

Strategi Pengembangan UMKM di Desa Tangkit Baru Muaro Jambi dalam Meningkatkan Daya Saing

Novita Sari¹, Amri Amir², Aditya Pratama³

^{1,2,3} Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi

E-mail: novi60524@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persaingan yang terjadi antara UMKM di Desa Tangkit Baru, strategi yang dapat diterapkan serta faktor yang menentukan tingkat daya saing para UMKM Desa Tangkit Baru. Data yang digunakan pada penelitian ini ialah data primer dan data sekunder. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif melalui pendekatan analisis SWOT. Hasil pembahasannya adalah persaingan yang terjadi antara UMKM satu sama lain di Desa Tangkit Baru cenderung secara sehat dimana memiliki inovasi dan kreativitas masing – masing, harga yang wajar dan bersaing, kualitas produk yang dihasilkan berkualitas baik, para pelaku UMKM di Desa Tangkit Baru juga saling menghargai nama baik masing-masing dan tidak saling menjatuhkan produk UMKM lain. Untuk strategi pemasaran yang dilakukan hampir sama mulai dari pemasaran di swalayan yang ada di Kota Jambi, di toko oleh – oleh Jambi, dan bumdes di Desa Tangkit Baru. Inovasi dari para UMKM antara lain Selai Nanas Goreng, Dodol Nanas, Bolu Nanas, Keripik Nanas, Coklat Nanas, Pangsit Nanas, Selai Molen Nanas. Para pemilik UMKM ini berusaha untuk menciptakan produk sebaik mungkin mulai dari pemilihan bahan baku yang premium, pengolahan yang baik, rasa yang konsisten di setiap pembuatannya, serta pelayanan yang baik.

Kata Kunci : UMKM, Strategi, Daya Saing, Pengembangan.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), memiliki peran yang penting dan strategis dalam perekonomian di Indonesia. Peran penting UMKM bukan saja penting untuk perkembangan di kota-kota besar akan tetapi juga untuk pertumbuhan ekonomi di daerah pedesaan. (Idayu et al,2021). Bisa dilihat sekilas pertumbuhan usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia. Saat ini, usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia memegang peranan penting dan berkontribusi signifikan terhadap peningkatan perekonomian dan pembangunan negara. Oleh karena itu, jenis usaha dan peluang usaha yang cocok untuk yang memiliki dana yang kurang harus menampilkan kreativitas agar tetap kompetitif di era perekonomian global saat ini dan di masa depan. (Supandi et al, 2022).

Indonesia adalah negara yang memiliki kekayaan alam cukup melimpah dan memiliki potensi yang besar khususnya di bidang pertanian, karena memiliki keragaman karakteristik lahan dan sebaran wilayah yang sangat luas. Nanas adalah salah satu buah tropis yang tumbuh di Indonesia. Nanas merupakan tanaman buah berupa semak termasuk komoditas hortikultura andalan dalam perdagangan buah tropis. Pada mulanya nanas di Indonesia hanya sebagai tanaman pengisi pekarangan, kemudian nanas dibudidayakan di lahan kering dan menyebar luas hampir di setiap Provinsi di Indonesia. Salah satunya adalah provinsi Jambi, hal ini dibuktikan dengan banyaknya produksi

nanas di provinsi Jambi. Berikut data Volume Produksi Nanas berdasarkan 10 Provinsi Teratas tahun 2022.

Tabel 1. Volume Produksi Nanas Berdasarkan 10 Provinsi Teratas (2022)

No	NAMA	NILAI/TON
1.	Lampung	861.706
2.	Sumatra Selatan	567.120
3.	Jawa Timur	357.505
4.	Jawa Tengah	336.102
5.	Riau	261.769
6.	Sumatera Utara	165.080
7.	Jawa Barat	161.359
8.	Nusa Tenggara Barat	135.162
9.	Jambi	119.862
10.	Kalimantan Barat	87.868

Sumber : Badan Pusat Statistik, 2022

Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan, Jambi memproduksi nanas sebanyak 119.862 juta ton di tahun 2022. Angka tersebut meningkat sekitar 10,99% dibandingkan tahun sebelumnya yang produksi nanas sebesar 32.756 juta ton pada tahun 2021. Provinsi Jambi menempati posisi ke-9 sebagai penghasil nanas terbesar di Indonesia dengan produksi nanas sebanyak 119.862 ton.

