

## Sunsetpreneur : Menggali Potensi UMKM di Sunbae Kawasan Manado Melalui Konsep Nongkrong Outdoor yang Unik

Rexy Andalangi Maatuil <sup>1</sup>, Jeysicha Prisilvia Muarif <sup>2</sup>, Aprilia Belinda Kandijoh <sup>3</sup>

<sup>1</sup> Fakultas Ilmu Pengetahuan Teknologi dan Keguruan, Universitas Trinita Manado, Sulawesi Utara, Indonesia

<sup>2,3</sup> Gizi, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Trinita Manado, Sulawesi Utara, Indonesia

\*Email Korespodensi: [muarifjeysicha1@gmail.com](mailto:muarifjeysicha1@gmail.com)

### Sejarah Artikel:

Diterima 03-12-2025  
Disetujui 13-12-2025  
Diterbitkan 15-12-2025

### ABSTRACT

*This study explores the integration of outdoor leisure spaces as a strategy to strengthen local MSMEs in the Sunbae area of Manado. Findings indicate that MSMEs effectively leverage local potential, including materials, cultural values, and the coastal atmosphere, to create distinctive products and experiences. Collaboration between MSME owners, the creative community, and local artists significantly increases visitor engagement and strengthens social networks. The concept of an outdoor leisure space also functions as a third place, where design elements such as lighting, comfortable seating, and a breezy beach atmosphere encourage visitors to stay longer and contribute to higher economic activity. Digital technology, particularly social media marketing and QRIS-based transactions, further enhances the competitiveness of MSMEs. The study also identifies challenges related to weather, visitor fluctuations, and dependence on events. Overall, Sunbae demonstrates that combining creative public spaces, community interaction, and technology can create a sustainable local economic ecosystem and increase the resilience and visibility of MSMEs.*

**Keywords:** Outdoor hangout spaces, Local economic development, MSME empowerment, Creative public space

### ABSTRAK

Studi ini mengeksplorasi integrasi ruang santai luar ruangan sebagai strategi untuk memperkuat UMKM lokal di wilayah Sunbae, Manado. Temuan menunjukkan bahwa UMKM secara efektif memanfaatkan potensi lokal termasuk bahan-bahan, nilai-nilai budaya, dan suasana pantai untuk menciptakan produk dan pengalaman yang khas. Kolaborasi antara pemilik UMKM, komunitas kreatif, dan pelaku seni lokal secara signifikan meningkatkan keterlibatan pengunjung dan memperkuat jaringan sosial. Konsep ruang nongkrong santai luar ruangan juga berfungsi sebagai tempat ketiga, di mana elemen desain seperti pencahayaan, kenyamanan tempat duduk, dan suasana pantai yang berangin sejuk mendorong pengunjung untuk tinggal lebih lama dan berkontribusi pada aktivitas ekonomi yang lebih tinggi. Teknologi digital, khususnya pemasaran media sosial dan transaksi berbasis QRIS, semakin meningkatkan daya saing UMKM. Studi ini juga mengidentifikasi tantangan yang terkait dengan cuaca, fluktuasi pengunjung, dan ketergantungan pada acara. Secara keseluruhan, Sunbae menunjukkan bahwa menggabungkan ruang publik kreatif, interaksi komunitas, dan teknologi dapat menghasilkan ekosistem ekonomi lokal yang berkelanjutan dan meningkatkan ketahanan serta visibilitas UMKM.

**Katakunci:** Ruang santai luar ruangan, Pengembangan ekonomi lokal, Pemberdayaan UMKM, Ruang publik kreatif

**Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:**

Rexy Andalangi Maatuil, Muarif, J., & Aprilia Belinda Kandijoh. (2025). Sunsetpreneur : Menggali Potensi UMKM di Sunbae Kawasan Manado Melalui Konsep Nongkrong Outdoor yang Unik. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2(1), 348-356. <https://doi.org/10.63822/05xbg293>

## PENDAHULUAN

UMKM menjadi tulang punggung ekonomi nasional. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM/BPS, ketika ini UMKM menyumbang sekitar 61% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia Kemenkop dan menyerap hampir 97% tenaga kerja nasional [DJPB](#). Keberadaan UMKM secara nyata mendukung stabilitas ekonomi dan penciptaan lapangan kerja, khususnya dalam kondisi volatilitas ekonomi global. Di tingkat regional, Provinsi Sulawesi Utara termasuk Kota Manado menunjukkan bahwa usaha mikro dan kecil mendominasi struktur industri lokal.

