

**MANAJEMEN DAN STRATEGI KEWIRAUSAHAAN DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH
(UKM): SEBUAH KAJIAN LITERATUR 2019–2024**

Lelen Aprilia Dian Putri¹, Yuliana², Henny Yustisia³

^{1,2,3}Universitas Negeri Padang

Email : lelenaprilidianputri23041998@gmail.com

Abstrak

Kewirausahaan berperan sebagai penggerak utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya melalui kontribusinya terhadap pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Artikel ini bertujuan untuk menganalisis peran manajemen dan strategi kewirausahaan dalam meningkatkan daya saing UKM di tengah dinamika persaingan usaha yang semakin kompleks. Kajian ini menggunakan metode studi pustaka dengan menelaah berbagai sumber akademik terkini yang diterbitkan dalam rentang tahun 2019 hingga 2024. Hasil kajian menunjukkan bahwa manajemen yang terstruktur, perencanaan strategis yang matang, inovasi yang berkelanjutan, serta pemanfaatan teknologi digital merupakan faktor penentu keberhasilan dalam praktik kewirausahaan modern. Untuk merumuskan strategi yang adaptif dan berkelanjutan, pelaku usaha dituntut memiliki pemahaman yang komprehensif terhadap manajemen sumber daya manusia, pemasaran, serta analisis SWOT.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Manajemen Usaha, Strategi Bisnis, UKM, Daya Saing

Abstract

Entrepreneurship plays a pivotal role as a primary driver in fostering national economic growth, particularly through its contribution to the development of Small and Medium Enterprises (SMEs). This article aims to analyze the role of management and entrepreneurial strategies in enhancing the competitiveness of SMEs amidst the increasingly complex business competition. The study employs a literature review method, examining various academic sources published between 2019 and 2024. The findings indicate that structured management, sound strategic planning, continuous innovation, and the utilization of digital technology are key success factors in modern entrepreneurial practices. To formulate adaptive and sustainable strategies, business owners are required to have a comprehensive understanding of human resource management, marketing, and SWOT analysis.

Keywords: *Entrepreneurship, Business Management, Business Strategy, SMEs, Competitiveness*

PENDAHULUAN

Dalam sepuluh tahun terakhir, lanskap ekonomi global telah mengalami

pergeseran yang masif, didorong oleh kemajuan pesat teknologi digital, keterbukaan pasar internasional, serta

meningkatnya intensitas persaingan lintas sektor. Transformasi ini tidak hanya berdampak pada perusahaan berskala besar, tetapi juga secara langsung memengaruhi eksistensi dan dinamika Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Fenomena seperti disrupsi digital, otomatisasi proses bisnis, dan perubahan perilaku konsumen menuntut seluruh pelaku usaha, termasuk UKM, untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga mampu beradaptasi dengan cepat melalui strategi yang inovatif dan responsif terhadap perubahan.

Dalam konteks nasional, UKM memegang peran strategis dalam menopang perekonomian Indonesia. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM RI (2023), sektor ini menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional. UKM tidak hanya menjadi penyerap tenaga kerja terbesar, tetapi juga berfungsi sebagai katalis dalam penciptaan inovasi lokal dan penggerak ekonomi kerakyatan. Dengan peran gandanya tersebut, UKM menjadi tulang punggung dalam mewujudkan pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan.

Meski demikian, UKM di Indonesia menghadapi tantangan yang kompleks,

baik dari sisi internal maupun eksternal. Keterbatasan dalam struktur manajerial, efisiensi operasional yang rendah, serta minimnya akses terhadap pendanaan dan teknologi masih menjadi kendala utama. Sementara itu, derasnya arus globalisasi dan percepatan revolusi industri 4.0 telah membentuk lanskap persaingan bisnis yang lebih kompleks dan penuh ketidakpastian. Dalam situasi seperti ini, UKM dituntut untuk lebih adaptif dan strategis agar tetap relevan dan mampu bersaing di era digital. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam terhadap manajemen usaha dan strategi kewirausahaan menjadi sangat penting. Penerapan prinsip-prinsip manajemen modern dan pengambilan keputusan berbasis analisis strategis tidak hanya akan meningkatkan efisiensi internal, tetapi juga memperkuat daya saing UKM secara eksternal. Di sisi lain, kewirausahaan masa kini menuntut para pelaku usaha untuk bersikap proaktif, inovatif, serta mampu membaca arah dan peluang pasar secara cermat (Hisrich et al., 2020; Tambunan, 2021).