Provinsi Jambi adalah salah satu provinsi yang memiliki kesediaan lahan gambut yang layak, kesediaan lahannya sekitar 24,15 ribu hektar, dan salah satu kabupaten di provinsi Jambi yang mempunyai kesediaan lahan gambut yaitu kabupaten Muaro Jambi. Lahan gambut di Kabupaten Muaro Jambi, adalah lahan yang memiliki keunggulan guna pengembangan budidaya Nanas yang dijalankan masyarakat Desa Tangkit Baru, Kecamatan Sungai Gelam Kabupaten Muaro Jambi (Al Fatah et al, 2023).

Nanas memiliki banyak prospek dan sampai sekarang masih menjadi produk pilihan petani untuk ditanam, mayoritas pekerjaan masyarakat desa tersebut adalah petani nanas. Berikut Data Pekerjaan Masyarakat Desa Tangkit Baru:

Tabel 2. Data Pekerjaan Masyarakat Desa Tangkit Baru

Kode	Kelompok	Jumlah	
		n	%
1.	Mengurus Rumah Tangga	697	23.71%
2.	Pelajar/Mahasiswa	599	20.37%
3.	Belum/Tidak Bekerja	569	19.35%
4.	Petani/Pekebun	527	17.93%
5.	Wiraswasta	291	9.90%
6.	Karyawan Swasta	131	4.46%
7.	Pedagang	46	1.36%
8.	Buruh Tani/Pekebun	24	0.82%
9.	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	18	0.61%
10.	Guru	19	0.65%

11.	Tukang Batu	6	0.20%
12.	POLRI	5	0.17%
13.	Transportasi	4	0.14%
14.	Karyawan Honorer	2	0.07%
15.	Nelayan	1	0.03%
16.	Buruh Harian Lepas	1	0.03%
	JUMLAH	2.940	100.00%

Sumber: *tangkitbaru.desa.co.id*

Dari data diatas menunjukkan bahwa pekerjaan Petani/Pekebun sebesar 17.93, yang dimana pekerjaan paling banyak masyarakat desa tersebut merupakan petani nanas. Untuk UMKM termasuk kedalam kelompok pekerjaan Pedagang sebesar 1.36%.

Walaupun pekerjaan Pedagang sebesar 1.36% akan tetapi Pedagang ini berperan penting dalam membantu para Petani dan Ibu Rumah Tangga dalam menambah penghasilan. Artinya para Petani bisa menjual hasil kebun kepada para Pedagang UMKM untuk diolah menjadi makanan yang memiliki daya jual lebih tinggi dan dengan adanya para Pedagang UMKM ini juga membantu para Ibu Rumah Tangga yang tidak mempunyai pekerjaan bisa menghasilkan dengan cara bekerja pada UMKM tersebut.

Melihat begitu besarnya potensi buah nanas di desa tersebut para pelaku UMKM berinisiatif untuk mengolah buah nanas menjadi makanan yang meningkatkan nilai jualnya. Peluang bisnis olahan nanas mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan lebih lanjut, dengan situasi yang demikian para UMKM yang berada di sekitar desa tersebut merangkul beberapa petani untuk diajak sebagai mitra produksi bersama UMKM dalam mengolah produk olahan nanas sebagai bahan baku utama dari produk usaha mereka, adanya kerja sama antara petani dan para UMKM juga membantu pendapatan petani nanas. Adapun Data UMKM Olahan Nanas di Desa Tangkit Baru:

Tabel 3. Data UMKM Olahan Nanas di Desa Tangkit Baru

No.	Nama UMKM	Tahun Berdiri
1.	Yusra Sejahterani	1996
2.	Abadi Group	2000
3.	Masagena	2000
4.	Malomoe	2000
5.	Bocoo'e	2000
6.	Harapan Baru	2008
7.	Sejahtera	2016
8.	Nabila	2019
9.	Indri Jaya	2019
10.	Mawasa	2022
11.	Mega Buana	2022
12.	Tulimario	1991
13.	Jaya Indah	2017
14.	Usaha Maju	2019
15.	Zajan	2019
16.	Foji Rasa	2022

Sumber : *Desa Tangkit Baru,2024.*

Dari data diatas menunjukkan bahwa UMKM di desa tersebut berjumlah 16 UMKM berawal dari tahun 1991 Tulimario sudah berdiri tetapi pada saat sekarang tidak memproduksi produknya kembali, sampai dengan tahun 2022 masih banyak UMKM yang baru berdiri seperti UMKM Foji Rasa, Mawasa, dan Mega Buana.

