

Peran Strategi Pengembangan Bisnis dalam Pemberdayaan UMKM: Studi Deskriptif Kualitatif

Siti Khoiriyah^{1*}, Gama Pratama²

^{1,2}Universitas Islam Bunga Bangsa Cirebon

Alamat: Jl. Widarasari III, Sutawinangun, Kec. Kedawung, Kabupaten Cirebon, Jawa Barat 45153

*Korespondensi penulis: sitikhoiriyah2719@gmail.com

Abstract. *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in Indonesia's economic development and contribute significantly to employment. However, MSMEs continue to face various challenges, including limited access to financing, low human resource quality, inadequate use of technology, and marketing constraints. This study aims to identify the key challenges faced by MSMEs, evaluate the effectiveness of existing empowerment programs, and formulate applicable and sustainable development strategies. A descriptive qualitative method was employed, using observation, in-depth interviews, and document analysis. Data were analyzed using the Miles and Huberman model. The findings reveal that training, mentoring, and facilitating access to markets and technology significantly enhance MSMEs' capacity and competitiveness. Integrated strategies involving human capital development, improved financing access, and digital transformation are essential for successful MSME empowerment. These findings are expected to inform policy formulation and the design of more effective programs that strengthen MSMEs' contribution to national economic growth.*

Keywords: *MSMEs, empowerment, development strategy, digitalization, policy support.*

Abstrak. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Namun, UMKM masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan akses pembiayaan, rendahnya kualitas sumber daya manusia, minimnya pemanfaatan teknologi, dan hambatan pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi UMKM, menilai efektivitas program pemberdayaan yang telah dilaksanakan, serta merumuskan strategi pengembangan yang aplikatif dan berkelanjutan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan, pendampingan, serta fasilitasi akses teknologi dan pasar secara signifikan meningkatkan kapasitas dan daya saing UMKM. Strategi pengembangan yang terintegrasi dengan pemberdayaan SDM, peningkatan akses modal, dan transformasi digital menjadi kunci keberhasilan pemberdayaan UMKM. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam perumusan kebijakan dan program yang mendukung penguatan peran UMKM dalam perekonomian nasional.

Kata Kunci: UMKM, pemberdayaan, strategi pengembangan, digitalisasi, kebijakan.

1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam struktur perekonomian Indonesia. Tidak hanya sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi nasional, UMKM juga menjadi penyerap tenaga kerja terbesar serta sarana pemerataan pendapatan masyarakat (Safari et al., 2023). Data dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan lebih

dari 90% terhadap total lapangan kerja di Indonesia. Oleh karena itu, penguatan sektor UMKM menjadi krusial dalam mewujudkan ekonomi inklusif dan berkelanjutan.

Namun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan fundamental yang membatasi kapasitas dan daya saingnya, seperti keterbatasan akses terhadap pembiayaan, rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM), minimnya pemanfaatan teknologi digital, serta kendala dalam akses pasar (Redi et al., 2022; Saerang et al., 2023). Selain itu, hambatan birokrasi, regulasi yang belum sepenuhnya mendukung, dan lemahnya sistem perizinan usaha menjadi tantangan tambahan bagi pelaku UMKM di berbagai daerah (Yuwana, 2021).

Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemerintah maupun sektor swasta untuk mendorong pemberdayaan UMKM, di antaranya melalui program pelatihan kewirausahaan, fasilitasi akses pembiayaan dan teknologi, serta pendampingan usaha secara langsung (Mirosea et al., 2024). Program-program ini ditujukan untuk meningkatkan kapasitas manajerial, produktivitas, serta orientasi pasar pelaku UMKM agar dapat bersaing dalam pasar lokal maupun global. Namun demikian, efektivitas implementasi program tersebut masih menjadi persoalan, terutama dalam hal kontinuitas, relevansi dengan kebutuhan lapangan, dan pemerataan akses di daerah-daerah tertinggal (Sedyastuti, 2018).

Kajian teoretis menunjukkan bahwa pengembangan UMKM ditentukan oleh berbagai faktor, seperti kualitas SDM, inovasi produk, strategi pemasaran, dan dukungan kebijakan publik (Darwanto et al., 2013). Menurut teori pengembangan usaha, peningkatan daya saing UMKM hanya dapat dicapai jika proses pemberdayaan dilakukan secara terencana dan berkelanjutan, melalui peningkatan pengetahuan, keterampilan teknis, serta kemampuan adaptif terhadap dinamika pasar. Di sisi lain, teori kewirausahaan menekankan pentingnya karakteristik wirausahawan seperti kreativitas, kemampuan manajerial, serta orientasi inovasi dalam mendorong pertumbuhan usaha kecil dan menengah (Zaunuri et al., 2024).