Misalnya, jumlah perusahaan industri skala mikro dan kecil di Sulawesi Utara pada 2023 mencapai 59.112 unit BPS Di Kota Manado, BPS menerbitkan “Listing Industri Mikro Kecil 2024” sebagai bagian dari pencatatan Survei Industri Mikro dan Kecil, meskipun publikasi terbaru belum memberikan angka kontribusi PDB lokal secara eksplisit BPS Manado. Menurut studi lokal, jumlah UMKM di Manado diperkirakan mencapai 18.608 unit, dimana usaha mikro menjadi mayoritas.

Meskipun dampak ekonomi UMKM terbukti besar, banyak usaha mikro kecil di Manado masih stagnan dalam ranah skala kecil. Faktor penghambat utama mencakup terbatasnya akses pasar, rendahnya inovasi produk, dan kurangnya media promosi yang efektif. Sementara itu, perilaku masyarakat terutama generasi milenial dan Gen Z menunjukkan tren yang jelas: mereka lebih tertarik pada tempat nongkrong yang nyaman, estetik, dan bernuansa alami (outdoor) yang menawarkan pengalaman visual dan sosial, apalagi jika bisa menikmati suasana senja yang estetik.

Permasalahan kunci yang harus dipecahkan adalah : bagaimana mengintegrasikan konsep nongkrong outdoor di kawasan Sunbae Manado dengan strategi pengembangan UMKM lokal sehingga UMKM tidak hanya menarik pengunjung tapi juga mampu mengoptimalkan potensi bisnis mereka? Dalam realisasinya, perlu pertimbangan pemilihan desain ruang dan konsep yang menarik pengunjung sekaligus mendukung keberlanjutan ekonomi pelaku UMKM.

Melihat peluang tersebut, konsep “nongkrong outdoor” di kawasan Sunbae Manado diajukan sebagai pendekatan inovatif yang memadukan aspek sosial, budaya, dan ekonomi. Dengan merancang ruang publik yang instagramable, nyaman, dan asri, pengunjung akan tertarik menghabiskan waktu (stay longer), yang secara langsung membuka peluang transaksi UMKM lokal. Untuk menguatkan konsep ini, diperlukan program pendukung seperti pelatihan peningkatan kualitas produk UMKM, pemberdayaan desain kemasan, serta strategi pemasaran digital yang menyelaraskan pengalaman ruang (experience) dengan promosi produk. Jika berhasil, pendekatan ini dapat menciptakan ekosistem di mana ruang nongkrong menjadi pemicu aktivitas ekonomi lokal, serta memperkuat posisi UMKM di Manado dalam persaingan lokal dan digital.

Penelitian ini mengkaji bagaimana konsep nongkrong outdoor dapat diintegrasikan dengan pengembangan UMKM di kawasan Sunbae Manado, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam penerapannya, serta merumuskan strategi inovatif dan berkelanjutan untuk meningkatkan daya tarik, daya saing, dan keberlanjutan ekonomi UMKM yang relevan bagi gaya hidup generasi milenial dan Gen Z

## KAJIAN TEORITIS

### 1. Teori Pengembangan Ekonomi Lokal

Pengembangan Ekonomi Lokal (Local Economic Development/LED) merupakan pendekatan pembangunan yang berfokus pada pemanfaatan potensi, kapasitas, dan sumber daya lokal dengan melibatkan pemerintah daerah, pelaku usaha, komunitas, dan lembaga pendidikan (Blakely & Leigh, 2010).

Tujuannya tidak hanya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menciptakan kesejahteraan merata, lapangan kerja, serta daya saing daerah yang berkelanjutan.