Namun, UMKM yang diteliti di dalam penelitian ini berjumlah 10 UMKM yang mengolah olahan nanas diantaranya Abadi, Yusra Sejahterani, Malomoe, Masagena, Bocco'e, Harapan baru, Sejahtera, Nabila, Indri Jaya, Mawasa. Adapun UMKM yang tidak bersedia untuk diteliti yaitu Tulimario, Jaya Indah, Mega Buana, Usaha Maju, Zajan, Foji Rasa.

Diantara banyaknya UMKM yang mengolah nanas di desa tersebut menimbulkan persaingan yang terjadi seperti lokasi rumah produksi yang berdekatan berada di desa Tangkit Baru karena mayoritas pekerjaan masyarakat disana adalah petani nanas sehingga rumah produksi berdekatan dengan bahan baku buah nanas tersebut. Produk yang ditawarkan para UMKM ini hampir memiliki kemiripan yang sama yaitu Selai Nanas Goreng ada 6 UMKM yang memproduksi produk yang sama seperti Abadi, Yusra, Masagena, Indri Jaya, Malomoe, Nabila, Rambutan Goreng ada 2 UMKM yang memproduksi yaitu Abadi dan Masagena, Kurma Goreng ada 2 UMKM yang memproduksi yaitu Abadi dan Masagena, Coklat Nanas ada 2 UMKM yang memproduksi yaitu Harapan Baru dan Nabila. Harga yang ditawarkan pun memiliki kesamaan berkisar Rp. 10.000 - 17.000/ 100 gram. Serta tempat pemasaran di suatu tempat yang sama seperti di toko oleh - oleh Jambi, swalayan yang ada di kota Jambi.

Berdasarkan dengan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana Persaingan yang terjadi antara UMKM olahan nanas yang ada di Desa Tangkit Baru?
2. Apa Strategi yang dilakukan para UMKM Desa Tangkit Baru dalam menghadapi persaingan?
3. Faktor apa saja yang menentukan tingkat daya saing para UMKM Desa Tangkit Baru?

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yang menggunakan pendekatan analisis SWOT, bersumber dari beberapa buku yang ada di perpustakaan, serta sumber informasi dari website dan internet. Metode pengumpulan data diperoleh dari berbagai lembaga terpercaya dan relevan seperti buku-buku yang berlandaskan Al-Quran, Hadits, serta Badan Pusat Statistik (BPS). Didalam penelitian ini peneliti mengkaji bagaimana pelaku UMKM menerapkan strategi, faktor penentu peningkatan daya saing, dan persaingan yang terjadi.

Hasil dan Pembahasan

Persaingan yang terjadi antara UMKM yang ada di Desa Tangkit Baru

Persaingan yang terjadi di antara UMKM satu dengan yang lain di Desa Tangkit Baru merupakan persaingan secara sehat. Berikut ciri - cirinya:

Inovasi dan Kreativitas

Di dalam persaingan di desa Tangkit Baru ini cenderung persaingan secara sehat, pemilik masing-masing UMKM yang ada disana mendorong berbagai inovasi dari produknya seperti selai nanas goreng yang paling banyak di produksi oleh UMKM ada 6 UMKM yang memproduksi seperti Abadi, Yusra, Masagena, Indri Jaya, Malomoe, Nabila, dodol nanas ada 2 UMKM yang memproduksi Nabila dan Abadi, bolu nanas, keripik nanas, lempok nanas, kerupuk nanas keju, coklat, ceninggara nanas, bolnas, minuman nanas, pangsit nanas ada 2 UMKM yang memproduksi Nabila dan Sejahtera, stik nanas, selai oles roti, aneka kue kering, selai nanas molen. Agar terlihat menarik pemilik UMKM ini juga menggunakan desain packaging yang menarik para konsumen untuk membelinya.

