



POLA PERSEBARAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) KULINER KEMASAN KHAS MINANG DI KOTA PADANG BERBASIS WEBGIS

Chici Sartika Ayu¹, Rery Novio¹

¹)Departemen Geografi

Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang

Email: chicisartika42@gmail.com

Abstrak

Tujuan penelitian: 1)Pola persebaran UMKM kuliner kemasan khas Minang, 2)Klasifikasi UMKM kuliner kemasan terhadap modal, bahan baku, tenaga kerja dan penjualan dan pemasaran 3)Sebaran UMKM kuliner kemasan di Kecamatan Padang Kota Padang menggunakan *Webgis*. Penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis *Neighbor Nearest Analyst*, deskriptif persentase, tabulasi silang dan sebaran WebGis. Hasil dari penelitian ini: 1) Pola sebaran UMKM Kuliner Kemasan Khas Minang di Kecamatan Padang Barat yang di analisis dengan *Average Nearest Neighbor* pada Aplikasi ArcGIS di peroleh nilai *Nearest Neighbor Ratio* 0,743437, maka pola sebaran UMKM Kuliner Kemasan Khas Minangan berpola *Clustered* atau mengelompok. 2)Klasifikasi UMKM Kuliner Kemasan Di Kecamatan Padang Barat Kota Padang berdasarkan profil, modal, bahan baku, tenaga kerja dan penjualan & pemasaran menurut PP UMKM NO.7 Tahun 2021, jenis UMKM kuliner kemasan Khas Minang sebanyak 41 UMKM yang masih aktif berada di Kecamatan Padang Barat, klasifikasinya adalah Usaha Mikro. 3)Sebaran UMKM kuliner kemasan Khas Minang di Kecamatan Padang Barat Kota Padang dilihat dari WebGis menunjukkan titik lokasi sekaligus memberi informasi terkait sebaran UMKM yang berjumlah 41 UMKM, agar lebih memudahkan penduduk lokal, wisatawan lokal maupun wisatawan asing dalam mencari lokasi sehingga tidak menyulitkan para pembeli untuk mengetahui lokasi dari UMKM dengan aplikasi berjalan.

Kata kunci: Pola Sebaran UMKM. *Nearest Neighbor Ratio*, *WebGIS*

Abstract

Research objectives: 1) Patterns of distribution of Minang-style packaged culinary MSMEs, 2) Classification of packaged culinary MSMEs on capital, raw materials, labor and sales and marketing 3) Distribution of packaged culinary MSMEs in Padang District, Padang City using Webgis. This research is a type of quantitative descriptive research using neighbor-nearest analyst analysis techniques, percentage descriptive, cross-tabulation and WebGIS distribution. The results of this study: 1) The distribution pattern of Minang Special Culinary UMKM in Padang Barat District which was analyzed by the Average Nearest Neighbor in the ArcGIS Application obtained a Nearest Neighbor Ratio value of 0.743437, so the distribution pattern of Minangan Special Culinary UMKM has a Clustered pattern or clustered . 2) Classification of Packaged Culinary MSMEs in West Padang District, Padang City based on profile, capital, raw materials, labor and sales & marketing according to PP UMKM NO.7 of 2021, there are 37 types of typical Minang packaged culinary MSMEs which are still active inthe District West Padang, the classification is Micro Business. 3) The distribution of typical Minang packaged culinary MSMEs in Padang Barat District, Padang City seen from WebGIS shows location points as well as providing information regarding the distribution of MSMEs, totaling 41 MSMEs, to make it easier for local residents, local tourists and foreign tourists to find locations so as not to make it difficult for buyers to find out the location of UMKM with the application running.

Keywords: MSME Distribution Pattern, Nearest Neighbor Ratio, WebGis

Pendahuluan

Salah satu strategi yang dilakukan oleh pemerintah dalam menopang pembangunan ekonomi adalah dengan memberdayakan dan menumbuhkan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai dasar pembangunan ekonomi rakyat (Alyas dan M. Rakhib, 2017). Hal tersebut disebabkan sektor UMKM memiliki beberapa keunggulan salah satunya menurut Supriyanto (2006) adalah kemampuan bertahan menghadapi krisis ekonomi yang melanda Indonesia pada tahun 1997.

Selain terbukti mampu bertahan terhadap krisis ekonomi, menurut Permana (2017) UMKM juga memiliki peran yang sangat strategis dan penting dalam perekonomian Indonesia. Putra (2016) menyebutkan bahwa peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia paling tidak dapat dilihat dari: (1) kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, (2) penyedia lapangan kerja yang terbesar, (3) pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, (4) pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta (5) sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor.

Berdasarkan Database Binaan Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro

dan Kecil Dinas Koperasi dan Ukm Kota Padang jumlah UMKM pada awal tahun 2021 berjumlah 12.394 pelaku UMKM dengan 9 jenis usaha yaitu kuliner saji, kuliner kemasan, fashion, kerajinan, ritel, jasa, pertanian, peternakan, dan perikanan.

Indonesia dikenal dengan negara yang kaya akan kuliner. Kuliner merupakan hasil olahan yang berupa masakan. Masakan tersebut berupa lauk pauk, makanan dan minuman. Sedangkan wisata kuliner sendiri adalah kegiatan yang dilakukan banyak orang dalam bidang kebutuhan makanan, untuk hiburan.

Wisata kuliner di Sumatera Barat telah menjadi daya tarik tersendiri untuk para wisatawan. Setiap kawasan di Sumatera Barat masing-masing daerahnya memiliki makanan sebagai ciri khas daerah, yang biasa dijadikan sebagai buah tangan (oleh-oleh) misalnya: Padang terkenal dengan bengkuang, Padang Panjang terkenal dengan pergedel jagung, Bukittinggi dengan karupuak sanjai, Payakumbuh dengan galamai dan batiah.

Selain itu Sumatera Barat juga memiliki banyak kuliner khas lainnya seperti kipang kacang, bareh randang, randang telur, dakak-dakak, karak kaliang, rakik maco, pinyaram, karupuak balado, dan termasuk juga

menghasilkan kopi luwak. Seluruh keinginan para wisatawan untuk dapat memiliki berbagai macam makanan khas (oleh-oleh) ini dapat terpenuhi dengan membelinya di berbagai pusat oleh-oleh yang ada di Sumatera barat termasuk di Kota Padang.

Kota Padang merupakan salah satu kota di Provinsi Sumatera Barat yang mempunyai banyak potensi, baik di bidang pangan, pariwisata maupun pendidikan. Selain terkenal dengan pariwisata pantainya Kota Padang juga terkenal dengan oleh-oleh khas Kota Padang yang banyak diminati oleh wisatawan asing maupun lokal.

