biaya produksi dan harga jual produk kuliner UMKM. Berikut beberapa dampaknya:

1. Kenaikan Harga Bahan Baku Utama
 - a. Daging dan ayam: Permintaan meningkat drastis menjelang Lebaran, menyebabkan harga melonjak.
 - b. Telur dan susu: Bahan ini banyak digunakan dalam pembuatan kue dan makanan khas Lebaran, sehingga harganya naik.
 - c. Minyak goreng dan tepung: Produk ini termasuk bahan pokok dalam industri kuliner, dan kenaikannya memengaruhi banyak produk.
 - d. Bumbu dapur dan sayuran: Harga bahan segar seperti cabai, bawang, dan tomat juga cenderung naik akibat lonjakan permintaan dan keterbatasan pasokan.
2. Biaya Produksi UMKM Meningkat
 - a. Dengan naiknya harga bahan baku, biaya produksi makanan dan minuman juga meningkat.
 - b. UMKM yang bergantung pada bahan impor mungkin mengalami kenaikan harga lebih tinggi akibat fluktuasi nilai tukar.
3. Penyesuaian Harga Jual dan Strategi Adaptasi
 - a. Banyak UMKM terpaksa menaikkan harga jual untuk menjaga margin keuntungan.
 - b. Sebagian UMKM memilih untuk mengecilkan porsi atau mengganti bahan baku dengan alternatif yang lebih murah.
 - c. Ada juga yang menerapkan strategi paket bundling atau promo diskon untuk menarik lebih banyak pelanggan.
4. Gangguan Rantai Pasok dan Ketersediaan Barang
 - a. Lonjakan permintaan dan distribusi yang padat menjelang Lebaran bisa menyebabkan keterlambatan pengiriman bahan baku.
 - b. Beberapa UMKM kesulitan mendapatkan stok bahan baku dengan harga stabil, sehingga harus membeli dalam jumlah besar sebelum harga naik.

5. Pengaruh terhadap Daya Saing UMKM

- a. UMKM dengan modal kecil lebih rentan terkena dampak karena tidak bisa menyetok bahan baku dalam jumlah besar.
- b. UMKM yang memiliki jaringan pemasok lebih kuat atau mampu mengadopsi strategi efisiensi lebih cepat cenderung bertahan lebih baik dibandingkan pesaingnya.

Inflasi saat Lebaran menyebabkan kenaikan harga bahan baku, yang berdampak langsung pada biaya produksi dan harga jual di sektor kuliner UMKM. Untuk bertahan, UMKM harus beradaptasi dengan strategi seperti efisiensi bahan baku, penyesuaian harga, serta inovasi dalam pemasaran dan promosi

Dampak Lonjakan Pedangan Bulan Ramadhan terhadap Volume Penjualan UMKM Kuliner

Selama bulan Ramadhan, jumlah pedagang makanan dan minuman meningkat tajam, terutama di pasar takjil, bazar Ramadhan, dan platform online. Lonjakan ini memiliki dampak positif maupun negatif terhadap volume penjualan UMKM kuliner.

Dampak Positif :

1. Meningkatkan Permintaan Konsumen
 - a. Bulan Ramadhan adalah momen di mana konsumsi makanan meningkat, terutama menjelang berbuka puasa dan sahur.
 - b. Volume penjualan bisa meningkat karena banyaknya pelanggan yang mencari makanan khas Ramadhan.
2. Peluang Pasar Baru
 - a. UMKM bisa memanfaatkan bazar Ramadhan dan pasar takjil untuk menjangkau pelanggan baru.
 - b. Penjualan online juga meningkat karena banyak orang mencari makanan siap saji untuk berbuka atau sahur.
3. Efek Domino dari Keramaian
 - a. Jika sebuah area ramai dengan banyak pedagang makanan, pelanggan cenderung datang lebih banyak, meningkatkan potensi penjualan bagi semua pedagang.
 - b. Kehadiran banyak pilihan makanan bisa menarik lebih banyak konsumen ke satu lokasi.

Dampak Negatif :

1. Persaingan Ketat

- a. Lonjakan pedagang menyebabkan persaingan harga yang lebih sengit, sehingga UMKM harus berusaha lebih keras untuk menarik pelanggan.
- b. Beberapa pelanggan lebih memilih pedagang baru dengan harga lebih murah atau promo menarik.

2. Penurunan Loyalitas Pelanggan

- a. Konsumen cenderung mencoba berbagai pilihan makanan baru, sehingga UMKM yang sebelumnya memiliki pelanggan tetap mungkin kehilangan sebagian konsumennya.