Menurut Blakely dan Bradshaw (2002), inti pengembangan ekonomi lokal terletak pada upaya menciptakan dan mempertahankan kesejahteraan masyarakat melalui partisipasi aktif warga serta optimalisasi sumber daya lokal. Pendekatan ini menekankan sinergi antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan untuk mewujudkan sustainable growth.

Stimson, Stough, dan Roberts (2006) menegaskan bahwa pengembangan ekonomi lokal juga mencakup pembangunan kapasitas masyarakat guna menciptakan lingkungan yang kondusif bagi inovasi dan kewirausahaan, di mana pemerintah daerah berperan sebagai fasilitator kolaborasi lintas sektor.

Dalam konteks kawasan Sunbae Manado, teori ini relevan untuk memahami bagaimana potensi lokal khususnya sektor kuliner dan pariwisata—dapat dioptimalkan sebagai penggerak ekonomi kreatif berbasis masyarakat. Konsep ruang nongkrong outdoor berfungsi sebagai media inovatif yang memadukan aspek sosial dan ekonomi, serta mendorong tumbuhnya UMKM lokal. Kolaborasi antara pemerintah kota, pelaku UMKM, dan komunitas kreatif diharapkan dapat membentuk ekosistem ekonomi yang dinamis dan berdaya saing.

Dengan demikian, teori pengembangan ekonomi lokal menjadi landasan konseptual bagi penelitian ini dalam menelaah bagaimana inovasi ruang publik berpotensi memperkuat aktivitas ekonomi berbasis potensi daerah.

## **2. Konsep Nongkrong Outdoor sebagai Inovasi Ruang Publik**

Ruang publik memiliki peran penting sebagai wadah interaksi sosial, ekspresi budaya, dan aktivitas ekonomi masyarakat. Gehl (2011) menyebutkan bahwa ruang publik yang dirancang secara baik dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui kenyamanan, keterlibatan sosial, dan inklusivitas. Dalam konteks sosial modern, Oldenburg (1999) memperkenalkan konsep third place, yaitu ruang sosial informal di luar rumah dan tempat kerja seperti taman, kafe, atau area terbuka yang menjadi sarana masyarakat untuk berinteraksi dan membangun jejaring sosial. Kehadiran third place berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan sosial dan mental karena menyediakan ruang bagi relaksasi, komunikasi, dan pertukaran ide.

Konsep nongkrong outdoor merupakan bentuk aktualisasi third place yang mengintegrasikan unsur sosial, budaya, dan ekonomi. Ruang publik semacam ini, ketika dirancang secara estetis dan nyaman, mampu menarik generasi milenial dan Gen Z yang mengutamakan pengalaman visual, suasana santai, dan nilai kebersamaan. Montgomery (1998) menegaskan bahwa ruang publik yang menarik dapat menjadi penggerak vital ekonomi kreatif karena mendorong masyarakat untuk stay longer dan berkontribusi pada peningkatan aktivitas ekonomi lokal, terutama bagi pelaku UMKM. Di kawasan Sunbae Manado, penerapan konsep nongkrong outdoor berpotensi menciptakan ruang ekonomi kreatif yang mempertemukan pelaku UMKM dengan konsumen secara langsung melalui interaksi sosial yang alami dan menyenangkan.

Dengan demikian, konsep nongkrong outdoor tidak hanya berfungsi sebagai sarana rekreasi, tetapi juga sebagai inovasi sosial dan ekonomi yang memperkuat ekosistem UMKM. Melalui desain ruang yang inklusif dan berorientasi pada pengalaman komunitas, konsep ini dapat menjadi strategi pemberdayaan ekonomi lokal yang relevan dengan karakteristik budaya dan gaya hidup masyarakat Manado. Dalam konteks penelitian ini, konsep tersebut menjadi dasar analisis tentang bagaimana ruang publik kreatif dapat diintegrasikan dengan pengembangan UMKM untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan ekonomi daerah.