Tabel.1 Luas dan Pusat Kecamatan Kota Padang

Kecamatan	Pusat Kota	Luas (km ²)	Persentase Terhadap Luas Wilayah (%)
Bungus Teluk Kabung	Pasar Laban	100,78	14,50
Lubuk Kilangan	Bandar Buat	85,99	12,37
Lubek Begalung	Lubuk Begalung	30,91	4,45
Padang Selatan	Mata air	10,03	1,44
Padang Timur	Simpang Haru	8,15	1,17
Padang Barat	Purus	7,00	1,01
Padang Utara	Lolong Belanti	8,08	1,16
Nanggalo	Surau Gadang	8,07	1,16
Kuranji	Pasar Ambacang	57,41	8,26
Pauh	Pasar Baru	146,29	21,05
Koto Tangah	Lubuk Buaya	232,25	33,42

Sumber : BPS Kota Padang (Padang Dalam Angka 2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat kita

lihat bahwa Kecamatan Padang Barat memiliki luas 7 km² merupakan kecamatan yang paling kecil luasannya di banding kecamatan lain serta memiliki persentase hanya 1,01% dari luasan Kota Padang. Namun Kecamatan Padang Barat ini memiliki 69 UMKM kuliner kemas yang sangat berpotensi untuk membantu perekonomian di Kota Padang.

Tabel 2. Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Domestik

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Lokal	Jumlah Wisatawan
2020	21.660	2.562.966	2.588.626

Sumber : BPS Kota Padang (Padang Dalam Angka 2021)

Namun toko oleh-oleh tersebut terkadang ada berada di jalan pusat Kota Padang dan di jalan pinggir Kota Padang. Sebagian toko oleh-oleh sudah bisa di cari *Google Map* sebagian belum terdaftar di *Google Maps* sehingga para wisatawan tidak mengetahui alamat pasti toko tersebut.

Tabel 3. Jumlah Objek Wisata Menurut Jenis dan Kecamatan di Kota Padang.

Kecamatan	Wisata Alam	Wisata Bahari	Wisata Sejarah	Wisata Budaya	Wisata Belanja	Wisarta Kuliner
Bungus Teluk Kabung	8	19	-	1	-	1
Lubuk Kilangan	8	-	-	-	-	-
Lubek Begalung	3	3	-	-	-	-
Padang Selatan	3	7	-	-	2	-
Padang Timur	-	-	-	-	1	7
Padang Barat	-	3	-	-	22	-
Padang Utara	1	-	-	-	1	-
Nanggalo	1	-	-	-	3	-
Kuranji	2	-	-	1	-	1
Pauh	8	-	-	1	-	-
Koto Tangah	6	5	-	-	-	-
Padang	40	37	0	3	29	9

Sumber : BPS Kota Padang (Padang Dalam Angka 2022)

Berdasarkan tabel diatas objek wisata belanja paling tinggi terdapat di Kecamatan Padang Barat. Dari sini kita dapat melihat bahwa semua wisatawan yang datang ke Kota Padang pasti berbelanja di kawasan Kecamatan Padang Barat. Di dukung juga oleh wisata bahari di sepanjang pesisir Kecamatan Padang Barat Kota Padang. Setelah menikmati rekreasi di wisata bahari mereka akan membeli buah tangan untuk pulang ke rumahnya. Untuk memudahkan wisatawan berbelanja oleh - oleh di Kota Padang maka penulis tertarik untuk meneliti

“Pola Sebaran Lokasi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Kemasan Khas Minang Di Kota Padang berbasis Webgis”.

Metode Penelitian

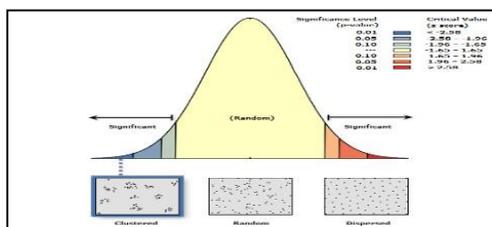
Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif (Sudjana, 2001). Waktu penelitian dilakukan bulan September–Oktober 2022 di UMKM kuliner kemasan khas Minang Kecamatan Padang Barat. Populasi dalam penelitian ini adalah semua UMKM kuliner kemasan khas Minang dengan total 69 UMKM. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive Proportional Random Sampling* dengan jumlah 41 UMKM yang masih aktif beroperasi.

Hasil dan Pembahasan

1. Pola sebaranUMKM Kuliner Kemasan Khas Minang di Kecamatan Padang Barat Kota Padang

Bedasarkan pola sebaran UMKM Kuliner Khas Minang di Kecamatan Padang Barat yang di analisis dengan *Average Nearest Neighbor* pada Aplikasi ArcGIS di peroleh nilai *Nearest Neighbor Ratio* 0,743437,

maka pola sebaran UMKM Kuliner Kemasan Khas Minangan berpola *Clustered* atau mengelompok, dengan nilai Z- Score -2,985560 dan nilai p value sebesar 0,002831. Untuk lebih



jelasnya dapat di lihat pada diagram di bawah ini :

Gambar 1 . Diagram ANN Pola Sebaran UMKM Kuliner Kemasan Khas Minang

2. Klasifikasi UMKM Kuliner Kemasan Di Kecamatan Padang Barat Kota Padang Terhadap Modal, Bahan Baku, Tenaga Kerja Dan Penjualan&Pemasaran

a. Profil Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

1) Nama, Alamat dan Jenis Usaha UMKM di Kecamatan Padang Barat

Tabel 4. Nama, Alamat dan Jenis usaha UMKM di Kecamatan Padang Barat

No	Nama Usaha	Alamat Usaha	Jenis Usaha
1	Kacang AA	Jl. Karet No. 12A RT 002 RW 004	Kuliner Kemasan
2	Keripik Singkong Khairi	Jl. Belimbing No. 230 Rt 003/ Rw 005 Kel. Ujung Gurun	Kuliner Kemasan
3	Kacang Tojin Rita	Jl. Pisang No. 202 Rt 002/ Rw 004. Kel. Ujung Gurun	Kuliner Kemasan