3. Fluktuasi Volume Penjualan

- a. Pada awal Ramadhan, volume penjualan bisa naik drastis, tetapi di pertengahan hingga akhir Ramadhan, persaingan makin ketat dan pelanggan mulai lebih selektif.
- b. Penjualan bisa turun tajam jika UMKM tidak memiliki strategi pemasaran yang kuat.

Lonjakan pedagang selama bulan Ramadhan dapat meningkatkan atau justru mengurangi volume penjualan UMKM kuliner, tergantung pada strategi yang diterapkan. UMKM yang mampu beradaptasi dengan persaingan, meningkatkan kualitas produk, serta memanfaatkan pemasaran digital akan tetap unggul di tengah ramainya pasar Ramadhan.

Bagaimana Perubahan Harga Bahan Baku Utama selama Periode Lebaran Berdampak pada Harga Jual Produk Kuliner UMKM

Selama periode Lebaran, harga bahan baku utama di sektor kuliner cenderung mengalami kenaikan akibat tingginya permintaan, keterbatasan pasokan, dan gangguan distribusi. Hal ini berdampak langsung pada biaya produksi dan strategi penetapan harga oleh UMKM kuliner.

1. Kenaikan Harga Bahan Baku dan Biaya Produksi

- a. Daging, ayam, dan ikan: Harga melonjak karena permintaan tinggi untuk hidangan khas Lebaran.
- b. Bumbu dapur (cabai, bawang, dll.): Kenaikan harga terjadi akibat lonjakan konsumsi dan keterbatasan stok.
- c. Minyak goreng dan tepung: Produk ini banyak digunakan dalam industri makanan, terutama untuk gorengan dan kue Lebaran.

- d. Gula dan susu: Permintaan meningkat drastis karena banyaknya produksi makanan manis seperti kue kering dan minuman khas Lebaran.

Akibatnya, biaya produksi UMKM naik, memaksa mereka untuk menyesuaikan harga jual agar tetap memperoleh keuntungan.

2. Penyesuaian Harga Jual Produk Kuliner

- a. Kenaikan Harga Produk: Banyak UMKM menaikkan harga jual untuk mengimbangi biaya produksi yang lebih tinggi.
- b. Strategi Porsi atau Substitusi Bahan: Beberapa UMKM mengurangi porsi atau mengganti bahan baku dengan alternatif yang lebih murah agar harga jual tetap terjangkau.
- c. Penawaran Paket atau Bundling: Menggabungkan beberapa menu dalam satu paket dengan harga yang lebih menarik bagi konsumen.

3. Dampak terhadap Permintaan dan Daya Beli Konsumen

- a. Kenaikan harga produk bisa menyebabkan turunnya daya beli pelanggan, terutama bagi segmen masyarakat yang sensitif terhadap harga.
- b. Konsumen mungkin mencari alternatif yang lebih murah atau beralih ke pesaing yang menawarkan harga lebih stabil.
- c. Sebagian pelanggan tetap membeli produk dengan harga lebih tinggi, terutama jika produk memiliki nilai unik atau berkualitas premium.

Kenaikan harga bahan baku selama periode Lebaran berdampak langsung pada harga jual produk kuliner UMKM. UMKM harus menerapkan strategi adaptasi yang tepat, seperti penyesuaian harga, efisiensi produksi, dan inovasi pemasaran untuk menjaga daya saing serta tetap memperoleh keuntungan.

Strategi UMKM Kuliner dalam Menghadapi Kenaikan Harga Bahan Baku Akibat Inflasi Lebaran

Kenaikan harga bahan baku selama Lebaran dapat menekan margin keuntungan UMKM kuliner. Untuk mengatasi hal ini, UMKM perlu menerapkan berbagai strategi agar tetap kompetitif dan mempertahankan keuntungan. Berikut beberapa strategi yang bisa diterapkan:

1. Penyesuaian Harga

Meskipun harga bahan baku meningkat, banyak UMKM yang menerapkan kenaikan harga takjil atau minuman manis yang banyak dicari saat berbuka sehingga volume penjualan meningkat dan memperoleh keuntungan.

2. Diversifikasi Produk

Beberapa pelaku usaha menawarkan variasi menu dengan bahan baku alternatif yang lebih stabil harganya.

3. Manajemen Stok yang Efisien

UMKM mulai melakukan pembelian bahan baku lebih awal sebelum harga melonjak untuk mengurangi dampak inflasi.

4. Pengecilan Porsi atau Modifikasi Resep

Beberapa UMKM memilih untuk mengurangi ukuran porsi atau mengganti bahan baku dengan alternatif yang lebih murah. Misalnya, mengganti daging ayam kampung dengan ayam negeri atau mengurangi penggunaan bahan premium. Namun, perubahan ini harus dilakukan hati-hati agar tidak merusak kualitas dan loyalitas pelanggan.