Peningkatan Kualitas

Para pemilik UMKM ini berusaha untuk menciptakan produk sebaik mungkin mulai dari pemilihan bahan baku yang premium seperti menggunakan tepung, minyak, mentega yang kemasan, pengolahan yang higienis menggunakan sarung tangan dan penutup kepala, rasa yang konsisten di setiap pembuatannya dengan menggunakan resep yang sudah ada, serta pelayanan yang baik jika ada konsumen yang complain harga para pelaku UMKM ini merespon dengan baik agar kedepannya bisa dijadikan bahan evaluasi dari produk mereka lebih baik lagi. Sesuai dengan prinsip syariah islam bahwasannya semua UMKM sudah memiliki izin Sertifikat Halal dan P-IRT (Pangan Industry Rumah Tangga).

Harga yang Bersaing

Para pemilik UMKM ini berusaha menetapkan harga yang bersaing, tanpa menciptakan situasi dimana harga dapat merugikan konsumen dan pelaku usaha lainnya hal ini sesuai dengan prinsip islam bahwasannya di dalam islam tidak boleh melakukan pemotongan harga yang signifikan. Untuk harga produk semua UMKM olahan nanas ini berkisar Rp. 10.000 - 17.000/100 gram. Pelaku UMKM juga menjual produk dengan kemasan per kilogram berkisar Rp. 60.000 - 70.000 rata rata sama. Adapun Data Tabel Harga Bersaing para UMKM Olahan Nanas:

Tabel 5. Harga Bersaing UMKM Olahan Nanas

No.	Nama Produk	Harga Produk	UMKM
1.	Selai Nanas Goreng	Rp. 15.000/100 gram	Abadi Group
		Rp. 12.000/100 gram	Yusra Sejahterani
		Rp. 10.000/100 gram	Nabila
		Rp. 12.000/100 gram	Malomoe
		Rp. 15.000/100 gram	Masagena

		Rp. 10.000/100 gram	Indri Jaya
2.	Rambutan Goreng	Rp. 17.000/100 gram	Abadi Group
		Rp. 17.000/100 gram	Masagena
3.	Kurma Goreng	Rp. 17.000/100 gram	Abadi Group
		Rp. 15.000/100 gram	Masagena
4.	Dodol Nanas	Rp. 10.000/100 gram	Nabila
		Rp. 15.000/100 gram	Abadi Group
5.	Coklat Nanas	Rp. 12.000/100 gram	Yusra Sejahterani`
		Rp. 25.000/350 gram (Rp. 7.142/100 gram)	Harapan Baru
		Rp. 10.000/100 gram	Nabila
6.	Pangsit Nanas	Rp. 10.000/100 gram	Sejahtera
		Rp. 10.000/100 gram	Nabila

Sumber : Data Primer diolah, 2024.

Dari data diatas menunjukkan bahwa harga termurah diantara UMKM yang lain yaitu UMKM Nabila dengan harga Rp. 10.000/100 gram. Sedangkan harga termahal Rp. 17.000 dari UMKM Abadi Group dengan berat 100 gram.

Etika Bisnis

Para pelaku UMKM di Desa Tangkit Baru saling menghargai satu sama lain dengan menjaga nama baik masing masing pelaku UMKM, saling support di dalam hal pameran bersama PMKM Muaro Jambi dengan memperlihatkan produk - produk dari semua UMKM yang terlibat didalam satu pameran dan tidak saling menjatuhkan produk UMKM lain apalagi terlibat praktek yang merugikan pesaing lainnya seperti menyebarkan informasi palsu atau merusak nama baik pesaing yang lain. Hal ini sesuai dengan prinsip syariah islam bahwasannya pelaku bisnis harus memiliki standar perilaku moral dalam bisnis dan penuh tanggung jawab.

