



STRATEGI WIRAUSAHA BERTAHAN DI TENGAH KETIDAK PASTIAN EKONOMI : REFLEKSI KEBERLANGSUNGAN UMKM DI INDONESIA

*Entrepreneurial Strategies for Surviving Economic Uncertainty: A Reflection
on the Sustainability of MSMEs in Indonesia*

Nurjaya¹⁾, Megawhati Artiyany²⁾

Email : nurjaya.gani@gmail.com¹⁾, megaarti82@yahoo.com²⁾

STIE Tri Dharma Nusantara Makassar, Indonesia

Abstract

This study explores entrepreneurial strategies that enable Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia to remain resilient amid persistent economic uncertainty. Using a descriptive qualitative approach through literature review, the research highlights how product diversification, digitalization, and effective cash flow management support business continuity. Diversification allows MSMEs to adapt to shifting consumer demands, while digitalization enhances competitiveness, efficiency, and market reach through e-commerce and social media. Sound financial literacy, including daily cash monitoring, strengthens resilience against liquidity challenges and rising operational costs. The findings emphasize that MSMEs cannot rely solely on short-term survival strategies; long-term capacity building is essential through entrepreneurship training, digital literacy, and innovation-driven adaptation. Furthermore, government intervention and cross-sector collaboration play a critical role in fostering a supportive ecosystem. This research contributes practical insights for policymakers and entrepreneurs to formulate adaptive responses and sustainable strategies for MSME survival and growth under volatile economic conditions.

Keywords: MSMEs, Entrepreneurship, Digitalization, Economic uncertainty

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perekonomian Indonesia dalam beberapa tahun terakhir dihadapkan pada ketidakpastian yang signifikan, seperti fluktuasi nilai tukar, kenaikan harga komoditas, dan ketidakstabilan politik. Kontribusi sektor UMKM terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja Indonesia tidak dapat dipandang sebelah mata. Hal ini dibuktikan dengan 64 juta pelaku usaha UMKM yang menyumbang sekitar 61% PDB negara dan menyerap tenaga kerja jutaan orang, sektor ini memegang peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja (Azhari et al., 2024). Dinamika terkait Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memang sangat fluktuatif dan mengalami banyak kendala di lapangan yang disebabkan oleh banyak faktor. Kendala tersebut berasal dari pasar internal

seperti pembangunan, teknologi dan pasar eksternal seperti tekanan pemerintah - kebijakan top-down (Manalu et al., 2024). Sering kali sektor UMKM mengabaikan beberapa strategi yang membuat usaha yang telah dibangun mengalami kesulitan dalam pengembangan dan penyesuaiannya dengan perkembangan yang ada misalnya, pelaku UMKM yang belum melek dalam literasi keuangan seperti penggunaan QRIS, penggunaan sosial media sebagai alat promosi ataupun tambahkan modal untuk pengembangan usaha yang sulit didapatkan karena pembukuan keuangan. Selain itu, transformasi digital yang terjadi secara masif juga menjadi peluang sekaligus tantangan bagi UMKM.

Di satu sisi, digitalisasi memungkinkan UMKM memperluas pasar, meningkatkan efisiensi, dan mengakses informasi secara lebih cepat. Namun di sisi lain, tidak semua pelaku UMKM memiliki kapasitas, infrastruktur, atau literasi digital yang memadai untuk memanfaatkan peluang tersebut. Kesenjangan digital ini memperlebar ketimpangan antar pelaku usaha dan dapat menghambat akselerasi pertumbuhan sektor UMKM jika tidak direspon dengan kebijakan dan program yang tepat sasaran.

Oleh karena itu, strategi wirausaha yang tepat sangat diperlukan agar UMKM dapat bertahan dan berkembang di tengah ketidakpastian ekonomi yang ada. Di negara-negara berkembang, khususnya yang mengalami tingkat pengangguran tinggi, kewirausahaan dapat berdampak signifikan pada pertumbuhan prospek pekerjaan. Selain menghadapi tekanan makroekonomi, UMKM juga dituntut untuk meningkatkan kapasitas usahanya dalam hal inovasi, manajemen, dan pemasaran. Persaingan yang semakin ketat, baik dari pelaku usaha lokal maupun global, menuntut UMKM untuk lebih adaptif terhadap perubahan tren pasar dan preferensi konsumen.