5. Strategi Pengadaan dan Efisiensi Operasional

Bekerja sama dengan pemasok tetap untuk mendapatkan harga lebih stabil, Menyesuaikan menu dengan bahan baku yang sedang tersedia dan terjangkau. Mencari pemasok lokal dengan harga lebih murah dan kualitas terjamin.

6. Strategi Inovasi Produk dan Diferensiasi

Menyediakan menu spesial Ramadhan yang sulit ditemukan di tempat lain. Menciptakan varian menu baru untuk menarik perhatian pelanggan. Menggunakan produk musiman dengan harga lebih stabil.

Dengan strategi yang tepat, mulai dari penyesuaian harga, efisiensi pengadaan bahan, optimalisasi pemasaran, hingga inovasi produk. UMKM kuliner dapat bertahan dan tetap menguntungkan meskipun menghadapi kenaikan harga bahan baku akibat inflasi Lebaran

Bagaimana UMKM Kuliner Menyiasati Peningkatan Permintaan selama Lebaran Tanpa Mengalami Kenaikan Biaya Produksi yang Signifikan?

Selama Lebaran, permintaan produk kuliner meningkat drastis. Namun, UMKM harus berhati-hati agar lonjakan permintaan ini tidak berujung pada peningkatan biaya produksi yang tidak terkendali. Berikut beberapa strategi yang bisa diterapkan:

1. Manajemen Stok dan Pengadaan Bahan Baku yang Efisien

Stok bahan baku lebih awal saat harga masih stabil untuk menghindari lonjakan harga menjelang Lebaran. Gunakan sistem penyimpanan yang baik untuk menghindari kerusakan bahan baku. Mencari pemasok alternatif yang bisa menawarkan harga lebih kompetitif.

2. Optimalisasi Produksi agar Lebih Efisien

Memasak dalam jumlah besar sekaligus untuk menghemat bahan bakar, waktu, dan tenaga kerja. Menggunakan alat masak yang bisa meningkatkan kapasitas produksi tanpa menambah biaya operasional, seperti oven kapasitas besar atau rice cooker industri.

3. Memanfaatkan Teknologi untuk Meningkatkan Penjualan

Bermitra dengan platform seperti GrabFood dan GoFood untuk menjangkau lebih banyak pelanggan tanpa perlu biaya promosi besar. Menggunakan WhatsApp Business dan media sosial untuk menerima pesanan lebih cepat. Melihat tren penjualan dari periode Lebaran sebelumnya untuk memperkirakan jumlah produksi yang tepat. Fokus pada produk yang paling laris dan mengurangi menu yang kurang diminati

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini dengan judul “Inflasi Lebaran dan Adaptasi Ekonomi UMKM: Studi Kasus pada Sektor Kuliner” maka kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Inflasi Lebaran memberikan tantangan besar bagi UMKM kuliner, namun pelaku usaha mampu mengatasinya melalui strategi adaptasi yang efektif.
2. Kenaikan harga bahan baku, biaya operasional, dan daya beli masyarakat yang berfluktuasi menjadi tantangan utama bagi UMKM kuliner selama periode tersebut.

3. UMKM menerapkan berbagai strategi adaptasi, termasuk efisiensi biaya produksi, diversifikasi menu, pemanfaatan pemasaran digital, serta optimalisasi arus kas dan modal usaha.
4. Kerja sama dengan pemasok dan kolaborasi dengan bisnis lain juga menjadi solusi efektif dalam menjaga stabilitas usaha di tengah tekanan inflasi.
5. Perencanaan bisnis yang matang serta dukungan dari pemerintah dalam membantu UMKM menghadapi fluktuasi ekonomi musiman.

Adapun rekomendasi yang bisa diberikan adalah sebagai berikut:

1. Manajemen Harga dan Biaya Produksi
 - a. Gunakan bahan baku alternatif: Cari substitusi bahan yang lebih murah tanpa mengorbankan kualitas.
 - b. Pembelian dalam jumlah besar: Lakukan stok bahan baku sebelum harga melonjak menjelang Lebaran.
 - c. Efisiensi operasional: Kurangi biaya yang tidak perlu, seperti listrik dan bahan bakar.
2. Strategi Pemasaran dan Penjualan
 - a. Paket bundling: Tawarkan promo paket hemat untuk meningkatkan penjualan.
 - b. Pre-order: Gunakan sistem pemesanan awal untuk mengurangi risiko kehabisan stok.
 - c. Digital marketing: Manfaatkan media sosial dan platform online untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.
3. Inovasi Produk dan Layanan
 - a. Menu khusus Lebaran: Ciptakan menu spesial atau produk limited edition untuk menarik minat pelanggan.
 - b. Layanan katering atau hampers: Tingkatkan layanan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan saat Lebaran.
4. Optimalisasi Keuangan dan Modal
 - a. Cari sumber pendanaan alternatif: Gunakan pinjaman mikro atau crowdfunding untuk modal tambahan.
 - b. Arus kas sehat: Kelola keuangan dengan baik agar tetap stabil meskipun harga bahan baku naik.