Permasalahan utama yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah bagaimana mengidentifikasi secara mendalam faktor-faktor penghambat pengembangan UMKM, mengevaluasi sejauh mana program pemberdayaan yang telah dijalankan berhasil menjawab tantangan tersebut, serta merumuskan strategi pengembangan bisnis yang aplikatif dan berkelanjutan berbasis potensi lokal. Rencana pemecahan masalah difokuskan pada aspek peningkatan akses permodalan, pengembangan SDM, pemanfaatan teknologi digital, dan perbaikan strategi pemasaran berbasis data serta tren digitalisasi.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengidentifikasi dan menganalisis permasalahan utama yang dihadapi UMKM dalam

pengembangan usahanya; 2) Mengkaji efektivitas berbagai program pemberdayaan UMKM oleh pemerintah maupun sektor swasta; 3) Merumuskan strategi pemecahan masalah yang aplikatif dan berbasis kebutuhan local; 4) Memberikan rekomendasi kebijakan yang mendukung pengembangan UMKM secara berkelanjutan di era transformasi digital.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam memperkaya literatur pengembangan UMKM di Indonesia, sekaligus memberikan manfaat praktis bagi para pelaku usaha, pengambil kebijakan, dan lembaga pemberdaya UMKM. Dengan menghasilkan strategi pengembangan yang tepat sasaran, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan dalam penyusunan kebijakan publik serta pelaksanaan program pemberdayaan yang lebih efektif, efisien, dan inklusif.

2. KAJIAN TEORITIS

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama diakui sebagai sektor strategis dalam struktur perekonomian nasional. UMKM tidak hanya berperan sebagai penyerap tenaga kerja dalam skala besar, tetapi juga menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional. Menurut Darwanto, Tri, dan Danuar (2013), pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dapat menjadi solusi dalam meningkatkan nilai tambah produk serta menciptakan keunggulan kompetitif lokal yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, UMKM dinilai memiliki fleksibilitas dan ketangguhan yang tinggi dalam menghadapi dinamika ekonomi, namun keberlanjutan usaha mereka sangat dipengaruhi oleh kemampuan manajerial dan dukungan sistemik yang diberikan.

Secara teoritis, pengembangan UMKM berkaitan erat dengan teori kewirausahaan dan teori pengembangan usaha. Teori kewirausahaan menekankan pentingnya karakteristik personal seorang wirausaha seperti inovasi, toleransi terhadap risiko, kemampuan pengambilan keputusan, serta motivasi berprestasi sebagai determinan keberhasilan usaha (Zaunuri, Pristiyono, & Halim, 2024). Sementara itu, teori pengembangan usaha menyoroti perlunya perencanaan strategis, peningkatan kapasitas SDM, serta adaptasi terhadap perubahan pasar dan teknologi sebagai kunci keberlanjutan usaha (Mirosea et al., 2024). Penerapan prinsip-prinsip kewirausahaan dalam konteks UMKM menjadi penting untuk mendorong kemampuan adaptif dan inovatif pelaku usaha dalam menghadapi persaingan.

Keterbatasan akses terhadap pembiayaan merupakan salah satu tantangan klasik yang dihadapi oleh UMKM. Banyak pelaku usaha kecil yang tidak memiliki jaminan aset atau belum terdigitalisasi sehingga sulit memperoleh kredit dari lembaga keuangan formal. Menurut Yuwana (2021), strategi pengembangan modal koperasi melalui bantuan Lembaga Pengelola

Dana Bergulir (LPDB) terbukti dapat menjadi solusi bagi pelaku UMKM yang tidak terjangkau oleh perbankan konvensional. Model pembiayaan alternatif seperti koperasi simpan pinjam atau fintech berbasis syariah juga berkembang untuk mengatasi keterbatasan akses modal yang selama ini menjadi penghambat ekspansi UMKM.

Selain permasalahan modal, kualitas sumber daya manusia pelaku UMKM juga masih tergolong rendah, terutama dalam aspek manajerial, literasi keuangan, dan penguasaan teknologi. Penelitian oleh Mirosea et al. (2024) menunjukkan bahwa lemahnya pemahaman akuntansi dan pengelolaan usaha menjadi penyebab utama kegagalan UMKM dalam mengembangkan bisnis secara berkelanjutan. Oleh karena itu, peningkatan kompetensi SDM melalui pelatihan dan pendampingan menjadi strategi krusial dalam pemberdayaan UMKM. Pendekatan partisipatif dan berbasis kebutuhan lokal sangat diperlukan agar pelatihan yang diberikan benar-benar relevan dan aplikatif.