### **3. Teori Pemberdayaan Ekonomi** menekankan

Pemberdayaan ekonomi merupakan proses peningkatan kapasitas individu dan kelompok agar memiliki kemampuan, akses, serta kendali terhadap sumber daya ekonomi untuk mengambil keputusan secara mandiri (Chambers, 1997). Pendekatan ini bertujuan mengubah pelaku ekonomi kecil dari posisi pasif menjadi subjek aktif pembangunan. Sen (1999) menegaskan bahwa pembangunan sejati adalah perluasan kebebasan individu dalam mencapai kesejahteraan melalui partisipasi aktif dalam aktivitas ekonomi dan sosial. Dalam konteks UMKM, pemberdayaan mencakup peningkatan kapasitas inovatif, kemampuan wirausaha, serta pemanfaatan teknologi agar mampu bersaing di pasar terbuka.

Di tingkat lokal, pemberdayaan ekonomi tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan, tetapi juga pada kemandirian dan keberlanjutan sosial. Todaro dan Smith (2015) menekankan bahwa keberhasilan pemberdayaan bergantung pada integrasi antara aspek ekonomi, pendidikan, dan partisipasi komunitas. Hal ini sejalan dengan pandangan Ife dan Tesoriero (2008) yang menilai bahwa pembangunan berbasis komunitas menekankan kolaborasi, solidaritas, dan partisipasi aktif masyarakat dalam mengelola potensi lokal. Dalam konteks kawasan Sunbae Manado, pemberdayaan UMKM dapat diwujudkan melalui pelatihan peningkatan kualitas produk, inovasi desain kemasan, serta strategi pemasaran digital yang relevan dengan gaya hidup generasi muda.

Dengan demikian, teori pemberdayaan ekonomi memberikan dasar konseptual bagi penelitian ini untuk memahami bagaimana pelaku UMKM di kawasan Sunbae dapat meningkatkan kemandirian dan daya saing usaha melalui integrasi ruang nongkrong outdoor sebagai sarana interaksi sosial dan ekonomi. Pendekatan ini tidak hanya menumbuhkan kemandirian ekonomi, tetapi juga memperkuat kohesi sosial dan budaya lokal yang menjadi fondasi utama pembangunan ekonomi berkelanjutan di Kota Manado

## **METODE PELAKSANAAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam integrasi konsep nongkrong outdoor dengan pengembangan UMKM di kawasan Sunbae Manado. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali fenomena sosial, budaya, dan ekonomi melalui observasi serta interaksi langsung di lapangan, sebagaimana ditegaskan oleh Creswell (2014) dan Miles & Huberman (1994) bahwa metode kualitatif efektif untuk menafsirkan makna dan konteks sosial secara komprehensif. Sumber data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam dengan delapan narasumber, terdiri dari empat pelaku UMKM (kuliner, thrifting, coffee–non-coffee beverages, dan minuman beralkohol ringan) serta empat pelanggan untuk tujuan triangulasi informasi agar data lebih valid dan akurat. Penelitian dilaksanakan selama tiga bulan, September hingga November 2025, di kawasan Sunbae Megamas Manado sebagai pusat aktivitas UMKM berbasis ruang nongkrong outdoor. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur yang direkam dan ditranskripsi verbatim, serta dokumentasi berupa foto, video, dan catatan lapangan untuk memperkuat temuan. Seluruh data dianalisis menggunakan teknik analisis kualitatif deskriptif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, serta verifikasi dan penarikan kesimpulan secara induktif untuk menggambarkan kondisi sosial dan strategi pengembangan UMKM secara sistematis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan potensi lokal menjadi fondasi utama dalam

pengembangan ekonomi UMKM di kawasan Sunbae Manado. Seluruh pelaku usaha memanfaatkan keunikan lokal, baik berupa bahan baku, karakter masyarakat, maupun budaya setempat. Pada UMKM kuliner seperti Jagung Mimoza, penggunaan bahan baku jagung segar lokal merupakan identitas produk yang memberikan diferensiasi kuat di mata pelanggan. Temuan ini sejalan dengan pandangan Blakely dan Bradshaw (2002) yang menekankan bahwa pengembangan ekonomi lokal bertumpu pada optimalisasi sumber daya daerah, serta Blakely dan Leigh (2010) yang menegaskan bahwa keunikan lokal merupakan sumber nilai ekonomi yang dapat meningkatkan daya saing daerah.