4	Keripik Ubi Syafnidar	Jl. Pisang No. 8 Rt 001/ Rw 004. Kelurahan Ujung Gurun	Kuliner Kemasan
5	Peyek Irianto	Jl. Salak Gg. 3 Timur No. 26 Purus Kebun Rt 002/ Rw 004	Kuliner Kemasan
6	Rakik Ratna	Jl. Manggis No. 41A Rt 004/ Rw 006	Kuliner Kemasan
7	Tiga Putri Kacang Kedelai	Jl. Manggis No. 41 Rt 004/ Rw 007	Kuliner Kemasan
8	Kacang Tojin Trisa	Jl. Juanda Gg. Gumarang No. 21 Rt 003 Rw 004	Kuliner Kemasan
9	Kacang Tojin Anton	Jl. Juanda Gg. Gumarang No. 40	Kuliner Kemasan
10	Kerupuk Jangek One	Jl. Juanda Gg. Madrasah No. 13 Rt 005/ Rw 004	Kuliner Kemasan
11	Keripik Pisang Murni	Jl. Raden Saleh Gg. Cimpago No. 24 Rt 002 Rw 002	Kuliner Kemasan
12	Rakik Mak Pon	Jl. Ir Juanda Gg. Hidayah No. 15 Rt 003 Rw 004	Kuliner Kemasan
13	Wh8 Rajo Bengkoang	Jl. Raden Saleh Gg. Cimpago No 17 Rt 002 Rw 003	Kuliner Kemasan
14	Kerpik Balado Ema	Jl. Padang Pasir IX No 44A Rt 002/ Rw 001	Kuliner Kemasan
15	Keripik Balado Rohana Kudus	Jl. Rohana Kudus No. 74	Kuliner Kemasan
16	Keripik Ubi Fitri	Jl. Ujung Pandan No. 10 Rt 02 Rw 01	Kuliner Kemasan
17	Keripik Asli Padang	Jl. Diponegoro	Kuliner Kemasan
18	Usaha Keripik Mawar	Jl. Hangtuh No. 219 Rt 003 Rw 003	Kuliner Kemasan
19	Keripik 4x7	Jl. Belakang Olo No. 22 Rt 002 Rw 007	Kuliner Kemasan
20	Sagun Bakar Flamboyan	Jl. Flamboyan Komplek RRI No. 6 Rt 001 Rw 002	Kuliner Kemasan
21	Kerupuk Jengkol Nuraini	Jl. Dobi I No. 226 Rt 01 Rw XI	Kuliner Kemasan
22	Kue Piciak Piciak Ama Neng	Jl. Melati No. 11 rt 01 Rw 02	Kuliner Kemasan
23	Keripik Balado Suci	Jl. Ir Juanda Gg. Gumarang No 25 Rt 005 Rw 004	Kuliner Kemasan
24	Keripik Balado Valentine	Jl. Niaga 191 Rt 003 Rw 010	Kuliner Kemasan
25	Keripik Balado Hariyan Jaya	Jl. Niaga No. 225 Rt 001 Rw 002	Kuliner Kemasan
26	Keripik Balado Nan Salero	Jl. Niaga No. 229 Rt 001 Rw 003	Kuliner kemasan

27	Amelia Cookies	Jl. Dobi V No. 42 Rt 003/ Rw 001	Kuliner Kemas
28	Keripik Balado Ana	Jl. Pulau Karam No. 90 A Rt 002 Rw 006	Kuliner Kemas
29	Rakik Kito Badunsanak	Jl. Olo Ladang No. 126 Rt 003/ Rw 001	Kuliner Usaha
30	Kerupuk Ubi Melisa	Jl. sawo Purus V No. 14 Rt 002 Rw 006	Kuliner Kemas
31	Rakik Kacang Erma	Jl. Purus IV No. 48 Rt 002 Rw 005	Kuliner Kemas
32	Usaha keripik Yelmi	Jl. Purus III Gg. Iv No. 30 C Rt 01 Rw04	Kuliner Kemas
33	Hana Kacang	Jl. Purus III No. 34 C Rt 002 Rw 004	Kuliner Kemas
34	Keripik Balado Sutan Pangeran	Jl. Purus III No. 1 Rt 01 Rw 02	Kuliner Kemas
35	Toko Oleh - Oleh Zet Chici	Jl. Veteran No. 33 G Rt 002 Rw 003	Kuliner kemas
36	Rakik Maco Rifa	Jl. Purus II No. 17 Rt 003 Rw 003	Kuliner Kemas
37	Kue Satu Putri	Jl. Purus II No. 15 Rt 003 Rw 003	Kuliner Kemas
38	Rendang Siti Nurbaya	Jl. Damar 1 no. 6 rt 03 rw 03	Kuliner Kemas
39	Rendang JMK	Jl. Karet no. 15 Rt 03 Rw 04	Kuliner Kemas
40	Rendang Cik Ani	Jl. Rimbo Kaluang Rt 01 Rw 02	Kuliner Kemas
41	Rendang Uni Lili	Jl. Ir.H. Juanda no. 39a, Rimbo Kaluang	Kuliner Kemas

Sumber : Data Primer (2022)

2) Jenis kelamin

Dalam penelitian ini jenis kelamin sangat berpengaruh dalam menentukan profil UMKM, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 5. Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Perempuan	30	73,1
2	Laki-Laki	11	26,9
Jumlah		41	100

Sumber : Data Primer (2022)

Tabel 5 menunjukkan bahwa, jumlah responden perempuan 30 responden (73,1%) dan responden laki-laki berjumlah 11 responden (26,9). Dari hasil ini jenis kelamin perempuan mendominasi dalam

mengelola UMKM dibandingkan responden laki-laki. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada digram dibawah ini:

3) Kegiatan Usaha yang dilakukan Pelaku UMKM

Kegiatan yang dilakukan oleh pelaku UMKM berdasarkan hasil temuan dilapangan, hasil menunjukkan kegiatan usaha berbentuk pekerjaan utama dan pekerjaan sampingan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 6. Kegiatan Usaha Pelaku UMKM

No	Kegiatan Usaha Pelaku UMKM	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Pekerjaan Utama	26	63,4
2	Pekerjaan Sampingan	15	36,6
Jumlah		41	100

Sumber : Data Primer (2022)

Tabel 6. menunjukkan bahwa, jumlah responden yang menjadikan UMKM sebagai pekerjaan utama 26 responden (63,4%) dan responden laki-laki berjumlah 15 responden (36,6%). Dari hasil tabel diatas kegiatan UMKM merupakan pekerjaan utama dari penduduk di Kecamatan Padang Barat. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

1) Umur Pelaku UMKM

Tabel 7. Umur Pelaku UMKM

No	Umur Pelaku UMKM (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	34-38	4	9,7
2	39-43	8	20
3	44-48	7	17
4	49-53	3	7
5	54-58	7	17

6	59-63	6	15
7	64-68	4	9,6
8	<69	2	4,7
Jumlah		41	100

Sumber : Data Primer (2022)

Tabel 7 menunjukkan bahwa, jumlah responden umur 34-38 tahun sebanyak 4 responden (9,7%), responden umur 39 - 43 tahun ada 8 responden (20%), umur 44 - 48 tahun ada sebanyak 7 responden (17%), umur 49 - 53 tahun ada sebanyak 3 responden (7%), umur 54 - 58 tahun ada sebanyak 7 responden (17%) , umur 59-63 tahun ada sebanyak 6 responden (15%), umur 64-68 tahun sebanyak 4 responden (9,6%), dan pelaku UMKM umur <69 tahun ada sebanyak 2 responden (4,7%).