Dalam situasi seperti ini, hanya UMKM yang memiliki strategi wirausaha berbasis inovasi dan ketahanan yang tinggi yang mampu bertahan dan tumbuh secara berkelanjutan. Kondisi tersebut mendorong pentingnya penelitian akademik untuk mengevaluasi secara kritis strategi-strategi wirausaha yang digunakan oleh UMKM dalam menghadapi dinamika ketidakpastian ekonomi. Melalui pendekatan analitis terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi daya tahan UMKM, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi perumusan kebijakan publik, program pendampingan usaha, serta pengembangan kurikulum kewirausahaan yang lebih aplikatif dan relevan dengan kondisi nyata di lapangan. Ketidakpastian ekonomi menimbulkan tantangan besar bagi UMKM, seperti penurunan permintaan, kesulitan akses modal, dan persaingan yang semakin ketat. Tanpa strategi yang tepat, UMKM berisiko gagal bertahan.

Penelitian ini berfokus pada pertanyaan bagaimana strategi wirausaha yang efektif dapat membantu UMKM bertahan di tengah ketidakpastian ekonomi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kesuksesan UMKM dalam menghadapi kondisi ekonomi yang tidak pasti. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengevaluasi strategi-strategi yang dapat membantu

UMKM dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Daya saing UMKM yang rendah seringkali membuat UMKM melakukan pergantian model, unit, variasi usaha yang harus disesuaikan dengan permintaan Konsumen, namun tidak semua UMKM dapat dengan mudah melakukan penyesuaian tersebut, oleh karena itu dalam tulisan kita akan menganalisa bagaimana UMKM masih tetap eksis.

1. Kewirausahaan

Kewirausahaan didefinisikan sebagai proses menciptakan sesuatu yang baru, inovatif, dan bernilai. Terdapat empat teori utama yaitu ekonomi, sosiologi, psikologis, dan perilaku yang memberikan pandangan yang berbeda-beda tentang kewirausahaan. Konsep kewirausahaan mencakup kemampuan manajer risiko dalam mengoptimalkan sumber daya untuk menciptakan produk atau usaha yang bermanfaat. Beberapa definisi kewirausahaan disampaikan oleh para ahli seperti Ahmad Sanusi, Peter F. Drucker, dan Soeharto Prawiro. Karakteristik kewirausahaan meliputi komitmen yang tinggi, kreativitas, inovasi, kemandirian, dan ketekunan (Priyadi & Mulyani, 2024).

Wirausahawan adalah orang atau masyarakat yang memiliki keberanian mengambil risiko untuk menciptakan hal-hal baru yang dapat membantu orang lain di sekitar, atau wirausahawan adalah perpaduan kreativitas dan inovasi untuk membuat sesuatu yang baru dengan menggunakan semua sumber daya di sekitar, seperti sumber daya alam, manusia, dan modal (A, 2023). Wirausahawan adalah pelaku ekonomi, khususnya kegiatan yang dapat memberikan nilai tambah pada suatu produk atau jasa melalui perubahan, kreativitas, inovasi, dan kepekaan terhadap lingkungan. Seorang wirausahawan memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dengan memperkenalkan teknologi, produk, dan jasa yang inovatif (Jumrah & Sardi, 2023).

2. Pentingnya Kewirausahaan untuk Pengembangan Ekonomi

Kewirausahaan juga memberikan kesempatan bagi individu untuk mengekspresikan kreativitas dan inovasi mereka, menciptakan nilai tambah dalam produk dan layanan yang mereka tawarkan. Ciri-ciri khas kewirausahaan sebagai kategori ekonomi dirumuskan, dan fungsinya disorot – reproduksi, koordinasi, organisasi, inovatif, sosial dan pribadi. Ditunjukkan bahwa kewirausahaan dapat dilakukan dalam bentuk imitasi atau inovasi, tergantung pada fungsi yang berlaku. Kedua bentuk tersebut penting untuk pembangunan ekonomi.