Berdasarkan latar belakang tersebut, kajian ini disusun untuk mengeksplorasi secara komprehensif bagaimana praktik manajerial dan strategi kewirausahaan modern dapat mendorong peningkatan

daya saing UKM secara berkelanjutan di Indonesia. Melalui pendekatan studi pustaka terhadap literatur ilmiah terkini (periode 2019–2024), tulisan ini tidak hanya menawarkan kontribusi teoretis, tetapi juga menyajikan refleksi kritis dan rekomendasi strategis sebagai acuan bagi pengembangan UKM di tengah tantangan global yang terus berkembang.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam kajian ini adalah studi literatur (*library research*), yang mencakup analisis terhadap artikel jurnal, buku, dan laporan penelitian yang diterbitkan antara tahun 2019 hingga 2024. Metode ini memungkinkan penelusuran mendalam terhadap kesenjangan penelitian yang ada, sambil memberikan wawasan tentang tantangan yang dihadapi pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM), serta mengeksplorasi solusi inovatif yang ditawarkan oleh literatur yang ada. Sumber-sumber yang dikaji berasal dari jurnal bereputasi internasional seperti *Journal of Small Business Management*, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, serta jurnal nasional terakreditasi seperti *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Dengan merujuk pada penelitian terkini, penulis dapat mengidentifikasi perkembangan atau

perubahan dalam teori-teori manajemen dan kewirausahaan yang relevan dengan dinamika UKM, khususnya di Indonesia. Selain itu, metode ini memungkinkan analisis terhadap tren terkini dalam kewirausahaan, seperti digitalisasi, otomatisasi, dan keberlanjutan bisnis yang menjadi faktor pendorong penting bagi UKM dalam menghadapi ketatnya persaingan global.

Keunggulan utama dari pendekatan ini adalah akses ke pengetahuan yang telah teruji dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga memungkinkan penulis untuk mengkaji berbagai perspektif yang telah diterapkan di berbagai negara. Metode studi pustaka ini juga menyediakan dasar yang kuat untuk membangun argumen dan kesimpulan yang berbasis data serta temuan empiris, memperkaya pemahaman tentang manajemen UKM dan kewirausahaan, serta memberikan rekomendasi strategis berbasis bukti bagi pengelola UKM untuk meningkatkan daya saing mereka dalam pasar yang semakin kompleks.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini dipaparkan hasil kajian serta analisis yang berfokus pada kontribusi manajemen strategis dan praktik kewirausahaan dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha kecil dan

menengah (UKM). Di tengah dinamika pasar yang terus berubah, UKM dituntut untuk memiliki ketangguhan sekaligus kemampuan beradaptasi melalui penerapan strategi manajerial yang responsif, inovatif, serta berbasis teknologi. Transformasi digital, penguatan sumber daya manusia, dan pemanfaatan teknologi informasi menjadi faktor kunci dalam mempercepat akselerasi bisnis UKM. Oleh karena itu, pembahasan berikut akan mengelaborasi dimensi-dimensi tersebut secara analitis berdasarkan temuan literatur mutakhir dan data relevan dari berbagai studi.

Manajemen sebagai Landasan Kewirausahaan

Manajemen yang efisien adalah elemen krusial yang mendasari keberhasilan dan kelangsungan hidup suatu usaha, terutama pada Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Menurut Hisrich et al. (2020), pelaksanaan fungsi manajerial seperti perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sangat diperlukan untuk menjaga kelangsungan dan perkembangan UKM. Tanpa adanya perencanaan yang terstruktur dan sistem pengelolaan yang baik, UKM akan kesulitan untuk bertahan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Sejalan dengan hal ini, Kurniawan (2022)