2) Umur Usaha UMKM

Umur UMKM menentukan perkembangan dari UMKM itu sendiri, semakin lama umur usaha, semakin bagus usaha tersebut berkembang. Umur usaha UMKM yang ada di Kecamatan Padang Barat dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 8. Umur Usaha UMKM

No	Umur UMKM (Tahun)	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	1-20	32	78
2	21-40	8	19,6
3	<41	1	2,4
Jumlah		41	100

Sumber : Data Primer (2022)

Tabel 8. menunjukkan bahwa, jumlah responden umur usaha UMKM 1-20 tahun sebanyak 32 responden

(78%), responden dengan umur usaha 21- 40 tahun ada sebanyak 8 responden (19,6%), dan usaha UMKM yang berumur < 41 tahun berjumlah sebanyak 1 responden (2,4%). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram dibawah ini:

3) Pendidikan Pelaku Usaha UMKM

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan, pendidikan merupakan salah satu faktor utama dalam perkembangan UMKM yang ada di Kecamatan Padang Barat. Kalsifikasi Pendidikan Pelaku UMKM yang ada di Kecamatan Padang Barat dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 9. Pendidikan Pelaku/Manager UMKM

No	Pendidikan Pelaku UMKM	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	SD	3	7
2	SMP	6	14,6
3	SMA	22	53,6
4	S1	10	25
5	S2	-	-
Jumlah		41	100

Sumber : Data Primer (2022)

Tabel 9. Menunjukkan bahwa, pelaku UMKM di Kecamatan Padang Barat yang pendidikan terakhir SD ada sebanyak 3 responden (7%), pendidikan terakhir SMP ada sebanyak 6 responden (14,6%), pendidikan terakhir SMA sebanyak 22 responden (53,6%) dan pendidikan terakhir S1 sebanyak 10 responden (25%).

4) Pendapatan Kotor UMKM per Bulan

Hasil yang diperoleh berdasarkan pendapatan kotor UMKM di Kecamatan Padang Barat per bulan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 10. Pendapatan Kotor UMKM

No	Pendapatan Kotor UMKM per Bulan	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Rp.100.000- Rp5.000.000	25	61
2	Rp.5.100.000- Rp.10.000.000	4	9,8
3	<Rp.10.000.000	8	29,2
Jumlah		41	100

Sumber : Data Primer (2022)

Tabel 10. menunjukkan bahwa, pedapatan kotor UMKM di Kecamatan Padang Barat, Rp.100.000 - Rp5.000.000 jumlah responden sebanyak 25 responden (61%), pendapatan kotor Rp.5.100.000 - Rp.10.000.000 ada sebanyak 4 responden (9,8%), dan Pendapatan kotor UMKM <Rp.10.000.000 berjumlah sebanyak 8 responden (29,2%).

b. Modal Awal Produksi Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Kuliner Kemasan Khas Minang

1) Modal Awal Produksi UMKM

Modal awal produksi UMKM kuliner kemasan khas Minang di Kecamatan Padang Barat dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 11. Modal Awal Produksi UMKM

No	Modal Awal UMKM	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
----	-----------------	--------------------------	----------------

1	Rp.1.000.000	33	80,4
2	Rp.1.000.000- Rp.5.000.000	4	9,8
3	Rp.5.000.000- Rp.10.000.000	4	9,8
Jumlah		41	100

Sumber : Data Primer (2022)

Tabel 11 . menunjukkan bahwa, modal awal produksi UMKM di Kecamatan Padang Barat, Rp.1.000.000 jumlah responden sebanyak 33 responden (80,4%), modal awal produksi UMKM Rp.1.000.000-Rp5.000.000 ada sebanyak 4 responden (9,8%) dan modal awal produksi UMKM Rp.5.000.000-Rp.10.000.000 ada 4 responden (9,8%).

2) Sumber Modal UMKM

Sumber modal untuk mendirikan UMKM kuliner kemasan khas Minang yang ada di Kecamatan Padang Barat berasal dari modal sendiri maupun melalui instansi lainnya, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 12. Sumber Modal UMKM

No	Sumber Modal UMKM	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Modal Sendiri	22	53,7
2	Modal dari pinjaman Bank	9	22
3	Modal dari KUR(Kredit Usaha Rakyat)	3	7,3
4	Modal dari Investor	1	2,4
5	Modal Sendiri dan Modal dari KUR	6	14,6
Jumlah		41	100

Sumber : Data Primer (2022)

Tabel 12. menunjukkan bahwa, sumber modal produksi UMKM kuliner

kemasan khas Minang, modal sendiri jumlah responden sebanyak 22 responden (53,7%), modal yang berasal dari pinjaman bank (22%), modal yang berasal dari KUR(Kredit Usaha Rakyat) ada sebanyak 3 responden (7,3%) modal yang berasal dari investor sebanyak 1 responden (2,4%) dan modal yang berasal modal sendiri dan modal dari KUR UMKM ada sebanyak 6 responden (14,6%).

3) Kegiatan Produksi UMKM

Kegiatan Produksi UMKM kuliner kemasan khas Minang yang ada di Kecamatan Padang Barat dalam 1 kali modal digunakan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 13 .Kegiatan Produksi UMKM

No	Kegiatan Produksi UMKM	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	1-3 kali	40	97,6
2	4-6 kali	1	2,4
3	7-10 kali	-	
Jumlah		41	100

Sumber : Data Primer (2022)

Tabel 13. menunjukkan bahwa, kegiatan produksi UMKM kuliner kemasan khas Minang, kegiatan produksi 1-3 kali produksi dengan modal yang dikeluarkan sebanyak 40 responden (97,6%), dan kegiatan produksi 4-6 kali produksi dengan modal yang dikeluarkan sebanyak 1 responden (2,4%).

c. Bahan Baku Produksi UMKM Kuliner Kemasan Khas Minang

1) Jenis Bahan Baku yang digunakan UMKM

Jenis bahan baku Produksi yang digunakan oleh pelaku UMKM kuliner kemasan khas Minang di Kecamatan Padang Barat dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 14. Jenis bahan baku yang digunakan UMKM