5. Kolaborasi dan Kemitraan
 - a. Bekerja sama dengan supplier: Negosiasi harga bahan baku yang lebih stabil.
 - b. Kolaborasi dengan UMKM lain: Misalnya, bundling produk dengan bisnis lain untuk menarik lebih banyak pelanggan.

REFERENSI

- Alamanda, AR (2022). Pengenalan Media Sosial Sebagai Sarana Digital Marketing Umkm Bidang Kuliner Pada Masa ADAPTASI KEBIASAAN BARU (AKB). *Jurnal Pengabdian Mandiri*, bajangjournal.com, <https://www.bajangjournal.com/index.php/JPM/article/download/3163/2279>
- Agit, A, Putra, I, Putra, GK, Prameswari, FD, Hani, U, & ... (2024). *Pengantar Manajemen Usaha.*, penarepository.com, https://penarepository.com/id/eprint/54/1/CETAK%20Layout-Pengantar%20Manajemen%20Usaha-Penamuda_removed.pdf
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Dinamika Harga Bahan Pokok selama Periode Lebaran*. Jakarta: BPS.
- Bank Indonesia. (2022). Laporan Inflasi Tahunan: *Dampak Musiman Lebaran terhadap Perekonomian*. Jakarta: Bank Indonesia.
- Firmansyah, R. & Suryani, T. (2020). Pengaruh Inflasi terhadap Daya Beli Konsumen di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 45-60.
- Fitriyah, S, Meutia, M, & Anggraeni, D (2021). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Adaptasi Lingkungan Bisnis Terhadap Kinerja Pemasaran Ukm Kuliner Banten Di Kota *Jurnal Ilmu Pertanian* ..., jurnal.untirta.ac.id, <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JIPT/article/view/13737>
- Gustian, FR, & Gunawan, A (2025). Perubahan Dinamika Bisnis Kuliner Di Era Marketplace: Studi Kasus Adaptasi Terhadap Digitalisasi. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial* ..., samudrapublisher.com, <https://samudrapublisher.com/index.php/JISOSEPOL/article/view/284>
- Hasan, M, Hayati, AF, Miranda, M, & ... (2021). Ekonomi Kreatif di Masa Adaptasi Kebiasaan Baru: Kajian Kreativitas dan Inovasi Pada UMKM Subsektor Kuliner. *Jurnal Inovasi* ..., eprints.unm.ac.id, <https://eprints.unm.ac.id/28520/>

- Heriyanto. (2018). Thematic Analysis sebagai Metode Menganalisa Data untuk Penelitian Kualitatif. *Research Gate*, 1-9.
- Holiah, R, & Zakiah, N (2022). Analisis perilaku masyarakat terhadap sektor kuliner di era adaptasi baru pasca pandemi COVID-19. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan ...*, transpublika.co.id,
<https://transpublika.co.id/ojs/index.php/Transekonomika/article/view/179>
- Ishtiaq, M. (2019). Book Review Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage. *English Language Teaching*, 12(5), 40. <https://doi.org/10.5539/elt.v12n5p40>
- Juniansyah, A (2022). Pemanfaatan Ekonomi Digital Dalam Strategi Pemasaran Dan Pelayanan Pada Usaha Kuliner UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 Serta Strategi Adaptasi Di Era New *Jurnal Bisnisan: Riset Bisnis dan ...*, bisnisan.nusaputra.ac.id, <https://bisnisan.nusaputra.ac.id/article/view/105>
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2021). *Strategi Adaptasi UMKM dalam Menghadapi Tantangan Ekonomi*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM.
- Susanto, A. (2019). *Manajemen UMKM Kuliner dalam Menghadapi Tantangan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Mandiri.
- Worldailmi, E (2022). Rekomendasi Inovasi Adaptasi di Tengah Pandemi Berdasarkan Strategi Pemasaran: Studi Kasus Usaha Kuliner Warung Halal. *Journal of Appropriate Technology for Community ...*, journal.uui.ac.id,
<https://journal.uui.ac.id/JATTEC/article/view/21604>