Dengan mempertimbangkan fungsi reproduksi kewirausahaan, alasan kebijakan ekonomi negara untuk mengaktifkannya disorot – merangsang restrukturisasi ekonomi, mengatasi kegagalan pasar, mendukung proses inovasi. Kebijakan untuk mengaktifkan kewirausahaan harus komprehensif dan terkoordinasi. Perlu untuk mengintegrasikan upaya berbagai kementerian dan departemen untuk merangsang dinamika kewirausahaan dan mengembangkan tanggung

jawab sosial bisnis (Dmytrychenko et al., 2024). Kewirausahaan merupakan salah satu masukan terpenting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Menurut Harbison, wirausahawan merupakan penggerak utama inovasi. Kewirausahaan dikenal dengan risiko tinggi yang terlibat dalam meluncurkan perusahaan rintisan (Ranjan, 2019).

Beberapa penelitian menyoroti peran penting kewirausahaan terhadap pertumbuhan ekonomi, dengan memperkenalkan teknologi inovatif, menciptakan produk baru, mempromosikan pekerjaan dan kesempatan kerja baru, tetapi juga meningkatkan persaingan dan daya saing. Meskipun dampak kewirausahaan terhadap pertumbuhan ekonomi telah dianalisis secara luas dalam literatur ekonomi selama beberapa tahun terakhir, beberapa penelitian telah meneliti dampak kewirausahaan terhadap pembangunan ekonomi (Proença & Soukiazis, 2022).

3. Tantangan yang Dihadapi oleh UMKM di Masa Ekonomi yang Tidak Menentu

Tantangan yang dihadapi adalah meningkatnya persaingan dan ketidakpastian pasar. UMKM harus mampu beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dengan cepat dan efisien agar tetap bertahan dan berkembang. Selain itu, akses terhadap modal dan teknologi juga menjadi kendala yang sering dihadapi oleh UMKM. Oleh karena itu, diperlukan dukungan dan bantuan dari pemerintah serta lembaga keuangan untuk membantu UMKM dalam mengatasi tantangan ini. Ringkasnya kita akan tantangan tersebut pada poin utama di bawah ini yang meliputi :

- a) Keterbatasan akses modal: UMKM sering kesulitan mendapatkan pendanaan dari lembaga keuangan formal.
- b) Persaingan yang ketat: UMKM harus bersaing dengan perusahaan besar dan pemain global.
- c) Perubahan perilaku konsumen: Pandemi dan krisis ekonomi mengubah preferensi dan pola belanja konsumen.
- d) Keterbatasan teknologi : Banyak UMKM belum memanfaatkan teknologi digital secara optimal.

Faktanya, orang sering mengalami kegagalan di sepanjang jalan menuju kesuksesan, dan beberapa bisnis harus tutup, karena kurangnya dana, keputusan penjualan, atau kurangnya permintaan di pasar. Itulah sebabnya kewirausahaan sebagian besar dipandang sebagai sesuatu yang berisiko dan di luar zona nyaman. Perusahaan membutuhkan keberanian untuk mewujudkan impian seseorang dan melihat kemungkinan, solusi, dan peluang untuk masa depan di mana orang lain hanya melihat masalah. Kewirausahaan adalah tentang memanfaatkan sumber daya yang dianggap bernilai rendah dengan tujuan mendapatkan penghasilan (Ranjan, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka (library research). Pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka (library research) adalah metode penelitian yang bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan fenomena secara mendalam melalui analisis sumber-sumber tertulis, tanpa menggunakan data statistik atau perhitungan numerik. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan, menyeleksi, dan menganalisis dokumen-dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Peneliti mengumpulkan data dari berbagai literatur, menganalisis isi, dan menyusun deskripsi fenomena berdasarkan perspektif subjek atau konteks yang diteliti (Furidha, 2024; Rizki Hasanah et al., 2023).

Analisis data dilakukan secara kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis tematik pada informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Studi penelitian kualitatif sering menggunakan metode penelitian perpustakaan untuk mengumpulkan data dari berbagai sumber, seperti buku dan jurnal, memungkinkan peneliti untuk merekonstruksi pengetahuan dan memahami fenomena secara holistik dalam pengaturan alam, menekankan analisis deskriptif dan induktif (Fadli, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM merupakan salah satu pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07 persen atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap lebih kurang 117 juta pekerja atau 97 persen dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,4 persen dari total investasi menurut kementerian di tahun 2021. Namun, banyak UMKM masih menghadapi kendala seperti keterbatasan modal, manajemen yang kurang profesional, dan akses terbatas ke pasar yang lebih luas. Menurut data yang diperoleh dari berbagai sumber literatur, UMKM di Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian negara ini.

