

ISMI AISSYAH, 22.240.0031

**PENGEMBANGAN UMKM SOTO TAUTO KHAS PEKALONGAN
SEBAGAI PELUANG USAHA KULINER BERBASIS LOKAL**

Dibawah bimbingan Ichwan Kurniawan, S.Kom., M.Kom., dan Anas Syaifudin,
S.Kom., M.Kom.

149+ xvi halaman/ 79 gambar/ 5 tabel/ 2 lampiran/ 22 pustaka (2020 – 2024)

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam mendukung perekonomian nasional, khususnya dalam penyerapan tenaga kerja dan pelestarian kuliner lokal. Salah satu bentuk UMKM di sektor kuliner tradisional adalah Warung Soto/Tauto Klego Bang Naryo yang menyajikan tauto, makanan khas Kota Pekalongan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik ruang usaha, pola penyajian, serta pemanfaatan media digital sebagai strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa warung ini memanfaatkan konsep ruang terbuka (open space) dan dapur terbuka (open kitchen) sebagai bentuk efisiensi ruang dan daya tarik visual bagi konsumen. Selain itu, pemanfaatan media sosial dan platform layanan pesan antar makanan memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan jangkauan pasar dan minat konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi antara pengelolaan ruang usaha tradisional dan strategi pemasaran digital dapat meningkatkan keberlanjutan dan daya saing UMKM kuliner lokal.

Kata kunci: *UMKM, kuliner tradisional, tauto Pekalongan, pemasaran digital, ruang usaha*

ISMI AISSYAH, 22.240.0031

**PENGEMBANGAN UMKM SOTO TAUTO KHAS PEKALONGAN
SEBAGAI PELUANG USAHA KULINER BERBASIS LOKAL**

Dibawah bimbingan Ichwan Kurniawan, S.Kom., M.Kom., dan Anas Syaifudin,
S.Kom., M.Kom.

149+ xvi halaman/ 79 gambar/ 5 tabel/ 2 lampiran/ 22 pustaka (2020 – 2024)

ABSTRAK

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in supporting the national economy, particularly in employment absorption and the preservation of local culinary heritage. One form of MSME in the traditional culinary sector is Soto/Tauto Klego Bang Naryo, which serves tauto, a traditional dish from Pekalongan City. This study aims to analyze the characteristics of business space, presentation patterns, and the use of digital media as a marketing strategy to enhance business competitiveness. The research method employed is descriptive qualitative, with data collection techniques including direct observation, interviews, and documentation. The results indicate that the business applies an open space and open kitchen concept as an efficient use of space and as a visual attraction for consumers. Furthermore, the utilization of social media and online food delivery platforms contributes positively to expanding market reach and increasing consumer interest. This study concludes that the integration of traditional business space management with digital marketing strategies can improve the sustainability and competitiveness of local culinary MSMEs.

Keywords: *MSMEs, traditional culinary, Pekalongan tauto, digital marketing, business space*