

DAMPAK CAR FREE DAY TERHADAP PENGHASILAN UMKM KULINER DI KOTA KUPANG: PELUANG DAN TANTANGAN

Yacobin Bulu¹, Yohana Sel², Gabriela Sakera³ dan Yohanes Lian⁴

^{1,2,3,4}Universitas Katolik Widya Mandira Kupang

Email: anchiyeta@gmail.com¹, vianisel2005@gmail.com², sakeraalexa@gmail.com³,
lianyohanes81@gmail.com⁴

ABSTRAK

Dampak Car Free Day (CFD) terhadap penghasilan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner di Kota Kupang menarik perhatian sebagai fenomena ekonomi lokal. CFD menawarkan peluang bagi pelaku UMKM untuk memperkenalkan produk mereka kepada konsumen baru tanpa biaya promosi yang signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM selama event CFD. Menggunakan metode kualitatif deskriptif dan analisis SWOT, data dikumpulkan melalui wawancara dengan pelaku UMKM kuliner. Hasil menunjukkan bahwa CFD meningkatkan interaksi dengan konsumen dan memperluas pasar, meskipun tantangan seperti cuaca, waktu terbatas, dan persaingan ketat tetap ada. Pelaku UMKM mengadopsi strategi pemasaran seperti diskon khusus dan penggunaan media sosial untuk menarik pelanggan. Temuan ini menekankan pentingnya dukungan pemerintah dan komunitas dalam mengoptimalkan manfaat CFD bagi pertumbuhan UMKM.

Kata Kunci: Dampak CFD, Pendapatan UMKM, Peluang dan Tantangan

ABSTRACT

The impact of Car Free Day (CFD) on the income of culinary Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Kupang City is attracting attention as a local economic phenomenon. CFD offers opportunities for MSMEs to introduce their products to new consumers without significant promotional costs. This research aims to analyze the potential and challenges faced by MSMEs during CFD events. Using descriptive qualitative methods and SWOT analysis, data was collected through interviews with culinary MSME actors. The results show that CFDs increase interaction with consumers and expand the market, although challenges such as weather, limited time and stiff competition remain. MSME players adopt marketing strategies such as special discounts and the use of social media to attract customers. These findings emphasize the importance of government and community support in optimizing the benefits of CFDs for MSME growth.

Keywords: CFD Impact; MSME income; Opportunities and Challenges.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat vital dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Kota Kupang. UMKM merupakan salah satu penopang utama perekonomian nasional dan tanpa mengabaikan perannya, UMKM harus diberikan kesempatan yang sebesar-besarnya, dukungan, perlindungan dan pengembangan yang semaksimal mungkin sebagai wujud kerjasama yang kuat dengan kelompok ekonomi nasional (Hanim, Sopyono, & Maryanto, 2022). Namun, banyak pelaku UMKM di Kota Kupang menghadapi tantangan besar terkait keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas, terbatasnya sumber daya untuk promosi, serta minimnya infrastruktur yang mendukung pertumbuhan usaha mereka. Untuk itu dalam meningkatkan perekonomian lokal dan menghadapi tantangan tersebut, pemerintah membuat program Car Free Day. Car Free Day merupakan wadah untuk meningkatkan interaksi masyarakat perkotaan, menciptakan udara perkotaan yang sementara bebas polutan, meningkatkan ruang terbuka dan mobilitas, ruang komunikasi dan integrasi sosial, serta perekonomian lokal, hari dimana kendaraan listrik tidak digunakan (Wahyudi, Asteriani, Muliana, & Nurhaliza, 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak Car Free Day (CFD) terhadap penghasilan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Kupang, dengan fokus pada peluang dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam memanfaatkan event tersebut. UMKM, yang merupakan sektor penting dalam perekonomian lokal, sering kali menghadapi keterbatasan dalam hal modal, akses ke pasar yang lebih luas, serta sumber daya untuk melakukan promosi yang efektif. Car Free Day, sebagai sebuah acara publik yang menarik banyak pengunjung dan diselenggarakan di ruang terbuka, memberikan peluang bagi UMKM untuk memperkenalkan produk mereka kepada konsumen baru tanpa perlu mengeluarkan biaya promosi yang besar.

CFD juga memberikan kesempatan bagi UMKM untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, meningkatkan penjualan, dan membangun hubungan yang lebih erat dengan pelanggan. Selain itu, kesempatan ini dapat membantu UMKM memperluas jangkauan pasar mereka, baik di kalangan pengunjung lokal maupun pengunjung dari luar kota yang mungkin tertarik dengan produk yang ditawarkan.