Dalam praktiknya, strategi bisnis UMKM tidak berjalan secara lugas, menunjukkan bahwa strategi tersebut saling terkait erat dan saling memperkuat. Misalnya, digitalisasi melalui media sosial dan e-commerce tidak hanya meningkatkan pangsa pasar tetapi juga mendorong efisiensi operasional melalui pembayaran digital dan otomatisasi proses bisnis. Pada akhirnya, efisiensi ini mengarah pada peningkatan arus kas karena transaksi dapat diselesaikan lebih cepat dan efisien. Selanjutnya, stabilitas pasar memungkinkan UMKM lebih fleksibel dalam mendiversifikasi produk mereka karena mereka memiliki sumber daya keuangan untuk berinovasi dan memenuhi berbagai kebutuhan pasar. Tiga strategi digitalisasi, pengelolaan uang, dan diversifikasi produk membentuk siklus ketahanan: digitalisasi menurunkan biaya, kas terjaga, dan diversifikasi produk dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan. Hubungan sinergis ini menyoroti keberhasilan UMKM dalam mengatasi kelemahan ekonomi yang terlihat dalam kombinasi strategis.

A. Strategi Pengusaha Sukses di Masa Ketidakpastian Ekonomi

Dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi di masa yang akan datang para wirausahawan dapat menyusun beberapa strategi seperti di bawah ini :

1. Diversifikasi produk

Diversifikasi produk, yaitu menambah variasi produk sesuai permintaan pasar, merupakan strategi penting bagi perusahaan untuk bertahan dan tumbuh di tengah persaingan. Strategi ini bertujuan memenuhi kebutuhan konsumen yang beragam, memperluas pangsa pasar, serta meningkatkan pendapatan dan daya saing. Diversifikasi dapat memperpanjang umur produk, memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan menambah nilai tambah serta pendapatan perusahaan (Fatmawati & Hariyana, 2023; Hermawan, 2015)

Dengan memiliki beragam produk, perusahaan tidak bergantung pada satu jenis produk saja sehingga lebih stabil menghadapi fluktuasi pasar (Warti et al., 2022). Variasi produk membantu perusahaan memenuhi selera dan kebutuhan konsumen yang berbeda-beda (Grimm, 2023). Tetapi terdapat pula kelemahan dari strategi diversifikasi produk. Diversifikasi yang kurang inovatif dapat menyebabkan produk baru justru memakan pasar produk lama (kanibalisasi), sehingga tidak meningkatkan total penjualan (Hermawan, 2015). Terlalu banyak variasi dapat meningkatkan biaya operasional dan kompleksitas manajemen (Boldycheva, 2025). Diversifikasi membutuhkan kreativitas, inovasi, riset, modal, dan strategi pemasaran yang kuat. Ringkasnya, diversifikasi produk dapat meningkatkan pendapatan, memperluas pasar, dan mengurangi risiko, namun juga membawa tantangan seperti kanibalisasi dan peningkatan kompleksitas. Keberhasilan strategi ini sangat bergantung pada inovasi, analisis pasar, dan pengelolaan sumber daya yang baik.

2. Digitalisasi

Digitalisasi melalui e-commerce dan media sosial telah menjadi strategi utama dalam meningkatkan daya saing dan pertumbuhan UMKM. Transformasi digital ini tidak hanya memperluas akses pasar, tetapi juga meningkatkan efisiensi operasional, inovasi, dan keberlanjutan bisnis UMKM di era digital. Penggunaan marketplace dan media sosial seperti Instagram dan TikTok terbukti efektif meningkatkan promosi, penjualan, dan jangkauan pasar UMKM. Banyak UMKM melaporkan kenaikan pendapatan hingga 50–68% setelah memanfaatkan platform digital (Agha et al., 2025; Rachmiani et al., 2025; Zulkifli Noor, 2025).