Pada UMKM minuman dan coffee truck, seperti Sunsbir dan Beejie Coffee, potensi lokal tidak hanya muncul dari produk, tetapi juga dari suasana pantai, senja, serta budaya nongkrong masyarakat Manado yang dijadikan daya tarik utama. Pengunjung yang datang tidak hanya untuk membeli, tetapi lebih karena pengalaman ruang yang ditawarkan. Hal ini sesuai dengan konsep *place attractiveness* oleh Montgomery (1998), yang menjelaskan bahwa ruang publik dengan daya tarik visual dan sosial mampu meningkatkan intensitas interaksi dan aktivitas ekonomi. Temuan dari sisi pelanggan juga memperlihatkan bahwa mereka kembali berkunjung karena suasana “vibes Bali”, kebersihan, musik, dan kenyamanan ruang terbuka. Gehl (2011) menyatakan bahwa ruang publik yang dirancang secara human-oriented mendorong masyarakat untuk menghabiskan waktu lebih lama (*stay longer*), yang berdampak pada meningkatnya transaksi UMKM.

Penelitian ini juga menemukan bahwa kolaborasi antar pelaku usaha menjadi faktor penting dalam memperkuat ekosistem ekonomi di Sunbae. Pelaku UMKM intens menjalin kerja sama dengan komunitas dancer, DJ, komunitas fashion, hingga pihak pemerintah untuk menciptakan berbagai aktivitas dan event yang menarik kunjungan. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan promosi, tetapi juga memperluas jaringan sosial dan pasar. Temuan ini konsisten dengan teori Stimson, Stough, dan Roberts (2006), yang menyatakan bahwa pengembangan ekonomi lokal menuntut adanya kolaborasi multi-aktor untuk menciptakan lingkungan yang inovatif dan adaptif. Selain itu, interaksi yang terbangun antara pelaku usaha dan pelanggan sering kali berubah menjadi hubungan sosial yang lebih akrab, yang kemudian menjadikan pelanggan sebagai konsumen loyal. Fenomena ini sesuai dengan teori *third place* dari Oldenburg (1999) yang menegaskan bahwa ruang sosial informal dapat menjadi wadah terbentuknya komunitas ekonomi.

Lebih jauh, konsep nongkrong outdoor di Sunbae terbukti berfungsi sebagai *third place* sekaligus motor penggerak ekonomi kreatif. Hampir seluruh UMKM menekankan bahwa desain ruang terbuka, kenyamanan tempat duduk, pencahayaan estetik, suasana pantai, serta musik dan ambience merupakan faktor yang membuat pengunjung datang dan berlama-lama. Ruang publik seperti ini tidak hanya berfungsi untuk rekreasi, tetapi juga untuk memperkuat identitas budaya perkotaan yang santai, terbuka, dan kreatif. Sesuai pandangan Oldenburg (1999), *third place* menyediakan ruang ketiga setelah rumah dan tempat kerja, tempat di mana masyarakat dapat berinteraksi bebas dan membangun relasi sosial. Montgomery (1998) menambahkan bahwa kualitas ruang publik yang baik dapat mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif melalui meningkatnya aktivitas masyarakat. Di Sunbae, hal ini tampak jelas ketika pelanggan yang awalnya hanya ingin nongkrong akhirnya melakukan pembelian makanan, minuman, atau bahkan berbelanja produk fashion.