Dalam hal regulasi, UMKM juga dihadapkan pada kerumitan perizinan dan administrasi usaha. Studi Redi et al. (2022) menegaskan bahwa proses legalisasi usaha yang panjang dan berbiaya tinggi menjadi penghalang utama formalitas usaha kecil. Padahal, legalitas sangat penting untuk mendapatkan akses pembiayaan, mengikuti program pemerintah, serta membangun kredibilitas usaha di mata konsumen. Oleh karena itu, penyederhanaan birokrasi dan digitalisasi sistem perizinan seperti OSS (Online Single Submission) menjadi langkah strategis untuk memperluas legalitas dan perlindungan hukum bagi UMKM.

Pandemi COVID-19 menjadi tantangan besar sekaligus titik balik bagi transformasi digital UMKM. Berdasarkan penelitian Saerang, Gunawan, dan Wangke (2023), UMKM di Kota Manado menunjukkan resiliensi bisnis yang tinggi dengan memanfaatkan platform digital untuk pemasaran dan operasional. Digitalisasi memungkinkan pelaku UMKM menjangkau pasar yang lebih luas dan mengelola bisnis secara efisien. Namun, tidak semua pelaku UMKM memiliki kesiapan teknologi dan infrastruktur memadai. Oleh karena itu, dukungan pelatihan digitalisasi dan insentif teknologi sangat diperlukan untuk mempercepat transformasi ini.

Pemberdayaan UMKM secara menyeluruh membutuhkan pendekatan multi-stakeholder dan lintas sektor. Pemerintah, akademisi, pelaku industri, serta lembaga keuangan harus bersinergi dalam merancang kebijakan dan program yang mendorong pertumbuhan UMKM secara inklusif dan berkelanjutan. Sedyastuti (2018) menekankan pentingnya kolaborasi dan inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar global. Oleh karena

itu, strategi pengembangan UMKM ke depan harus berbasis pada analisis SWOT yang mempertimbangkan potensi lokal, karakteristik pasar, serta tantangan eksternal yang dinamis.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai dinamika, permasalahan, serta strategi pengembangan UMKM. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menjelaskan secara kontekstual dan komprehensif realitas sosial yang dihadapi oleh pelaku UMKM, terutama terkait aspek manajerial, pemasaran, inovasi, dan pemanfaatan teknologi (Miles, Huberman, & Saldaña, 2014). Penelitian dilakukan melalui empat tahapan utama, yakni: (1) tahap persiapan (penyusunan proposal dan pengurusan perizinan), (2) tahap pelaksanaan (pengumpulan data di lapangan), (3) tahap analisis data, dan (4) tahap pelaporan hasil.

Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung terhadap aktivitas UMKM, termasuk proses produksi, pengelolaan usaha, dan strategi pemasaran yang diterapkan. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur dengan pemilik UMKM, pendamping usaha, dan pihak terkait lainnya. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi terkait pengalaman, kendala, serta bentuk intervensi pemberdayaan yang pernah diterima. Panduan wawancara disusun berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian untuk menjaga konsistensi penggalan data (Mirosea et al., 2024).

Data dokumenter dikumpulkan melalui dokumen resmi, laporan keuangan, foto kegiatan, arsip pelatihan, serta sumber tertulis lain yang relevan. Peneliti juga memanfaatkan literatur ilmiah seperti jurnal, buku, dan kebijakan pemerintah sebagai data sekunder untuk memperkuat analisis. Teknik purposive sampling digunakan dalam pemilihan informan, dengan kriteria meliputi pelaku UMKM yang aktif minimal dua tahun, pernah mengikuti program pemberdayaan, serta bersedia diwawancarai secara mendalam.

Instrumen penelitian berupa pedoman wawancara, lembar observasi, dan formulir dokumentasi disusun berdasarkan indikator yang relevan dengan variabel utama penelitian, yakni permodalan, kapasitas SDM, inovasi, dan akses pasar. Validitas instrumen diuji melalui diskusi awal dengan pakar kewirausahaan dan uji coba pada subjek serupa.

