

ABSTRAK

Penelitian ini berfokus pada UMKM Nikita Fried Chicken di Desa Sukamerta, Kecamatan Rawamerta, Kabupaten Karawang. UMKM ini merupakan usaha kuliner yang menyajikan makanan cepat saji berupa fried chicken dengan harga terjangkau, terutama bagi kalangan pelajar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji pendapatan UMKM Nikita Fried Chicken pada periode tahun 2020-2022, serta mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dan strategi yang digunakan UMKM tersebut untuk meningkatkan pendapatan. Metode penelitian yang digunakan adalah penilaian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil wawancara dan pengamatan menunjukkan bahwa UMKM Nikita Fried Chicken mengalami perkembangan dalam beberapa tahun terakhir. Namun, pada tahun 2020 dan 2021, pendapatan mengalami penurunan akibat dampak pandemi COVID-19 yang mengubah perilaku konsumen dan mengganggu operasional usaha. Untuk mengatasi tantangan tersebut, UMKM Nikita Fried Chicken menerapkan strategi pemasaran yang efektif, mengembangkan produk, serta menjalin kemitraan dengan pihak lain. Pendapatan usaha ini merupakan sumber utama penghasilan bagi pemiliknya dan keluarganya. Strategi yang diterapkan, seperti promosi, pengembangan produk, dan kemitraan, berhasil meningkatkan pendapatan dan mengatasi permasalahan yang dihadapi. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan wawasan penting bagi UMKM Nikita Fried Chicken dan UMKM sejenisnya dalam menghadapi tantangan dan mengoptimalkan pendapatan usahanya.

Kata kunci : Pendapatan, UMKM Nikita *Fried Chicken*, Kualitatif

ABSTRACT

This research focuses on the Nikita Fried Chicken MSME in Sukamerta Village, Rawamerta District, Karawang Regency. This MSME is a culinary business that serves fast food in the form of fried chicken at affordable prices, especially for students. The purpose of this study is to assess the revenue of Nikita Fried Chicken MSMEs in the 2020-2022 period, as well as to determine the factors that affect revenue and the strategies used by these MSMEs to increase revenue. The research method used is a qualitative assessment with a case study approach. The results of interviews and observations show that Nikita Fried Chicken MSMEs have experienced development in recent years. However, in 2020 and 2021, revenue decreased due to the impact of the COVID-19 pandemic which changed consumer behavior and disrupted business operations. To overcome these challenges, Nikita Fried Chicken MSMEs implement effective marketing strategies, develop products, and establish partnerships with other parties. The income from this business is the main source of income for the owner and his family. The strategies implemented, such as promotion, product development, and partnerships, were successful in increasing revenue and overcoming the problems faced. Therefore, this research provides important insights for Nikita Fried Chicken and similar MSMEs in facing challenges and optimizing their business income.

Keywords: Revenue, Nikita Fried Chicken MSME, Qualitative