Dalam konteks pemberdayaan, pelaku UMKM di Sunbae sangat adaptif terhadap teknologi digital. Promosi berbasis media sosial, transaksi QRIS, penggunaan foto dan video untuk konten, serta inovasi produk berdasarkan tren digital menjadi elemen penting dalam strategi pengembangan usaha. Hal ini mendukung pandangan Todaro dan Smith (2015) bahwa teknologi memiliki peran signifikan dalam mendorong kemandirian ekonomi dan meningkatkan efisiensi UMKM. Sen (1999) juga menegaskan bahwa



pemberdayaan ekonomi terjadi ketika individu memiliki *freedom* untuk memanfaatkan peluang melalui akses informasi dan teknologi. Temuan lapangan memperlihatkan bahwa UMKM seperti Queenzhe Xstore sangat mengandalkan digital marketing untuk menarik pelanggan, sedangkan Beejie Coffee memanfaatkan estetika konten visual untuk membangun brand image. Sunsbir mempromosikan event-event yang memperkuat positioning usaha mereka di kalangan turis dan anak muda, sementara Jagung Mimoza meningkatkan visibilitas produk lokal melalui media sosial.

Dari sisi dampak, penelitian menemukan bahwa keberadaan konsep nongkrong outdoor memberikan dampak ekonomi dan sosial yang signifikan bagi pelaku UMKM dan masyarakat sekitar. Secara ekonomi, pendapatan UMKM meningkat terutama pada akhir pekan dan hari-hari dengan penyelenggaraan event. Lapangan pekerjaan baru tercipta, termasuk pekerjaan informal seperti kru event, bartender, dan staf pelayanan. Hal ini mendukung pandangan Blakely dan Bradshaw (2002) bahwa pengembangan ekonomi berbasis komunitas mampu menciptakan pemerataan pertumbuhan dan menstimulasi aktivitas ekonomi daerah. Dari sisi sosial, ruang terbuka di Sunbae memfasilitasi interaksi lintas kelompok antara turis, mahasiswa, komunitas lokal, dan pelaku usaha. Gaya hidup nongkrong akhirnya menjadi bagian dari identitas sosial masyarakat Manado yang menunjukkan karakter santai, kreatif, dan adaptif. Temuan ini konsisten dengan Oldenburg (1999) yang menyatakan bahwa *third place* mampu memperkuat kohesi sosial dan rasa keterikatan masyarakat terhadap ruang publik.

Namun demikian, penelitian juga mengidentifikasi adanya sejumlah tantangan yang dihadapi pelaku UMKM. Faktor cuaca menjadi kendala paling dominan, di mana hujan membuat kawasan outdoor menjadi sepi dan menurunkan pendapatan. Selain itu, fluktuasi kunjungan akibat kondisi ekonomi masyarakat, khususnya pertengahan bulan, memengaruhi stabilitas omzet. Ketergantungan pada event juga terlihat jelas, karena beberapa UMKM mengalami penurunan pendapatan ketika tidak ada event tematik. Persaingan antar pelaku usaha dengan produk serupa semakin menuntut inovasi berkelanjutan. Kondisi ini menunjukkan bahwa ruang publik outdoor memiliki tingkat kerentanan yang harus diantisipasi dengan strategi mitigasi, seperti penyediaan area semi-outdoor, diversifikasi produk, dan peningkatan kualitas pelayanan.