Namun, meskipun CFD menawarkan peluang, terdapat juga berbagai tantangan yang perlu diperhatikan, seperti ketergantungan pada cuaca, keterbatasan ruang, atau potensi kerumunan yang dapat memengaruhi kenyamanan dan aksesibilitas pengunjung ke area penjualan UMKM.

KAJIAN TEORI

Pengertian UMKM

UMKM adalah usaha yang dijalankan individu atau kelompok kecil dengan modal terbatas namun memainkan peran penting dalam perekonomian suatu negara. Usaha mikro, kecil dan menengah atau UMKM merupakan salah satu usaha produktif yang saat ini perkembangannya dinilai sangat pesat di Indonesia (Fadilah et al., 2020). Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), UMKM adalah sektor yang menyerap banyak tenaga kerja serta menjadi roda penggerak ekonomi di berbagai daerah. Salah satu tantangan utama UMKM adalah

keterbatasan akses terhadap pasar yang lebih luas. Agar UMKM dapat berkembang lebih kompetitif dengan pelaku ekonomi lainnya, pengembangan UMKM perlu mendapat perhatian yang signifikan baik dari pemerintah maupun masyarakat. Kebijakan pemerintah ke depan perlu lebih kondusif bagi pertumbuhan dan perkembangan UMKM (Mariana, 2012). Oleh karena itu, event publik seperti CFD dapat menjadi peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan penghasilan.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), pengertian usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah usaha produktif milik perseorangan atau badan tunggal yang memenuhi standar usaha mikro diatur oleh undang-undang. Usaha kecil adalah usaha yang dilakukan oleh seseorang atau badan ekonomi yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang suatu perusahaan yang dimiliki, dikendalikan baik langsung maupun tidak langsung oleh, atau langsung atau tidak langsung merupakan bagian dari suatu perusahaan menengah atau besar, baik yang berskala kecil maupun kecil usaha yang memenuhi kriteria sebagaimana dimaksud dalam Undang-undang ini, usaha menengah adalah suatu usaha ekonomi produktif yang mandiri dan bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari suatu perusahaan yang dimiliki atau dikuasainya; suatu usaha ekonomi produktif tersendiri yang dijalankan oleh orang perseorangan atau perusahaan secara langsung terlibat dalam perusahaan tersebut. Perusahaan kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau pendapatan penjualan tahunan yang secara tidak langsung diatur dalam konstitusi. (Gonibala, 2019)

Pengertian Car Free Day

Car Free Day telah menjadi suatu kegiatan dengan New Trend Activism yang cenderung pada suatu ajang hiburan bagi masyarakat kota dalam menikmati hiburan dan berbelanja. Beberapa kegiatan seperti pertunjukan kesenian, panggung hiburan, permainan anak-anak, dan kegiatan festival jalanan lainnya. Kegiatan sosialisasi seperti promosi, kampanye, dan sosialisasi sebuah produk atau kegiatan juga banyak ditemui. Selain itu, banyak juga ditemui pedagang kaki lima yang berjualan makanan dan minuman, pakaian maupun barang lainnya di lokasi CFD (Luklukaningsih et al., 2023). Aktivitas jual beli CFD dapat menjadi ajang peningkatan perputaran perekonomian. Hal ini juga menjadi tujuan UMKM, agar dapat turut serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan berkontribusi dalam mencapai stabilitas nasional pada umumnya dan stabilitas perekonomian pada khususnya. Diharapkan para pelaku UMKM dapat melakukan CFD ini secara mandiri. CFD dapat memberikan dampak positif bagi para pelaku UMKM, sehingga para pelaku usaha dan pedagang dapat mencapai kemajuan dan pertumbuhan di Kota Kupang (Rukayyah, Triwisudaningsih, & Aqidah, 2024).

Penghasilan

Penghasilan adalah jumlah uang atau imbalan lain yang diterima oleh individu, keluarga, atau entitas sebagai hasil dari pekerjaan, usaha, atau investasi dalam periode tertentu. Penghasilan dapat berasal dari berbagai sumber, seperti gaji, upah, keuntungan usaha, atau pendapatan pasif lainnya.

Penghasilan sangat penting dalam kehidupan ekonomi karena menjadi sumber utama untuk memenuhi kebutuhan hidup, investasi, dan pengembangan diri. Besar kecilnya penghasilan seseorang atau suatu entitas dipengaruhi oleh berbagai faktor,

seperti keterampilan, usaha yang dilakukan, modal yang dimiliki, serta kesempatan yang tersedia.