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan/verifikasi kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih informasi yang relevan dari hasil observasi dan wawancara untuk difokuskan pada isu-isu utama. Data yang telah direduksi disajikan dalam

bentuk narasi deskriptif, matriks kategori, dan kutipan informan untuk mempermudah identifikasi pola dan tema. Kesimpulan kemudian ditarik berdasarkan pola hubungan antar tema dan diverifikasi secara berkala untuk menjaga konsistensi dan validitas temuan (Miles et al., 2014).

Untuk meningkatkan kredibilitas dan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber (informan utama dan pendamping), serta membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumen. Validitas juga diperkuat melalui diskusi antar peneliti (peer debriefing) dan pemeriksaan ulang hasil temuan oleh informan (member check) (Saerang, Gunawan, & Wangke, 2023).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah studi menghadapi beragam tantangan yang secara umum mencerminkan permasalahan struktural di sektor UMKM secara nasional. Temuan ini selaras dengan studi oleh Safari, Anita, dan Syahrizal (2023) yang menyatakan bahwa keterbatasan modal, lemahnya keterampilan manajerial, serta akses terhadap pasar masih menjadi hambatan utama dalam pengembangan UMKM di daerah pedesaan. Dalam penelitian ini, pelaku UMKM menyebutkan bahwa mereka mengalami kesulitan dalam mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan formal, terutama karena tidak memiliki jaminan atau rekam jejak keuangan yang baik.

Permasalahan lain yang diidentifikasi adalah kurangnya pengetahuan tentang manajemen keuangan, pencatatan transaksi, dan perencanaan usaha. Hal ini menguatkan temuan dari Mirosea et al. (2024) yang menekankan pentingnya literasi akuntansi sebagai fondasi pengelolaan UMKM yang berkelanjutan. Beberapa pelaku usaha bahkan mengaku belum pernah mencatat laporan laba rugi secara sistematis, dan cenderung mencampurkan keuangan pribadi dengan usaha. Kondisi ini menyebabkan pelaku usaha kesulitan mengukur performa usaha secara objektif.

Dalam hal strategi pemasaran, mayoritas UMKM masih mengandalkan metode konvensional seperti pemasaran dari mulut ke mulut dan penjualan langsung. Hanya sebagian kecil yang sudah menggunakan media sosial, itupun secara terbatas dan belum strategis. Temuan ini memperkuat hasil studi Zaunuri, Pristiyono, dan Halim (2024) yang menunjukkan bahwa strategi bauran pemasaran yang terencana secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk UMKM. Keterbatasan dalam adopsi digital marketing

menyebabkan produk UMKM sulit bersaing, terutama di tengah perubahan perilaku konsumen pasca-pandemi.

Meskipun sebagian besar pelaku UMKM mengakui pentingnya digitalisasi, mereka belum memiliki pengetahuan atau keterampilan teknis untuk mengoptimalkan teknologi digital dalam proses produksi dan distribusi. Hal ini sesuai dengan temuan Saerang, Gunawan, dan Wangke (2023) yang mengungkapkan bahwa resiliensi UMKM di masa pasca-pandemi sangat dipengaruhi oleh kesiapan digital pelaku usaha. Pelaku yang mampu beradaptasi dengan teknologi terbukti dapat bertahan dan bahkan berkembang selama masa krisis. Namun, dalam konteks penelitian ini, sebagian besar pelaku belum siap bertransformasi karena keterbatasan perangkat, literasi digital, dan pendampingan yang minim.

Dari sisi regulasi dan legalitas, masih banyak UMKM yang belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) karena kurangnya pemahaman tentang manfaat formalitas usaha serta proses yang dianggap rumit. Penelitian Redi et al. (2022) menegaskan bahwa perizinan yang kompleks dan kurangnya sosialisasi menjadi faktor penghambat utama formalitas usaha kecil. Dalam studi ini, pelaku usaha yang telah mendapatkan NIB melalui sistem OSS merasakan kemudahan dalam mengakses bantuan pemerintah dan ikut serta dalam pelatihan.

Analisis perbandingan dengan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa program pemberdayaan UMKM yang efektif adalah yang mengintegrasikan pelatihan, pendampingan, dan fasilitasi akses pasar secara simultan. Sedyastuti (2018) menyebutkan bahwa pemberdayaan UMKM yang berorientasi pada peningkatan daya saing global harus didukung oleh sinergi antara lembaga pendidikan, pemerintah, dan sektor swasta. Namun, di lapangan, kolaborasi antar-lembaga ini belum berjalan optimal, sehingga program yang diberikan masih bersifat sektoral dan sporadis.