Penguatan branding digital dan inovasi produk melalui konten kreatif di media sosial meningkatkan daya tarik dan loyalitas pelanggan (Rizaldi & Rijaluddin, 2025). Otomatisasi proses bisnis, digital payment, dan penggunaan fintech membantu efisiensi operasional dan pengelolaan keuangan (Hendrawan et al., 2024; Mahroji et al., 2019; Panduwina et al., 2025) . Namun digitalisasi harus diiringi dengan

keterampilan digital pelaku UMKM meski ditingkatkan dengan inovasi teknologi yang ada, seringkali keterampilan digital menjadi hambatan UMKM pada wilayah-wilayah tertentu. Hambatan utama meliputi akses internet, keterampilan digital, dan keamanan siber. Peran pemerintah, komunitas, dan kolaborasi antar pelaku usaha sangat penting untuk mempercepat adopsi digitalisasi (Hisyam & Hadiah Fitriyah, 2024; Setini et al., 2025).

3. Dampak Ketidakpastian Ekonomi terhadap UMKM Penurunan omzet

Ketidakpastian ekonomi berdampak signifikan terhadap UMKM, terutama dalam bentuk penurunan omzet akibat turunnya daya beli masyarakat. UMKM sangat rentan karena keterbatasan modal, sumber daya, dan kemampuan adaptasi terhadap perubahan mendadak. UMKM yang lebih kecil dan baru lebih rentan terhadap guncangan eksternal dibandingkan yang lebih besar dan mapan (Sharma & Rai, 2023). Sektor tertentu seperti ritel dan kuliner mengalami dampak lebih besar (Saturwa et al., 2021).

Ketidakpastian penurunan ekonomi menyebabkan omzet UMKM terutama karena daya beli masyarakat yang menurun, tantangan lain seperti pengurangan tenaga kerja dan lemahnya arus kas. Adaptasi melalui digitalisasi dan pengelolaan keuangan yang baik menjadi kunci untuk bertahan di masa sulit. Persaingan yang semakin inovatif pada sektor UMKM menjadi faktor yang menyebabkan penurunan omzet, berbagai pilihan produk UMKM di masyarakat, khususnya di Indonesia telah mengharuskan pelaku UMKM untuk bertahan melewati arus persaingan.

4. Kesulitan arus kas

Memenuhi arus kas merupakan tantangan utama bagi UMKM, terutama karena keterbatasan modal dan akses pembiayaan. Masalah ini menyebabkan UMKM sulit memenuhi kebutuhan operasional harian, membayar tagihan, dan berinvestasi untuk pertumbuhan. Butuh pola dan strategi bagi UMKM dalam mengatur keuangan, pelatihan pencatatan keuangan dan diskon keuangan pribadi-bisnis membantu UMKM mengelola arus kas lebih baik (Dicky Perwira Ompusunggu & Ditya Sriwahyuni Sinurat, 2023; Susanti et al., 2024; Zulfa Zakiatul Hidayah et al., 2025).

Penerapan pencatatan arus kas harian dan perencanaan pengeluaran membantu mencegah krisis likuiditas (Amaliyah et al., 2024; Zendrato & Octafian, 2025). Pendampingan oleh lembaga atau koperasi dapat meningkatkan akses pembiayaan dan kemampuan manajemen keuangan (Siswantini et al., 2023).

5. Peningkatan biaya operasional

Meningkatnya biaya operasional, terutama akibat naiknya harga bahan baku dan biaya produksi, menjadi tantangan besar bagi UMKM. Dampaknya meliputi penurunan margin keuntungan, kesulitan menjaga harga jual yang kompetitif, dan tekanan terhadap keinginan usaha.

UMKM harus mengembangkan berbagai strategi adaptasi untuk mengatasi masalah ini. Pelatihan dan pemahaman tentang perhitungan harga pokok produksi sangat membantu UMKM dalam menentukan harga jual yang tepat dan menjaga profitabilitas di tengah kenaikan biaya (Kiki Septia Ihwan et al., 2024; Marshelindy et al., 2024; Santioso et al., 2023; Susriyati & Harma, 2024; Titania Nurul Haliza et al., 2023). Kenaikan biaya operasional akibat harga bahan baku dan biaya produksi yang naik menekan keuntungan UMKM, namun dapat diatasi dengan adaptasi strategi seperti efisiensi, inovasi, dan manajemen keuangan yang baik. Pemahaman biaya produksi menjadi kunci agar UMKM tetap kompetitif.