Menurut Sodikin dan Riyono (2014: 37), pendapatan adalah peningkatan laba ekonomi yang terjadi selama suatu periode pelaporan berupa arus masuk atau peningkatan aset atau penurunan liabilitas, sehingga peningkatan ekuitas tidak terjadi dari kontribusi investor. Pendapatan meliputi pendapatan (penjualan) dan keuntungan (profit). Pendapatan adalah pendapatan yang dihasilkan dalam menjalankan bisnis normal suatu perusahaan dan dikenal dengan berbagai sebutan, antara lain penjualan, komisi, bunga, dividen, royalti, dan sewa (Palullungan, Rorong, & Th Maramis, 2023).

Secara umum, penghasilan dibedakan menjadi beberapa jenis, antara lain:

1. Penghasilan dari Pekerjaan – Pendapatan yang diterima seseorang sebagai imbalan atas jasa atau pekerjaan yang dilakukan, seperti gaji, upah, atau honorarium. Penghasilan ini bisa bersifat tetap (gaji pokok) atau variabel (komisi, tunjangan, atau bonus).
2. Penghasilan dari Usaha – Pendapatan yang diperoleh dari aktivitas bisnis atau usaha yang dijalankan, baik oleh individu maupun badan usaha. Pendapatan ini biasanya berasal dari hasil penjualan barang atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen.
3. Penghasilan Pasif – Pendapatan yang diterima tanpa adanya keterlibatan aktif dalam pengelolaan sumber penghasilan tersebut, seperti pendapatan dari sewa properti, bunga tabungan, dividen saham, atau royalti.

Beberapa variabel digunakan dalam penelitian ini yang diperkirakan mempengaruhi pendapatan UMKM Kuliner sebagai berikut:

1. Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan langsung maupun tidak langsung dalam proses produksi untuk menambah output. Modal atau biaya adalah salah satu faktor yang sangat penting bagi setiap usaha, baik skala kecil, menengah maupun besar.
2. Tenaga Kerja bukan saja berarti jumlah buruh yang terdapat dalam perekonomian akan tetapi tenaga kerja juga meliputi keahlian dan keterampilan yang mereka miliki. Dari segi keahlian dan pendidikan tenaga kerja dibedakan menjadi 3 golongan, yaitu:
 - a) Tenaga kerja kasar merupakan tenaga kerja yang tidak berpendidikan atau rendah tingkat pendidikannya dan tidak memiliki keahlian dalam bidang pekerjaan.
 - b) Tenaga kerja terampil merupakan tenaga kerja yang memiliki keahlian dari pelatihan atau pengalaman kerja.
 - c) Tenaga kerja terdidik merupakan tenaga kerja yang memiliki Pendidikan cukup dan ahli dalam bidang tertentu.
3. Lama Usaha merupakan lamanya pedagang berkarya pada usaha perdagangan yang sedang dijalani saat ini. Lamanya usaha dapat menimbulkan pengalaman berusaha. Lama pembukaan usaha dapat mempengaruhi tingkat pendapatan, lama seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi produktivitasnya sehingga dapat menambah efisiensi dan mampu menekan biaya produksi lebih kecil daripada hasil penjualan. Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan semakin meningkat pengetahuan tentang selera atau perilaku konsumen.

METODE PENELITIAN

Peneliti menjadi pengumpul data utama dalam penelitian ini. Penentuan sumber data dalam penelitian kualitatif dilakukan saat peneliti mulai memasuki lapangan dan selama penelitian berlangsung sumber data dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dengan pelaku UMKM kuliner di CFD (Ummah, 2019).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Car Free Day (CFD) di Kota Kupang rutin diselenggarakan setiap hari Sabtu di Jalan El Tari. Acara ini menjadi momen bagi warga untuk berolahraga, berekreasi, dan menikmati suasana tanpa kendaraan bermotor. Dengan berbagai aktivitas dan layanan yang ditawarkan, CFD di Kota Kupang menjadi sarana efektif untuk meningkatkan interaksi antara pemerintah, komunitas, dan masyarakat, serta mempromosikan gaya hidup sehat dan lingkungan yang lebih bersih.