Hasil penelitian ini juga mengindikasikan bahwa strategi pengembangan UMKM yang berkelanjutan harus mempertimbangkan faktor internal seperti motivasi dan kompetensi pelaku, serta faktor eksternal seperti dukungan regulasi, ketersediaan infrastruktur digital, dan akses terhadap jaringan pasar. Hal ini sejalan dengan konsep SWOT yang dapat digunakan sebagai alat analisis strategis untuk merancang intervensi yang sesuai dengan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh pelaku UMKM (Darwanto, Tri, & Danuar, 2013). Dengan memahami konteks lokal dan karakteristik spesifik UMKM di wilayah tertentu, kebijakan pemberdayaan akan lebih tepat sasaran dan berdampak langsung pada pertumbuhan usaha.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta mendorong pemerataan kesejahteraan masyarakat di Indonesia. Namun, potensi besar ini belum diimbangi dengan kapasitas kelembagaan dan operasional yang optimal. UMKM masih menghadapi tantangan serius, antara lain keterbatasan akses permodalan, rendahnya literasi manajerial dan akuntansi, minimnya pemanfaatan teknologi digital, serta kesenjangan dalam strategi pemasaran. Program pemberdayaan yang dilaksanakan selama ini, seperti pelatihan dan fasilitasi akses pembiayaan, belum sepenuhnya menjawab kebutuhan kontekstual pelaku UMKM di lapangan. Temuan ini menunjukkan bahwa pemberdayaan UMKM yang efektif harus bersifat integratif dan berkelanjutan, dengan memperhatikan karakteristik lokal, kesiapan sumber daya manusia, serta dukungan regulasi yang ramah.

Sebagai implikasi dari temuan penelitian ini, beberapa saran dapat diajukan. Pertama, perlu adanya peningkatan kualitas program pelatihan dan pendampingan UMKM yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik di masing-masing sektor usaha. Materi pelatihan harus lebih aplikatif, terutama dalam bidang digital marketing, pencatatan keuangan, dan strategi bisnis. Kedua, pemerintah dan lembaga keuangan perlu memperluas akses pembiayaan dengan skema yang lebih inklusif dan fleksibel, seperti pembiayaan tanpa agunan bagi usaha mikro berbasis komunitas. Ketiga, dibutuhkan sinergi lintas sektor antara pemerintah, akademisi, pelaku industri, dan lembaga swadaya masyarakat untuk membangun ekosistem UMKM yang kolaboratif dan suportif. Terakhir, pendekatan berbasis teknologi dan analisis SWOT harus digunakan dalam merancang strategi pengembangan UMKM agar mampu bersaing dalam pasar domestik maupun global secara berkelanjutan. Dengan langkah-langkah tersebut, UMKM diharapkan dapat berkembang lebih optimal dan berkontribusi signifikan terhadap pembangunan ekonomi nasional yang inklusif dan resilien.

DAFTAR REFERENSI

Darwanto, D., Tri, U., & Danuar, D. (2013). Pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif di kota Semarang. *Diponegoro Journal of Economics*, 2(4), 19599.

- Mirosea, N., Aprianti, S., Syahrenny, N., Gainau, P. C., Lestari, D. M., Hasanah, N., ... & Lukiastuti, F. (2024). *Akuntansi UMKM: Teori dan Model Pengembangan Riset Terkini*.
- Redi, A., Marfungah, L., Fansuri, R. F., Prawira, M., & Lafentia, A. (2022). Perizinan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sebagai bentuk pemberdayaan, perlindungan hukum dan mewujudkan negara kesejahteraan. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 6(1), 282–292. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v6i1.16247>
- Safari, A. A., Anita, E., & Syahrizal, A. (2023). Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Tahu dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Studi UMKM Tahu Desa Mendis Kabupaten Musi Banyuasin). *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 1(4), 1–17. <https://doi.org/10.56724/muqaddimah.v1i4.110>
- Saerang, R. T., Gunawan, E. M., & Wangke, S. J. C. (2023). Ketahanan usaha (Business Resilience) UMKM di Kota Manado pada masa pasca-pandemi Covid-19. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 10(3), 2279–2291. <https://doi.org/10.35794/jmbi.v10i3.45678>
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v2i1.101>
- Zaunuri, M., Pristiyono, P., & Halim, A. (2024). Strategi bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian: Studi kasus UMKM Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 4(4), 497–504. <https://doi.org/10.56724/jbm.v4i4.211>