Kualitas Layanan Pelanggan

Pelaku UMKM di Desa Tangkit Baru berusaha untuk memberikan pengalaman yang positif kepada konsumen mereka, termasuk tanggapan cepat terhadap keluhan dan permintaan para konsumen. Hal ini sesuai dengan prinsip syariah islam bahwasannya dalam islam menekankan ketika memberikan jasa atau produk dari bisnis jangan memberikan yang tidak bermutu kepada konsumen sehingga dapat meningkatkan daya saing sesama pelaku bisnis dan meningkatkan kepuasan konsumen. Kenaikan harga tetapi sudah dijelaskan karena kenaikan dari bahan baku (S10, B920). Untuk harga tidak ada, tetapi untuk selai oles roti produknya rusak dan langsung direspon oleh penjualannya apakah kerusakan nya darimana, apabila dari penjual akan diganti produknya dengan yang baru (S5, B460). Ada, terkait rasa yang kurang asin dan penjual langsung mengevaluasi rasa yang ada (S4, B368). Pernah, karena harga mahal dan penjual sudah menjelaskan kepada konsumen bahwasannya ada kenaikan dari bahan baku tersebut (S2, B184).

Cetak Biru Strategi Pengembangan UMKM di Desa Tangkit Baru.

1. Bekerja sama dengan pemerintah daerah yang mendukung seperti koperasi, pertanian), ini strategi yang perlu dilakukan para pelaku UMKM lain berkaca kepada kesuksesan UMKM Abadi Group terbukti bahwa ini strategi yang sukses untuk meningkatkan omset penjualan dikarenakan jangkauan pembeli lebih luas.
2. Menitipkan produk di semua swalayan yang ada di Jambi dan toko oleh-oleh Jambi, dengan menitipkan produk di semua swalayan dan toko oleh-oleh membuat jangkauan pembeli lebih luas. Masyarakat yang berkunjung ke swalayan atau toko oleh - oleh sering melihat produk tersebut sehingga tertarik ingin mencoba membeli dan produk harus selalu tersedia di pasaran agar para konsumen yang ingin membeli di swalayan atau toko oleh-oleh selalu ada stok tersedia.
3. Memperluas pasar online dengan mempromosikan produk di media sosial. Promosi di media sosial dengan menggunakan trik di media sosial sehingga jangkauan promosi produk lebih luas dan banyak yang tertarik ingin mencoba dan membeli.
4. Membuat desain dan packaging yang menarik, ini sangat penting dilakukan bagi para pelaku UMKM karena para konsumen melihat packaging luar terlebih dahulu setelah itu mencoba rasa dari produk tersebut. Dan juga dengan packaging dan desain yang lebih menarik para konsumen lebih tertarik ingin mencoba produk tersebut.
5. Mempunyai toko sendiri dapat menambah pendapatan penjualan, berkaca pada UMKM Yusra Sejahterani yang mempunyai toko sendiri di Desa Tangkit Baru sehingga dapat menambah omset penjualan.
6. Dengan bergabung di Asosiasi PMKM (Pengusaha Mikro Kecil dan Menengah) cabang Muaro Jambi yang sudah bersinergi dengan cabang di provinsi lain dan pengurus daerah setempat sehingga bisa mengadakan barter produk dari provinsi lain ke provinsi Jambi sehingga bisa menambah omset penjualan dan jangkauan produk lebih luas.
7. Memiliki izin Sertifikat halal dan P-IRT, agar para konsumen tidak khawatir saat membeli produk tersebut.
8. Kemampuan kompetitif dalam kualitas, Untuk menjaga kualitas produk menggunakan bahan baku yang premium mulai dari tepung, minyak goreng, mentega yang kemasan, cara pembuatan yang higienes dengan menggunakan sarung tangan dan penutup kepala, rasa yang konsisten dan tidak berubah, kemasan yang baik dengan menggunakan pouch serta ada ziplock sehingga bisa tahan lama jika disimpan di suhu ruang bisa sampai 6 bulan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Persaingan yang terjadi diantara UMKM di desa tersebut cenderung persaingan secara sehat yaitu para pemilik UMKM yang ada disana mendorong berbagai inovasi dari produknya seperti selai nanas goreng yang paling banyak di produksi oleh UMKM, dodol nanas, bolu nanas, keripik nanas, coklat nanas, lempok nanas, kerupuk nanas