No	Jenis Bahan Baku UMKM	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Ubi Jalar Putih	8	19,6
2	Kacang Tanah	11	26,8
3	Bawang merah dan tepung terigu	1	2,4
4	Jengkol	1	2,4
5	Kacang Tanah, Ikan Maco,Udang	1	2,4
6	Kedelai	1	2,4
7	Kentang	1	2,4
8	Kentang, Kacang Tanah, Ikan Maco, Kulit Sapi	1	2,4
9	Kentang, Ubi Ungu, Ubi Jalar Putih, Kacang Tanah, Kulit Sapi, Talas	1	2,4
10	Kentang, Ubi Ungu, Ubi Merah, Ubi Jalar Putih, Kacang Tanah, Ikan Maco, Udang, Kulit Sapi, Talas	2	5,5
11	Kentang, Ubi Ungu, Ubi Merah, Ubi Jalar Putih, Kacang Tanah, Kedelai, Ikan Maco, Sayur	1	2,4
12	Kentang, Ubi Ungu,Ubi Merah,Ubi Jalar Putih, Kacang Tanah, Kedelai, Jagung, Ikan Maco, Udang, Kulit Sapi, Talas,	1	2,4

Sayur			
13	Kentang, Ubi Ungu, Ubi Merah, Ubi Jalar Putih, Kacang Tanah, Kedelai, Udang, Talas	1	2,4
14	Kulit Sapi	1	2,4
15	Terigu	1	2,4
16	Ubi Jalar Putih dan Jengkol	1	2,4
17	Ubi Merah dan Ubi Jalar Putih	1	2,4
18	Ubi Jalar Putih dan Kedelai	1	2,4
19	Ubi Jalar Putih dan Kacang Tanah	1	2,4
20	Daging Sapi, Ikan Tuna, Telur, Jengkol, Kerang, Jamur, Ikan Bili, Jantung Pisang	4	9,8
Jumlah		41	100

Sumber : Data Primer (2022)

Tabel 14. menunjukkan bahwa, jenis bahan baku yang digunakan UMKM kuliner kemasan khas Minang. Berdasarkan tabel diatas bahan baku yang paling banyak yang digunakan UMKM yaitu kacang tanah sebanyak 26,8% , ubi jalar putih sebanyak 19,6% dan daging sapi, ikan tuna, kerang, telur, jengkol, ikan bili dan jantung pisang sebanyak 9,8%.

2) Asal Bahan Baku yang digunakan UMKM

Jenis bahan baku produksi yang di gunakan oleh pelaku UMKM kuliner kemasan khas Minang di Kecamatan Padang Barat dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 15. Asal Bahan Baku yang digunakan UMKM

No	Asal Bahan Baku UMKM	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Beli di Pasar	29	70,7
2	Supplier	5	12,1
3	Beli di Pasar dan Supllier	7	17,2
Jumlah		41	100

Sumber : Data Primer (2022)

Tabel 15. Menunjukkan bahwa, asal bahan baku produksi UMKM kuliner kemasan khas Minang, yang berasal dari beli di pasar sebanyak 29 responden (70,7%), bahan baku yang berasal dari supplier sebanyak 5 responden (12,1%) dan bahan baku yang berasal dari beli sendiri serta di datangkan oleh supplier sebanyak 7 responden (17,2%).

d. Tenaga Kerja UMKM Kuliner Kemasan Khas Minang

1) Jumlah Tenaga Kerja UMKM

Jumlah tenaga kerja yang di gunakan dalm proses produksi oleh pelaku UMKM kuliner kemasan khas Minang di Kecamatan Padang Barat dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 16. Jumlah Tenaga Kerja UMKM

No	Jumlah Tenaga Kerja UMKM	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	1-5 orang	32	78
2	6-10 orang	1	2,4
3	<10 orang	8	19,6
Jumlah		41	

Sumber : Data Primer (2022)

Tabel 16. Menunjukkan bahwa, jumlah tenaga kerja yang digunakan pada UMKM kuliner kemasan khas Minang saat produksi, tenaga kerja yang berjumlah 1-5 orang sebanyak 32

responden (78%), tenaga kerja yang berjumlah 6-10 orang sebanyak 1 responden (2,4%) dan jumlah tenaga kerja yang digunakan <10 orang sebanyak 8 responden (19,6%).

2) Anggota Keluarga yang Terlibat Dalam Produksi UMKM

Anggota keluarga yang terlibat dalam kelangsungan produksi di UMKM kuliner kemasan khas Minang di Kecamatan Padang Barat dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 17. Anggota Keluarga yang terlibat di UMKM

No	Anggota Keluarga di UMKM	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Iya	30	73,2
2	Tidak	11	26,8
Jumlah		41	100

Sumber : Data Primer (2022)

Tabel 17. Menunjukkan bahwa, anggota yang terlibat dalam kelangsungan UMKM kuliner kemasan khas Minang saat produksi sebanyak 30 responden (73,2%), karena tidak mengambil pegawai/tenaga kerja dari luar, sehingga produksi dikelola sendiri oleh anggota keluarga dan tidak ada anggota keluarga yang terlibat dalam produksi UMKM sebanyak sebanyak 11 responden (26,8%) karena produksi dalam angka besar, sehingga tidak mampu hanya anggota keluarga saja yang menjadi tenaga kerja.

e. Penjualan dan Pemasaran UMKM Kuliner Kemasan Khas

Minang

1) Penghasilan per Tahun UMKM

Penghasilan per Tahun yang dihasilkan oleh pelaku UMKM kuliner kemasan khas Minang di Kecamatan Padang Barat dapat dilihat pada tabel dibawah ini

Tabel 18. Penghasilan per Tahun UMKM

No	Penghasilan per Tahun UMKM	Jumlah Responden (Orang)	Persentase (%)
1	Rp.2.000.000- Rp.15.0000.0000	31	75,6
2	Rp.15.000.000- Rp.50.0000.000	6	14,6
3	<Rp.50.000.000	4	9,8
Jumlah		41	100

Sumber : Data Primer (2022)

Tabel 18. Menunjukkan bahwa, penghasilan per tahun yang diperoleh oleh pelaku UMKM kuliner kemasan khas Minang yaitu: penghasilan antara Rp.2.000.000 - Rp. 15.000.000 pertahun 31 responden (75,6%), dan penghasilan Rp.15.000.000- Rp.50.000.000 per tahun sebanyak 6 responden (14,6%), penghasilan <Rp.50.000.000 per tahun sebanyak 4 responden (9,8%).