Car Free Day (CFD) mempunyai dampak signifikan terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner di Kota Kupang, terutama dalam hal peluang dan tantangan. Berikut analisisnya:

1. Cara UMKM Kuliner memanfaatkan event CFD

Melalui CFD, pelaku UMKM kuliner dapat memperluas pasar mereka dengan mendirikan stand atau booth yang mencerminkan identitas kuliner tersebut secara kreatif untuk menarik para pelanggan atau penikmat event CFD.

Selain itu pelaku UMKM juga melakukan promosi menggunakan media sosial terkait waktu dan titik lokasi stand jualan itu berada. Lokasi stand jualan tersebut tetap ditempat yang sama setiap kali event CFD berlangsung untuk mempermudah pelanggan jika ingin membeli.

2. Tantangan yang dihadapi ketika berpartisipasi di event CFD

Selain bermanfaat bagi para pelaku UMKM event CFD juga memiliki tantangan bagi para pelaku usaha, tantangan tersebut beragam seperti:

a. Gangguan Aktivitas Personal

Yang dimaksudkan dari gangguan aktivitas personal berupa kesulitan yang dialami pelaku usaha sendiri dalam hal mengangkut barang jualan ke tempat CFD sebab biasanya para pelaku usaha melakukan kegiatan jual beli seorang diri.

b. Keterbatasan Waktu

Waktu yang singkat membatasi jumlah pelanggan yang dapat dilayani. Pelaku UMKM tidak memiliki cukup waktu untuk menarik perhatian lebih banyak pengunjung atau membangun interaksi dengan pelanggan potensial. Jika pelanggan terlambat datang atau waktu habis, UMKM kehilangan kesempatan menjual produk mereka, sehingga sering kali barang jualan tersisa banyak dan tidak mencapai target yang ditetapkan pelaku usaha dalam penjualan hari itu.

c. Persaingan Yang Ketat

Persaingan yang ketat dalam event CFD menjadi salah satu tantangan terbesar bagi pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang berpartisipasi dalam acara tersebut. Di CFD, area yang biasanya dipenuhi oleh banyak orang yang berjalan kaki atau bersepeda, para pelaku UMKM memiliki kesempatan untuk menawarkan produk mereka, tetapi juga harus menghadapi kenyataan

bahwa banyak pedagang lainnya juga melakukan hal yang sama. Hal ini menciptakan persaingan yang ketat di antara mereka, yang harus bekerja keras agar usaha mereka dapat menonjol di tengah keramaian.

3. Strategi pemasaran yang diterapkan untuk menarik lebih banyak pelanggan selama CFD.

Beberapa pelaku menawarkan potongan harga atau diskon khusus hanya berlaku pada hari CFD agar dapat menarik pelanggan untuk mengunjungi stand jualan. Misalnya, potongan harga untuk pembelian tertentu atau diskon untuk pelanggan yang membeli dengan jumlah yang banyak. Selain itu pelaku usaha melakukan pemasaran melalui media sosial dengan memposting tentang diskon yang mereka tawarkan melalui Instagram Stories dengan menggunakan hashtag khusus. Ini bisa menarik perhatian orang-orang yang beraktivitas di CFD dan mendorong mereka untuk mengunjungi stand jualan.

4. Risiko yang dihadapi terkait cuaca atau kondisi lingkungan saat CFD yang dapat memengaruhi bisnis.

Berkaitan dengan cuaca atau kondisi lingkungan misalnya saat terjadi hujan belum ada alternatif yang dapat digunakan agar pelaku usaha dapat tetap berjualan. Risiko lain yaitu ketika hujan lebat atau suhu ekstrem dapat membuat pengunjung CFD enggan keluar rumah atau meninggalkan area CFD. Hal ini dapat mengurangi jumlah pelanggan yang datang.

Pembahasan Penelitian

Car Free Day (CFD) di Kota Kupang, yang rutin diselenggarakan setiap hari Sabtu di Jalan El Tari, tidak hanya menjadi sarana bagi masyarakat untuk menikmati suasana kota tanpa kendaraan bermotor, tetapi juga membawa dampak signifikan terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya dalam sektor kuliner. Penelitian ini mengungkapkan bagaimana pelaku UMKM kuliner memanfaatkan kesempatan yang ada, tantangan yang dihadapi, serta strategi pemasaran yang diterapkan untuk meraih keberhasilan di tengah persaingan yang ketat dan kondisi lingkungan yang tak menentu.