KESIMPULAN

Alih-alih menerapkan satu strategi tunggal, studi ini menunjukkan bahwa sinergi strategi yang saling memperkuat inilah yang membuat UMKM berkelanjutan dalam menghadapi ketidakstabilan ekonomi. Studi ini menunjukkan bagaimana digitalisasi tidak hanya meningkatkan aksesibilitas pasar tetapi juga mengurangi biaya operasional dan meningkatkan transparansi keuangan, yang semuanya berdampak positif langsung pada arus kas. Oleh karena itu, untuk mendiversifikasi penawaran produk dan mengurangi risiko penurunan pendapatan, UMKM mengandalkan stabilitas arus kas. Oleh karena itu, ketahanan UMKM ditingkatkan melalui siklus adaptif yang mencakup manajemen keuangan, diversifikasi produk, dan digitalisasi. Temuan ini mengungkapkan bahwa alih-alih sekadar menawarkan panduan, strategi kewirausahaan perlu ditafsirkan secara integratif dan berbasis bukti. Kerja sama lintas sektor diperlukan untuk memastikan bahwa langkah-langkah ini dapat diimplementasikan dengan sukses dan berkelanjutan, terutama melalui kebijakan digitalisasi yang inklusif dan bimbingan literasi keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1].Azhari, A., Kamaruddin, K., & Simahatie, M. (2024). STRATEGI PENCIPTAAN LAPANGAN KERJA PADA SEKTOR UMKM DI INDONESIA. *Jurnal Ekonomika*, 16(1), 19–25. <https://doi.org/10.51179/eko.v16i1.2655>
- [2].Manalu, H., Sudarmiatin, S., & Wardana, L. W. (2024). FLUCTUATIONS IN THE DYNAMICS OF OPPORTUNITIES AND CHALLENGES FOR MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES IN INDONESIA. *Nusantara Economics and Entrepreneurships Journals*, 580–593. <https://doi.org/10.59971/necent.v2i3.57>
- [3].Priyadi, H., & Mulyani, A. S. (2024). The Concept of Entrepreneurship in a Business Perspective. *Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences (ESA)*, 3(1), 119–128. <https://doi.org/10.55927/esa.v3i1.7571>
- [4].A, N. (2023). *BASIC CONCEPT OF ENTREPRENEURSHIP*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/zt8sv>

- [5]. Jumrah, & Sardi, A. (2023). *FIELDS AND TYPES OF ENTREPRENEURSHIP (BIDANG DAN JENIS WIRAUSAHA)*. <https://doi.org/10.31219/osf.io/2rwsk>
- [6]. Dmytrychenko, L. I., Chaousovsky, A. M., & Plaksina, A. M. (2024). The Definition of “Entrepreneurship” in the Context of Modern Geopolitical Situation: New Development Trends. *Vestnik of North Ossetian State University*, 1, 119–127. <https://doi.org/10.29025/1994-7720-2024-1-119-127>
- [7]. Ranjan, A. (2019). The Role of Entrepreneurship in Economic Development. *American Journal of Management Science and Engineering*, 4(6), 87. <https://doi.org/10.11648/j.ajmse.20190406.11>
- [8]. Proença, S., & Soukiazis, E. (2022). The Importance of Entrepreneurship on Economic Development. Evidence From the OECD Countries. *European Conference on Innovation and Entrepreneurship*, 17(1), 416–422. <https://doi.org/10.34190/ecie.17.1.664>
- [9]. Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- [10]. Furidha, B. W. (2024). COMPREHENSION OF THE DESCRIPTIVE QUALITATIVE RESEARCH METHOD: A CRITICAL ASSESSMENT OF THE LITERATURE. *Journal of Multidisciplinary Research*, 1–8. <https://doi.org/10.56943/jmr.v2i4.443>
- [11]. Hermawan, L. (2015). *DILEMA DIVERSIFIKASI PRODUK: MENINGKATKAN PENDAPATAN ATAU MENIMBULKAN KANIBALISME PRODUK*. 9(2), 142–153.
- [12]. FATMAWATI, V. A., & HARIYANA, N. (2023). The Effect of Product Diversification and Company Size on Company Profitability Case Study on UD Setya Abadi D.M. *Integration: Journal Of Social Sciences And Culture*, 1(3), 180–186. <https://doi.org/10.38142/ijssc.v1i3.136>
- [13]. Warti, R., Azizi, A., & Audina, D. D. (2022). Analisis Diversifikasi, Merger, dan Akuisis Perusahaan Multinasional. *Economic Reviews Journal*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.47467/mrj.v1i1.1>
- [14]. GRIMM, M. S. (2023). *Sources of confusion – product differentiation and market structures as sources of confusion*. 275–290. <https://doi.org/10.25019/STR/2023.020>
- [15]. Boldycheva, A. (2025). Evaluation of the Effectiveness of Product Diversification in an Industrial Enterprise. *Auditor*, 11(2), 30–40. <https://doi.org/10.12737/1998-0701-2025-11-2-30-40>
- [16]. Agoha, R. M., Louhenapessy, W. G. M., & Sinay, F. R. (2025). The Role of Digitalization Development for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Ambon City. *JENDELA PENGETAHUAN*, 18(1), 24–35. <https://doi.org/10.30598/jp18iss1pp24-35>
- [17]. Rachmiani, R., Haidar Ahmada, N., & Darusman, D. (2025). Optimization of Digital Technology Utilization in Marketing Strategy Development to Enhance the Competitiveness of MSME Products. *International Journal of Management Science and Information Technology*, 5(1), 56–66. <https://doi.org/10.35870/ijmsit.v5i1.3648>
- [18]. Zulkifli Noor, Z. (2025). Consumer Interpretation of Green Marketing Campaigns: A Qualitative Study in the West Java Tourism