2) Produk yang di Jual UMKM

Produk yang dijual oleh UMKM kuliner kemasan khas Minang di Kecamatan Padang Barat dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 19. Produk yang di Jual UMKM

No	Produk yang dijual UMKM	Jumlah Responden (UMKM)	Persentase (%)
1	Kuliner Manis	14	34,1

2	Kuliner Pedas	12	29,2
3	Kuliner Manis dan Kuliner Pedas	15	36,6
Jumlah		41	100

Sumber : Data Primer (2022)

Tabel 19. Menunjukkan bahwa, produk yang dijual oleh pelaku UMKM kuliner kemasan khas Minang yaitu: produk kuliner manis seperti kipang kacang, keripik talas, keripik kentang, dakak-dakak, lanting(*karak kaliang*), keripik kentang, kipang kacang, kacang goreng (*kacang tojin*), kacang telur, kacang atom, keripik talas, kue bawang original, *arai pinang original*, *rakik maco*, kerupuk kulit (*kerupuk jangek*), keripik ubi ungu sebanyak 14 responden UMKM (34,1%), produk kuliner pedas seperti *keripik balado*, *kacang balado*, *rakik udang*, *rakik maco*, *keripik singkong balado*, opak *balado*, *rakik maco*, *rakik udang*, *kerupuk bawang balado* dll sebanyak 12 responden (29,2%) dan UMKM yang menjual produk kuliner manis dan produk kuliner pedas sebanyak 15 responden UMKM (36,6%).

3) Cara Memasarkan Produk UMKM

Cara memasarkan produk yang dijual oleh pelaku UMKM kuliner kemasan khas Minang di Kecamatan

Padang Barat dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 20. Cara Memasarkan Produk UMKM

No	Cara Memasarkan Produk UMKM	Jumlah Responden (UMKM)	Persentase (%)
1	Toko sendiri/gerai sendiri	7	17,1
2	Toko sendiri/gerai sendiri;titip jual di toko UMKM lain	27	65,9
3	Menggunakan reseller;toko sendiri/gerai sendiri;titip jual di toko UMKM lain	5	12,2
4	Titip jual di toko UMKM lain	2	4,8
Jumlah		41	100

Sumber : Data Primer (2022)

Tabel 20. Menunjukkan bahwa, cara memasarkan produk oleh pelaku UMKM kuliner kemasan khas Minang yaitu: melalui toko sendiri/gerai sendiri sebanyak 7 responden (17,1%), melalui toko sendiri/gerai sendiri, titip jual di toko UMKM lain sebanyak 27 responden (65,9%), Menggunakan reseller, toko sendiri/gerai sendiri, titip jual di toko UMKM lain sebanyak 5 responden (12,2%) dan melalui Titip jual di toko UMKM lain sebanyak 2 responden (4,8%).

4) Cara Memasarkan Produk UMKM Melalui Media Online

Cara memasarkan produk yang dijual oleh pelaku UMKM kuliner kemasan khas Minang di Kecamatan Padang Barat dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 21. Cara Memasarkan Produk UMKM Melalui Media Online

No	Pemasaran Produk UMKM melalui	Jumlah Responde	Persentase (%)
----	-------------------------------	-----------------	----------------

	Media Online	n	(UMKM)
1	Facebook	23	56,1
2	Instagram	3	7,3
3	Facebook dan Instagram	7	17,1
4	Shopee, Facebook dan Instagram	2	4,9
5	Shopee, Lazada, Tokopedia dan Instagram	3	7,3
6	Shopee, Tokopedia dan Instagram	3	7,3
Jumlah		41	100

Sumber : Data Primer (2022)

Tabel 21. Menunjukkan bahwa, cara memasarkan produk oleh pelaku UMKM kuliner kemasan khas Minang melalui media online yaitu: melalui medsos Facebook sebanyak 23 responden (56,1%), melalui media sosial Instagram sebanyak 3 responden (7,3%), melalui media sosial facebook dan Instagram sebanyak 7 responden (17,1%), melalui Shopee, Facebook dan Instagram sebanyak 2 responden (4,9%), melalui media sosial Shopee, Lazada, Tokopedia dan Instagram sebanyak 3 responden (7,3%) dan melalui Shopee, Tokopedia dan Instagram sebanyak 3 responden (7,3%).

5) Target Pasar Produk UMKM

Target/ orang yang menjadi konsumen bagi pelaku UMKM kuliner kemasan khas Minang di Kecamatan Padang Barat dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 22. Target Pasar Produk UMKM

No	Target Pasar Produk	Jumlah Responden	Persentase (%)
----	---------------------	------------------	----------------

		(Orang)	
1	Penduduk Lokal	17	41,4
2	Penduduk Lokal dan Wisatawan Lokal	20	48,8
3	Penduduk Lokal dan Wisatawan Lokal dan Wisatawan Asing	4	9,8
Jumlah		41	100

Sumber : Data Primer (2022)

Tabel 22. Menunjukkan bahwa, konsumen bagi para pelaku UMKM kuliner kemasan khas Minang untuk menjual produknya yaitu konsumen dari penduduk lokal sebanyak 17 responden (41,1%), dan konsumen yang berasal dari penduduk lokal dan wisatawan lokal sebanyak 20 responden (48,8%) dan konsumen dari penduduk lokal dan wisatawan lokal dan wisatawan asing sebanyak 4 responden (9,8%).

3. Tabulasi Silang (Crosstab) dengan Metode Chi Square

Hasil dari tabulasi silang diketahui dengan nilai chi square hasil dari persilangan dua variabel kategori yaitu Modal Awal dan Pendapatan per Tahun. Jika nilai chi square < 0,05 maka kedua variabel kategori memiliki hubungan.

Tabel 23. Crosstabulation Modal Awal dan Pendapatan per Tahun

	Pendapatan			Total
	Rp. 2.000.000.00-0-	Rp. 15.000.000.00-0-	<Rp.50.000.000	
Keterangan	Rp. 5.000.000.00-0	Rp. 50.000.000.00-0	00	
	Rp.1.000.00	5	28	0 33

	0				
Modal Awal	Rp. 1.000.000.00-00				
	Rp.5.000.000.00	1	3	0	4
	Rp.5.000.000.00-00				
	Rp.10.000.000.00	0	0	4	4
Total		6	31	4	41

Sumber : Data Primer (2022)

Tabel 23. Menunjukkan bahwa, tabulasi silang antara modal awal dan pendapatan per tahun yang dihasilkan oleh pelaku UMKM kuliner kemasan khas Minang yaitu modal awal Rp.1.000.000 dengan pendapatan Rp.2.000.000-Rp.15.000.000 per tahun sebanyak 5 responden (13,5%), Modal awal Rp.1.000.000 dengan pendapatan Rp.15.000.000 - Rp.50.000.000 per tahun sebanyak 28 responden (75,6%), modal awal Rp.1.000.000 - Rp.5.000.000 dengan pendapatan Rp.2.000.000 - Rp.15.000.000 per tahun sebanyak 1 responden (2,7%) dan modal awal Rp.1.000.000 - Rp.5.000.000 dengan pendapatan Rp.15.000.000 - Rp.50.000.000 per tahun sebanyak 3 responden (8,2%).