1. Pemanfaatan CFD oleh UMKM Kuliner

CFD menjadi salah satu sarana yang efektif bagi UMKM kuliner untuk memperluas pasar mereka. Setiap event CFD menawarkan kesempatan emas bagi pelaku usaha untuk mempromosikan produk mereka langsung kepada konsumen dalam jumlah besar. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan mendirikan stand atau booth yang menarik, mencerminkan identitas kuliner yang mereka tawarkan. Dengan penataan yang kreatif, pelaku UMKM dapat menarik perhatian pengunjung yang beraktivitas di sepanjang jalan El Tari, baik yang berjalan kaki maupun bersepeda. Selain itu, pemanfaatan media sosial juga menjadi bagian penting dari strategi promosi. Pelaku UMKM kuliner seringkali menggunakan platform seperti Instagram untuk memberi informasi terkait lokasi dan waktu penjualan mereka. Penggunaan media sosial ini sangat efisien dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat yang berada di sekitar area CFD, serta mereka yang berencana mengunjungi event tersebut. Dengan adanya keberlanjutan dalam penempatan lokasi stand, pelanggan dapat dengan mudah menemukan tempat jualan mereka setiap kali CFD berlangsung.

2. Tantangan yang dihadapi oleh UMKM Kuliner

Meski CFD menawarkan banyak peluang, pelaku UMKM kuliner juga harus menghadapi beberapa tantangan yang dapat mempengaruhi kelancaran usaha mereka. Tantangan pertama yang dihadapi adalah gangguan aktivitas personal. Banyak pelaku usaha yang beroperasi secara individu, sehingga mereka sering kali menghadapi kesulitan dalam memindahkan barang-barang jualan ke lokasi CFD. Tanpa adanya tenaga kerja tambahan, aktivitas ini dapat menjadi beban fisik dan emosional yang berat, terutama setelah beraktivitas sepanjang hari. Tantangan berikutnya adalah keterbatasan waktu yang ada selama CFD. Dengan waktu yang terbatas dari pagi hingga siang hari, banyak pelaku usaha yang merasa kesulitan dalam melayani pelanggan secara maksimal. Waktu yang singkat ini membatasi jumlah pelanggan yang dapat dilayani dan interaksi yang dapat dibangun. Ketika pelanggan datang terlambat atau waktu habis, potensi penjualan pun menjadi terhambat, yang dapat berdampak pada stok produk yang tersisa dan tidak tercapainya target penjualan. Persaingan yang ketat di area CFD juga menjadi tantangan besar. Di CFD, banyak pedagang yang menjajakan produk serupa, membuat pelaku UMKM harus bekerja ekstra keras agar produk mereka menonjol di tengah keramaian. Dengan banyaknya pilihan yang tersedia, konsumen memiliki banyak opsi untuk memilih, sehingga pelaku usaha perlu memikirkan strategi agar produk mereka menjadi pilihan utama, misalnya dengan menawarkan keunikan atau kualitas yang lebih baik dari pesaing.

3. Strategi Pemasaran untuk Menarik Pelanggan

Dalam menghadapi tantangan dan memaksimalkan peluang yang ada, pelaku UMKM kuliner di CFD mengembangkan beberapa strategi pemasaran yang cukup efektif. Salah satunya adalah dengan menawarkan diskon khusus atau potongan harga yang hanya berlaku pada hari CFD. Hal ini menjadi daya tarik bagi pelanggan, karena mereka merasa mendapatkan keuntungan lebih saat berbelanja di event CFD. Potongan harga ini bisa diberikan untuk pembelian tertentu atau untuk pembelian dalam jumlah besar, yang mendorong pelanggan untuk membeli lebih banyak. Selain itu, pemasaran melalui media sosial juga menjadi kunci utama dalam strategi pemasaran di CFD. Pelaku UMKM kuliner sering memanfaatkan Instagram Stories, TikTok, atau Facebook untuk mempromosikan produk mereka. Penggunaan hashtag tertentu yang berkaitan dengan CFD juga membantu untuk menarik perhatian audiens yang lebih luas, terutama mereka yang mengikuti hashtag populer atau yang memiliki minat terhadap event-event serupa. Dengan begitu, promosi mereka tidak hanya terbatas pada pengunjung CFD, tetapi juga dapat menjangkau mereka yang tidak dapat hadir secara fisik di lokasi tersebut.