- keju, minuman nanas, pangsit nanas. Para pemilik UMKM ini berusaha menetapkan harga yang bersaing berkisar 10.000 – 17.000/100 gram. Para pelaku UMKM di desa tersebut saling menghargai nama baik masing masing dan tidak saling menjatuhkan produk UMKM lain.
2. Strategi pasar secara umum yaitu dengan meningkatkan pemasaran di daerah indonesia dengan mengikuti asosiasi PMKM cabang Muaro Jambi, menitipkan produk di semua swalayan yang ada di Jambi, mempromosikan dan menjual produk di media sosial.
 3. Kendala yang dihadapi para UMKM secara umum adalah pada saat harga nanas lagi mahal dan sedang tidak musim mengakibatkan para UMKM tidak bisa memproduksi olahan nanas, kendala jangkauan pemasaran yang belum luas.

Daftar Pustaka

- Al Fatah, Adam, Et Al. "Analisis Penerapan Cost Volume Profit (Cvp) Dalam Meningkatkan Laba Pada Usaha Gubuk Nenas (Studi Kasus Riset Kewirausahaan Pada UMKM Gubuk Nenas Di Desa Mendalo Darat)." *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol. 11, No. 1, 2023, Pp. 25–33.
- Amir, Amri, et al. *Pendampingan Sertifikasi Halal Pada Pengusaha Home*, Vol 1, No. 1, 2022, pp. 32-35
- Astuti, 2016." Pengaruh Penggunaan Pasta Labu Kuning (Cucurbita Moschata) Untuk Substitusi Tepung Terigu Dengan Penambahan Tepung Angkak Dalam Pembuatan Mie Kering, Vol. 15, No. 1, 2016, Pp. 165–75.
- Hidayah, Ulul, Et Al. "Analisis Kinerja Dan Strategi Pengembangan UMKM Alas Kaki Di Desa Pagelaran." *Jurnal Benefita*, Vol. 4, No. 3, 2019, P. 435, <https://doi.org/10.22216/jbe.v4i3.4232>.
- Hurriyati, Ratih, And Puspo Dewi Dirgantari. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*. No. 229, 2021, Pp. 27–40.
- Idayu, Riyanthi, Et Al. "Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat Desa Di Desa Nembol Kecamatan Mandalawangi Kabupaten Pandeglang Banten." *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, Vol. 7, No. 1, 2021, P. 73, <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.729>.
- Lubis, Paulina, Et Al. "Sosialisasi Etika Bisnis Dan Manajemen Keuangan Syariah Pada Pengusaha Home Industri Dan UMKM Di Kecamatan Gunung Kerinci Siulak Deras Kabupaten Kerinci" *Jurnal Inovasi, Teknologi, dan Dharma Bagi Masyarakat (JITDM)* Vol.1 No. 3, 2020, pp. 49–53.
- Nurhidayat, Nurhidayat. "Pendekatan Ekonomi Syariah Dalam Menyelesaikan Masalah Ekonomi Akibat Pandemi Covid-19." *Islamic Banking: Jurnal Bertuah : Journal of Shariah and Islamic Economics*

Pemikiran Dan Pengembangan Perbankan Syariah, vol. 6, no. 1, 2020, pp. 17-34, <https://doi.org/10.36908/isbank.v6i1.160>.

Rosita, et al, Evaluasi Strategi Daya Saing Terhadap Kinerja Melalui Analisis Servo Studi Kasus Pada Klinik Kecantikan Metamorf Di Kota Pasuruan, issn : 3025-9495. No. 5, 2023.

Sasongko, Wahyu. Meningkatkan Daya Saing Umkm Untuk Menghadapi Asean Economic Community 2016 Wahyu Sasongko Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Negara , FISIP , Universitas Airlangga. 2020.

Supandi Et Al. Menghadapi Persaingan Pasar Nasional. No. September 2022, Pp. 86-103.

Zakiyah, Eneng Fitri, Et Al. "Peran Dan Fungsi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Memitigasi Resesi Ekonomi Global 2023." Jurnal Cakrawala Ilmiah, Vol. 2, No. 4, 2022, Pp. 1-12.