Tabel 24. Chi-Square Tests

Keterangan	Value	df	Asymptotic Significance
Pearson Chi-Square	41.282a	4	.000
Likelihood Ratio	26.444	4	.000

Linear-by-Linear Association	14.096	1	.000
N of Valid Cases	41		

Sumber : Data Primer (2022)

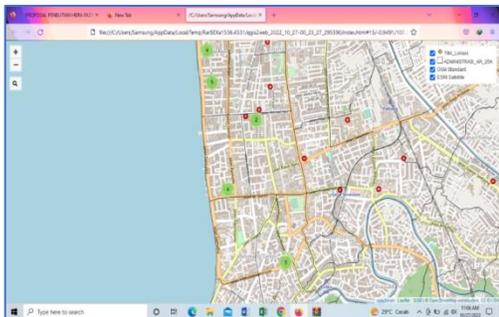
Tabel 24. Menunjukkan bahwa, tabulasi silang antara modal awal dan pendapatan per tahun dengan Metode *Chi-Square Tests* memiliki nilai sig yaitu 0,614 yang dimana hasilnya lebih besar dari 0,05 berarti modal awal tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap pendapatan yang dihasilkan oleh pelaku UMKM kuliner kemasan khas Minang di Kecamatan Padang Barat per tahunnya.

4. Sebaran UMKM kuliner kemasan Khas Minang di Kecamatan Padang Barat Kota Padang dilihat dari WebGis.

Hasil sebaran UMKM kuliner kemasan khas Minang di Kecamatan Padang Barat Kota Padang berbasis WebGis dengan menampilkan data umum, foto tempat usaha UMKM dan pemilik UMKM dengan sekali klik pada salah satu plotting pada peta. Jumlah UMKM yang terdata sebanyak 41 UMKM Kuliner Kemasan Khas Minang yang terdapat di Kecamatan Padang Barat yang masuk kategori masih aktif beroperasi sampai saat sekarang ini. WebGIS dibuka dengan cara klik website Kecamatan Padang Barat yaitu [qgis2web 2022 11 03-](https://qgis2web.com/2022/11/03/)

[13.09.36.794930/index.html#14/-](http://13.09.36.794930/index.html#14/)

0.9324/100.3457 maka akan menampilkan tempat tempat UMKM berada seperti yang terlihat pada gambar 1. terlihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 2. Titik Lokasi UMKM berdasarkan WebGIS.

Pembahasan

1. Pola sebaran UMKM Kuliner Kemasan Khas Minang di Kecamatan Padang Barat Kota Padang

Analisis pola persebaran adalah analisis lokasi yang menitik beratkan kepada tiga unsur geografi yaitu jarak (*distance*), kaitan (*intersection*) dan gerakan (*movement*). (Bintarto : 1979). Pada dasarnya pola persebaran dapat dibedakan menjadi 3 macam yaitu pola bergerombol (*cluster pattern*), acak (*random pattern*), dan seragam (*uniform pattern*).

Berdasarkan pola sebaran UMKM kuliner khas Minang di Kecamatan Padang Barat yang di analisis dengan *Average Nearest Neighbor* pada

Aplikasi ArcGIS di peroleh nilai *Nearest Neighbor Ratio* 0,743437, maka pola sebaran UMKM Kuliner Kemasan Khas Minangan berpola *Clustered* atau mengelompok, dengan nilai Z- Score -2,985560 dan nilai p value sebesar 0,002831.

2. Klasifikasi UMKM Kuliner Kemasan Di Kecamatan Padang Barat Kota Padang Terhadap Modal, Bahan Baku, Tenaga Kerja Dan Penjualan & Pemasaran

Jumlah UMKM yang ada di Kecamatan Padang Barat terdapat 41 titik UMKM kuliner kemasan khas Minang yang dimana pelaku usaha didominasi berjenis kelamin perempuan. Kegiatan usaha UMKM oleh pelaku usaha dijadikan pekerjaan utama dengan rentang umur 39-43 tahun. Umur usaha UMKM lebih banyak dengan rentang 1-20 tahun lama usaha berdiri dengan jenjang pendidikan tamat SMA, pendapatan kotor yang diperoleh oleh pelaku UMKM kuliner kemasan khas Minang yaitu Rp.100.000-Rp.5.000.000 perbulannya. Alasannya karena masih berkurangnya pendapatan perbulan diakibatkan oleh *Covid-19*.

Berdasarkan hasil yang diperoleh diatas modal awal yang digunakan oleh pelaku UMKM kuliner kemasan khas Minang Rp.1.000.000-

Rp5.000.000 dengan sumber modal yang berasal dari modal sendiri yang dikeluarkan oleh pelaku UMKM untuk 1-3 kali produksi. Alasannya karena dengan modal sendiri pelaku industry tidak memiliki pengeluaran yang sangat besar dibandingkan mengambil/memperoleh modal dari pinjaman bank atau KUR.

Berdasarkan hasil yang diperoleh diatas menunjukkan bahwa, jenis bahan baku yang digunakan UMKM kuliner kemasan khas Minang didominasi oleh kentang, ubi ungu, ubi merah, ubi jalar putih, kacang tanah, kedelai, jagung, ikan maco, udang, kulit sapi, talas, sayur dll dengan bahan baku tersebut berasal dari beli dipasar oleh pelaku UMKM.

Jumlah Tenaga Kerja yang di gunakan dalam proses produksi oleh pelaku UMKM kuliner kemasan khas Minang di Kecamatan Padang Barat didominasi 1-5 orang karyawan dengan keterlibatan anggota keluarga para pelaku usaha UMKM. Alasannya karena dengan menggunakan anggota keluarga sebagai karyawan UMKM tersebut, maka memperkecil jumlah pengeluaran yang dikeluarkan oleh para pelaku UMKM, sehingga lebih mudah mengontrol perkembangan UMKM tersebut.