- Industry. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 6(2), 1641–1648.
<https://doi.org/10.38035/dijemss.v6i2.3968>
- [19]. Rizaldi, S., & Rijaluddin, R. (2025). Digitalization Strategy of MSMEs in Indonesia: Systematic Study Using Systematic Literature Review (SLR) Method. *INTERNATIONAL JOURNAL OF MULTIDISCIPLINARY RESEARCH AND ANALYSIS*, 08(04).
<https://doi.org/10.47191/ijmra/v8-i04-69>
- [20]. Hendrawan, S. A., Afdhal Chatra, Nurul Iman, Soemarno Hidayatullah, & Degdo Suprayitno. (2024). Digital Transformation in MSMEs: Challenges and Opportunities in Technology Management. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 141–149.
<https://doi.org/10.60083/jidt.v6i2.551>
- [21]. Panduwinata, L. F., Subroto, W. T., & Sakti, N. C. (2025). Digitalization on Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs): A Systematic Literature Review. *International Journal of Economics, Commerce, and Management*, 2(1), 397–409.
<https://doi.org/10.62951/ijecm.v2i1.435>
- [22]. Hisyam, A., & Hadiah Fitriyah. (2024). Digital Marketing Strategy for MSMEs to Increase Competitiveness of Local Products. *Indonesian Journal of Cultural and Community Development*, 15(3).
<https://doi.org/10.21070/ijccd.v16i1.1148>
- [23]. Setini, M., Yasa, P. N. S., & Sitiari, N. W. (2025). MSME digitalization: How are social capital factors in encouraging the use of digital applications? *International Journal of Data and Network Science*, 9(1), 47–56. <https://doi.org/10.52677/ijdns.2024.10.007>
- [24]. Sharma, A. K., & Rai, S. K. (2023). Understanding the Impact of Covid-19 on MSMEs in India: Lessons for Resilient and Sustained Growth of Small Firms. *Journal of Small Business Strategy*, 33(1).
<https://doi.org/10.53703/001c.72698>
- [25]. Saturwa, H. N., Suharno, S., & Ahmad, A. A. (2021). The impact of Covid-19 pandemic on MSMEs. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 24(1), 65–82. <https://doi.org/10.24914/jeb.v24i1.3905>
- [26]. Dicky Perwira Ompusunggu, & Ditya Sriwahyini Sinurat. (2023). Pelatihan Manajemen Keuangan Bagi Umkm Kota Palangka Raya dan Pengelolaan Usahanya. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 36–41. <https://doi.org/10.55606/optimal.v3i2.1375>
- [27]. Zulfa Zakiatul Hidayah, Erin Soleha, Abdul Latif, Erna Apriani, & Rizka Estisia Pratiwi. (2025). Pendampingan Pegelolaan Keuangan pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Daerah Cikarang. *Panggung Kebaikan: Jurnal Pengabdian Sosial*, 2(1), 130–137.
<https://doi.org/10.62951/panggungkebaikan.v2i1.1208>
- [28]. Amaliyah, F., Yasmin, A., & Hetika, H. (2024). Analisis Pengelolaan Kas pada UMKM. *Owner*, 8(4), 4602–4610.
<https://doi.org/10.33395/owner.v8i4.2454>
- [29]. Zendrato, M. W., & Octafian, R. (2025). Analysis of Financial Management to Enhance Profitability in Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). *International Journal of Economics, Business*