Berdasarkan integrasi teori dan temuan lapangan, sejumlah strategi inovatif dapat diterapkan untuk meningkatkan keberlanjutan UMKM di Sunbae. Pengembangan desain ruang yang lebih inklusif dan adaptif sesuai konsep Gehl (2011) perlu diperkuat untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung. Pemberdayaan UMKM melalui pelatihan pemasaran digital, inovasi produk, dan penguatan kapasitas manajemen usaha sejalan dengan gagasan Sen (1999) tentang perluasan kapabilitas ekonomi. Kolaborasi antara pemerintah, komunitas, dan pelaku usaha perlu diinstitusionalisasi sebagaimana disarankan oleh Stimson et al. (2006) untuk menciptakan ekosistem ekonomi yang solid dan berkelanjutan. Selain itu, pengembangan event tematik secara terjadwal dapat meningkatkan arus kunjungan dan memperkuat identitas kawasan. Upaya mitigasi cuaca melalui pengembangan ruang semi-outdoor juga penting agar UMKM tidak terlalu bergantung pada kondisi alam.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa pengembangan Sunbae harus berorientasi pada ekosistem, bukan hanya ruang. Integrasi antara ruang inovatif, teknologi digital, dan kekuatan komunitas merupakan formula utama yang menjadikan kawasan ini berkembang sebagai pusat UMKM kreatif dan berdaya saing.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa konsep nongkrong outdoor di kawasan Sunbae Manado mampu mendukung pengembangan UMKM melalui pemanfaatan potensi lokal, penciptaan pengalaman ruang yang menarik, dan penguatan interaksi sosial. UMKM berhasil memanfaatkan keunikan budaya dan karakter masyarakat Manado sebagai daya tarik ekonomi, sementara kolaborasi dengan komunitas serta penggunaan teknologi digital semakin meningkatkan daya saing mereka. Ruang nongkrong outdoor berfungsi sebagai *third place* yang mendorong pengunjung untuk berlama-lama dan bertransaksi, sehingga berdampak nyata pada peningkatan pendapatan dan pembentukan budaya urban baru. Namun, tantangan berupa cuaca, fluktuasi kunjungan, dan kebutuhan inovasi berkelanjutan tetap perlu menjadi perhatian. Secara keseluruhan, kawasan Sunbae menunjukkan bahwa integrasi ruang publik kreatif dengan pemberdayaan UMKM dapat menjadi model pembangunan ekonomi lokal yang efektif. Penelitian ini menegaskan bahwa konsep nongkrong outdoor memperkuat teori LED, *third place*, dan ruang publik karena mampu menjadi infrastruktur social ekonomi yang mendukung ekosistem UMKM. Bagi pelaku UMKM, implikasinya adalah pentingnya peningkatan desain ruang, kolaborasi komunitas, penggunaan digital marketing, serta inovasi produk agar tetap kompetitif. Pemerintah daerah perlu menyediakan fasilitas pendukung dan pelatihan serta memfasilitasi event kreatif untuk menjaga keberlanjutan kawasan. Secara sosial budaya, konsep ini mempererat interaksi masyarakat dan membentuk identitas urban Manado yang santai, kreatif, dan inklusif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Blakely, E. J., & Leigh, N. G. (2010). *Planning Local Economic Development: Theory and Practice* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Chambers, R. (1997). *Whose Reality Counts? Putting the First Last*. London: Intermediate Technology Publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- De Porter, Bobbi dan Hernacki, Mike. 1992. *Quantum Learning. Membiasakan Belajar Nyaman dan Menyenangkan*. Terjemahan oleh Alwiyah Abdurrahman. Bandung: Penerbit Kaifa.
- Firmansyah, M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif: Pendekatan Analisis Deskriptif*. Jakarta: Prenada Media.
- Gehl, J. (2011). *Life Between Buildings: Using Public Space*. Washington, DC: Island Press.
- Ife, J., & Tesoriero, F. (2008). *Community Development: Community-Based Alternatives in an Age of Globalisation*. Pearson Education.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Montgomery, J. (1998). Making a city: Urbanity, vitality and urban design. *Journal of Urban Design*, 3(1), 93–116.
- Oldenburg, R. (1999). *The Great Good Place*. New York: Marlowe & Company.
- Sen, A. (1999). *Development as Freedom*. New York: Knopf.
- Stimson, R. J., Stough, R. R., & Roberts, B. H. (2006). *Regional Economic Development: Analysis and Planning Strategy*. Berlin: Springer.
- Sujimat, D. Agus. 2000. *Penulisan karya ilmiah*. Makalah disampaikan pada pelatihan penelitian bagi guru SLTP Negeri di Kabupaten Sidoarjo tanggal 19 Oktober 2000 (Tidak diterbitkan). MKKS SLTP Negeri Kabupaten Sidoarjo
- Suparno. 2000. *Langkah-langkah Penulisan Artikel Ilmiah dalam Sauekah*, Ali dan Waseso, M.G. 2000.



Menulis Artikel untuk Jurnal Ilmiah. Malang: UM Press.  
Wahab, Abdul dan Lestari, Lies Amin. 1999. Menulis Karya Ilmiah. Surabaya: Airlangga University Press.  
Winardi, Gunawan. 2002. Panduan Mempersiapkan Tulisan Ilmiah. Bandung: Akatiga.