Penghasilan yang dihasilkan oleh pelaku UMKM kuliner kemasan khas

Minang di Kecamatan Padang Barat paling banyak berkisar antara Rp. 2.000.000-Rp.15.000.000 pertahunnya dengan produk yang paling banyak dijual yaitu produk kuliner manis dan kuliner pedas. kuliner manis yang dijual oleh pelaku UMKM seperti: kiping kacang, keripik talas, keripik kentang, dakak-dakak, karak kaling(lanting), keripik kentang, kiping kacang, kacang tojin, kacang telur, kacang atom, keripik talas, kue bawang original, arai pinang original, rakik maco, kerupuk kulit, keripik ubi ungu dan produk kuliner pedas seperti keripik balado, kacang balado, rakik udang, rakik maco, keripik singkong balado, opak balado, rakik maco, rakik udang, kerupuk bawang balado dll. Pemasaran produk UMKM berbagai macam cara dilakukan oleh pelaku UMKM salah satunya yaitu pemasaran yang dilakukan dengan cara menjual melalui Toko sendiri/gerai sendiri, titip jual di toko UMKM lain. Tidak ganya cara diatas, para pelaku UMKM juga melakukan dengan cara memasarkan produk yang dijual oleh pelaku UMKM kuliner kemasan khas Minang di Kecamatan Padang Barat dengan media online/medsos, yang dimana cara ini lebih mudah dilakukan, mengingat perkembangan zaman yang lebih modern. Cara pemasaran produk secara online melalui media sosial

lebih banyak menggunakan media social seperti facebook, karena media social facebook banya digunakan disemua kalangan baik kalangan muda maupun tua, dan cara ini terbukti ampuh terhadap peningkatan omset penjualan pelaku UMKM. Target pasar/pembeli bagi pelaku UMKM kuliner kemasn khas Minang di Kecamatan Padang Barat berorientasi pada penduduk local dan wisatawan lokal, mengingat lidah dan cita rasa masyarakat lokal yang umumnya rasa dari produk sudah melekat dilidah para wisatawan lokal/orang Indonesia.

Berdasarkan klasifikasi UMKM yang tertera dalam *PP UMKM NO.7 Tahun 2021, jenis UMKM kuliner kemasn khas Minang sebanyak 41 UMKM yang masih aktif berada di Kecamatan Padang Barat, klasifikasinya adalah Usaha Mikro.*

3. Sebaran UMKM kuliner kemasn Khas Minang di Kecamatan Padang Barat Kota Padang dilihat dari WebGis.

Berdasarkan hasil yang diperoleh diatas, sebaran UMKM kuliner kemasn khas Minang di Kecamatan Padang Barat Kota Padang berbasis WebGis dengan menampilkan data umum, foto tempat usaha UMKM dan pemilik UMKM dengan sekali klik pada salah satu plotting pada peta. Berdasarkan hasil yang diperoleh

didas, sebaran UMKM kuliner kemasn khas Minang di Kecamatan Padang Barat Kota Padang berbasis WebGis dengan menampilkan data umum, seperti foto tempat usaha UMKM dan pemilik UMKM serta produk apa saja yang dijual oleh UMKM tersebut dengan sekali klik pada salah satu plotting pada peta. *The WebGIS portal is an ideal tool to store all such information and also to provide a way to import or to directly georeference new upcoming statistics. All processes are stored in the information system, therefore all processing for re-calculation and analysis is automatic* (Francesco, 2011).

Jumlah UMKM yang terdata sebanyak 41 UMKM kuliner kemasn khas Minang yang terdapat di Kecamatan Padang Barat yang masuk kategori masih aktif beroperasi sampai saat sekarang ini. WebGIS dibuka dengan cara klik website Kecamatan Padang Barat maka akan menampilkan tempat tempat UMKM, sehingga lebih memudahkan para wisatawan baik lokal maupun wisatawan asing menemukan lokasi dari masing-masing UMKM tersebut.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pola sebaran UMKM Kuliner Kemasan Khas Minang di Kecamatan Padang Barat yang di analisis dengan *Average Nearest Neighbor* pada Aplikasi ArcGIS di peroleh nilai *Nearest Neighbor Ratio* 0,743437, maka pola sebaran UMKM Kuliner Kemasan Khas Minangan berpola *Clustered* atau mengelompok.
2. Klasifikasi UMKM Kuliner Kemasan Di Kecamatan Padang Barat Kota Padang berdasarkan Profil, Modal, Bahan Baku, Tenaga Kerja Dan Penjualan & Pemasaran menurut *PP UMKM NO. 7 Tahun 2021*, jenis *UMKM Kuliner Kemasan Khas Minang* sebanyak *41 UMKM yang masih aktif berada di Kecamatan Padang Barat, klasifikasinya adalah Usaha Mikro.*
3. Sebaran UMKM kuliner kemasan Khas Minang di Kecamatan Padang Barat Kota Padang dilihat dari *WebGis* menunjukkan titik lokasi sekaligus memberi informasi terkait sebaran UMKM yang berjumlah 41 UMKM, agar lebih memudahkan penduduk lokal, wisatawan lokal maupun wisatawan asing dalam mencari lokasi sehingga tidak menyulitkan para pembeli untuk

mengetahui lokasi dari UMKM tersebut.

Saran

Para pelaku UMKM Kuliner Kemasan Khas Minang di Kecamatan Padang barat Kota Padang khususnya, harus lebih meningkatkan lagi usaha UMKM nya baik dari sector modal, tenaga kerja dan penjualan, sehingga klasifikasi usaha yang tadinya hanya usaha kecil, berkembang ke sector usaha mikro dan usaha menengah akan bias meningkatkan ekonomi masyarakat yang ada di Kecamatan Padang Barat

Pihak pemerintah maupun dinas UMKM Kota Padang perlu meningkatkan/mendorong para pelaku UMKM Kuliner Kemasan Khas Minang khususnya, agar UMKM ini berkembang ke sector yang lebih besar dengan area ekspor yang lebih luas, sehingga bias meningkatkan minat dan daya Tarik orang luar terhadap makanan khas Minangkabau.

Bagi penduduk lokal maupun wisatawan lokal, belilah produk-produk dalam negeri, khususnya produk kulines kemasan khas minang, guna meningkatkan kualitas produk kita, sehingga memiliki daya saing tinggi dengan produk-produk makanan luar lainnya.

Daftar Rujukan

- Alyas, Rakib Muhammad. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus pada Usaha Roti Maros di Kabupaten Maros. Jurnal ekonomi Universitas Negeri Makassar.
- Bintarto & Surastopo Hadisumarno. 1979. Metode Analisis Geografi. Jakarta : LP3ES.
- Database Binaan Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro dan Kecil Dinas Koperasi dan Ukm Kota Padang. 2021
- Francesco, M. 2011. Eleciting Guilty Feelings : A Preliminary Study Differentiating Deontological and Altruistic Guilt. Psychology. Vol. 2, No. 2, 98-102.
- Peraturan Pemerintah UMKM NO.7 Tahun 2021
- Supriyanto. (2006). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai Salah Satu Upaya Penanggulangan Kemiskinan. Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, Vol. 3, No,1: 1-1