4. Risiko Terkait Cuaca dan Kondisi Lingkungan

Salah satu faktor yang tidak bisa diprediksi dan berpotensi memengaruhi keberhasilan usaha UMKM kuliner selama CFD adalah kondisi cuaca. Di Kota Kupang, yang memiliki iklim tropis dengan hujan yang kadang datang secara tiba-tiba, risiko cuaca buruk menjadi salah satu tantangan besar. Ketika hujan turun deras atau suhu ekstrem terjadi, pengunjung CFD cenderung enggan keluar rumah atau meninggalkan area CFD. Hal ini tentu saja mempengaruhi jumlah pengunjung yang datang, yang berdampak pada penurunan penjualan. Sampai saat ini, belum ada alternatif atau solusi yang dapat digunakan oleh pelaku UMKM kuliner untuk melindungi stand mereka dari cuaca buruk. Kebanyakan pelaku usaha masih mengandalkan tenda sederhana yang tidak dapat menahan hujan lebat, sehingga barang dagangan mereka berpotensi basah

atau rusak. Ketika kondisi cuaca tidak mendukung, potensi kerugian pun semakin tinggi, apalagi jika stok yang disiapkan banyak dan tidak terjual.

Penelitian ini menegaskan pentingnya CFD sebagai platform yang dapat dimanfaatkan oleh UMKM untuk meningkatkan penghasilan. Namun, untuk memaksimalkan potensi ini, perlu adanya dukungan dari pemerintah dan komunitas, seperti pengembangan infrastruktur dan penyediaan fasilitas yang dapat membantu pelaku UMKM, terutama dalam menghadapi tantangan cuaca dan persaingan.

Secara keseluruhan, CFD di Kota Kupang tidak hanya berfungsi sebagai acara rekreasi, tetapi juga sebagai sarana peningkatan ekonomi lokal yang perlu diperkuat dengan strategi yang tepat untuk mendukung keberlangsungan dan pertumbuhan UMKM.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Car Free Day (CFD) memberikan dampak positif yang signifikan terhadap penghasilan UMKM kuliner di Kota Kupang. Meskipun terdapat tantangan yang harus dihadapi, seperti cuaca yang tidak menentu dan tingkat persaingan yang tinggi, peluang yang ditawarkan CFD cukup besar untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk. Pelaku UMKM yang berhasil memanfaatkan event ini menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang kreatif dan interaksi langsung dengan konsumen dapat meningkatkan daya tarik produk. Oleh karena itu, dukungan dari pemerintah dan masyarakat sangat penting untuk mengembangkan infrastruktur dan fasilitas yang mendukung keberlangsungan CFD, sehingga dapat terus berfungsi sebagai platform yang efektif untuk pertumbuhan ekonomi lokal.

REFERENSI

- Fadilah, A., Igo, I., Liza, A., Safira, F., Setyani, A., & Imam, B. (2020). Strategi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian selama Pandemi Covid-19 pada saat New Normal. *OECONOMICUS Journal of Economics*, 5(1), 46–62.
- Gonibala, N. dkk. (2019). Analisis Pengaruh Modal dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan UMKM di Kota Kitamobagu. *Berkala Ilmiah Efisiensi*, 19(01), 56–67.
- Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto, M. (2022). Development of Digital MSMEs during the Covid-19 Pandemic. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat*, 2(1), 30–39.
- Luklukaningsih, Z., Yunitasari, R., Uningowati, D. W., Setyaningtyas, A. F., Indrayanto, B., Susena, D., & Sukini. (2023). Sosialisasi Dan Edukasi Fisioterapi Kepada Masyarakat Melalui Kegiatan Car Free Day Kabupaten Klaten. *WIDHARMA - Jurnal Pengabdian Widya Dharma*, 2(02), 21–30. <https://doi.org/10.54840/widharma.v2i02.165>
- Mariana, K. (2012). Peran Strategis Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam Pembangunan Nasional. *Informatika*, 3(I Januari), 15.

- Palullungan, L., Rorong, I. F., & Th Maramis, M. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Hortikultura (Studi Kasus Pada Usaha Tani Sayur Kentang Di Desa Sinisir Kecamatan Modoinding). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 22(3), 130–142.
- Rukayah, Triwisudaningsih, E., & Aqidah, W. (2024). Analisis Pemanfaatan Qris dalam Kemudahan Pembayaran Konsumen CFD Kraksaan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6(2), 330–336. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i2.866>
- Ummah, M. S. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. Diambil dari http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbe.co.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Wahyudi, A., Asteriani, F., Muliana, R., & Nurhaliza, S. (2024). Kajian Efektivitas Pelaksanaan Kegiatan Car-Free Day di Jalan Jenderal Sudirman Kota Pekanbaru. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, 20(2), 126–151. <https://doi.org/10.14710/pwk.v20i2.41991>