- Management and Accounting (IJEBA)*, 7(1), 89–100.
<https://doi.org/10.59890/ijebma.v7i1.2844>
- [30]. Susanti, A., Trianita Saputra, E., Octavia, D. I., Adyaksana, R. I., & Istiyanto, B. (2024). PENDAMPINGAN PEMBUATAN ARUS KAS SEDERHANA PADA KONVEKSI IBU SEMI DI POLOKARTO JAWA TENGAH (SUPPORT TO CREATE SIMPLE CASH FLOW IN CONVECTION IBU SEMI DI POLOKARTO JAWA TENGAH). *Jurnal Berdaya Mandiri*, 6(2), 65–75. <https://doi.org/10.31316/jbm.v6i2.6343>
- [31]. Kiki Septia Ihwan, Alifa Ilmi, Muhammad Agung Purnama, & Yuni Astuti Tri Tartiani. (2024). Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi pada UMKM U&Mie Menggunakan Metode Full costing. *Lokawati: Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2(6), 254–265. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i6.1363>
- [32]. Mahroji, D., Ekonomi, J., Stie, P., & Madania, P. (2019). PENGARUH INDEKS PEMBANGUNAN MANUSIA TERHADAP TINGKAT PENGANGGURAN DI PROVINSI BANTEN. 9(1). <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/>
- [33]. Rizki Hasanah, Siminto Siminto, & Zaitun Qamariah. (2023). An Analysis Of Three Curriculum Approaches In Teaching English At Schools. *PUSTAKA: Jurnal Bahasa Dan Pendidikan*, 3(4), 28–41. <https://doi.org/10.56910/pustaka.v3i4.678>
- [34]. Santioso, L., Agusyah, A. A., & Marcello. (2023). PENYUSUNAN HARGA POKOK PENJUALAN SEBAGAI PENENTUAN HARGA JUAL PRODUK. *Jurnal Serina Abdimas*, 1(3), 1998–1206. <https://doi.org/10.24912/jsa.v1i3.26215>
- [35]. Titania Nurul Haliza, Erma Yani, Fitri Setya Ningrum, & Ratih Kusumastuti. (2023). Analisis Harga Pokok Produksi Menggunakan Metode Full Costing Dalam Penetapan Harga Produksi (Studi Kasus Pada UMKM Es The Nusantara Cabang Kota Jambi). *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 128–137. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i2.1880>
- [36]. Susriyati, S., & Harma, B. (2024). Pembinaan dan Pengembangan UMKM dengan Teknik-Teknik Akuntansi Manajemen Pada UMKM Sus Tenun Lintau. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharma Andalas*, 3(1), 70–74. <https://doi.org/10.47233/jpmda.v3i1.1603>
- [37]. Marshelindy, M., Handayani, S., Emilda, E., Ratu, M. K., & Mutaqin, Z. (2024). Training on Calculation of Production Cost and Determination of Product Selling Price to Increase Competitiveness of MSMEs in Alai Village. *Unram Journal of Community Service*, 5(4), 369–375. <https://doi.org/10.29303/uics.v5i4.764>
- [38]. Siswanti, T., Ayunita Ajengtyas Saputri, Rahmasari Fahria, & HS, S. (2023). Financial Management Education in Traditional Cake Entrepreneurship Under The Share of The Diamond Cooperative in Pisangan Village, South Tangerang. *ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(4), 4229–4245. <https://doi.org/10.35568/abdimas.v6i4.3469>