menyatakan bahwa keberhasilan bisnis UKM sangat tergantung pada efisiensi manajemen keuangan dan operasional yang dijalankan. Manajemen yang buruk akan menghambat pengelolaan biaya, kualitas produk, serta layanan yang disediakan, yang pada akhirnya akan memengaruhi daya saing dan kemampuan bertahan UKM dalam pasar yang penuh tantangan. Berdasarkan data yang diperoleh dari survei yang dilakukan oleh Bank Indonesia pada tahun 2021, sekitar 60% UKM di Indonesia menghadapi tantangan besar dalam manajemen operasional dan keuangan yang efisien. Survei tersebut juga menunjukkan bahwa UKM yang mengimplementasikan perencanaan bisnis yang baik dan sistem pengelolaan yang terstruktur memiliki kemungkinan lebih besar untuk bertahan dan berkembang di pasar yang kompetitif. UKM yang gagal dalam manajemen operasional dan keuangan cenderung menghadapi kesulitan dalam mengelola biaya dan kualitas produk mereka, yang mengarah pada penurunan daya saing. Selain itu, studi oleh Mazzarol (2020) menemukan bahwa UKM yang berhasil melakukan pengelolaan keuangan dan operasional dengan efisien mengalami peningkatan pendapatan sekitar 30% lebih tinggi dibandingkan dengan mereka yang

tidak menerapkan prinsip manajemen yang efektif. Ini membuktikan bahwa manajemen yang baik memainkan peran yang sangat penting dalam memastikan keberhasilan dan keberlanjutan usaha UKM di pasar yang sangat kompetitif saat ini.

Strategi Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif

Strategi kewirausahaan yang tepat memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif bagi UKM. Menurut Ghezzi & Cavallo (2020), UKM yang mengimplementasikan pendekatan lean startup dan model bisnis agile lebih mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan pasar yang terus berkembang. Pendekatan ini memungkinkan UKM untuk meminimalkan pemborosan sumber daya dan fokus pada pengembangan produk atau layanan yang lebih relevan dengan kebutuhan dan harapan pasar. Di samping itu, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) menjadi alat yang sangat efektif untuk membantu pengusaha dalam mengevaluasi kekuatan dan kelemahan internal mereka serta mengidentifikasi peluang dan ancaman yang datang dari lingkungan eksternal. Dengan demikian, strategi kewirausahaan yang tepat akan membantu UKM untuk

menyusun langkah-langkah yang dapat mempertahankan dan meningkatkan daya saing mereka di pasar. Data terkait: Menurut penelitian yang dilakukan oleh McKinsey & Company pada tahun 2022, sekitar 58% UKM yang mengadopsi model bisnis agile dan lean startup lebih mampu beradaptasi dengan perubahan pasar, yang berdampak pada peningkatan daya saing mereka. UKM yang menerapkan pendekatan ini juga melaporkan pengurangan biaya operasional hingga 25% dan peningkatan efisiensi produk yang lebih sesuai dengan permintaan pasar. Temuan ini menunjukkan bahwa strategi seperti penggunaan model agile memungkinkan UKM untuk lebih fleksibel dan responsif terhadap dinamika pasar. Selain itu, studi yang dilakukan oleh Harvard Business Review (2021) mengungkapkan bahwa 70% UKM yang menerapkan analisis SWOT dalam perencanaan strategis mereka berhasil mengidentifikasi peluang baru di pasar serta mengatasi ancaman eksternal dengan lebih efektif. Hal ini menegaskan pentingnya penggunaan analisis SWOT sebagai alat strategis yang membantu UKM dalam memahami faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi bisnis mereka, sehingga mereka dapat

merumuskan langkah-langkah yang mendukung keunggulan kompetitif di pasar.

Inovasi Berkelanjutan

Inovasi yang berkesinambungan memiliki peran vital dalam memperkuat daya saing dan pertumbuhan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Inovasi tidak semata-mata terbatas pada produk, tetapi juga mencakup pembaruan dalam proses kerja serta perombakan model bisnis agar lebih efisien dan responsif terhadap perubahan. Schaltegger et al. (2019) menyatakan bahwa inovasi berkelanjutan berkontribusi terhadap penciptaan nilai tambah yang mampu membedakan UKM dari para pesaingnya. UKM yang mampu mempertahankan siklus inovasi secara konsisten cenderung lebih menarik perhatian konsumen dan membangun loyalitas pelanggan yang lebih kuat.

Selain itu, inovasi berkelanjutan memungkinkan UKM untuk beradaptasi secara proaktif terhadap fluktuasi tren pasar dan pergeseran preferensi konsumen, menjadikannya tetap relevan di tengah dinamika industri. Oleh karena itu, alokasi sumber daya untuk kegiatan riset dan pengembangan (R&D), serta eksplorasi terhadap model bisnis baru, menjadi strategi penting guna menjamin keberlangsungan usaha dalam jangka

panjang. Menurut laporan McKinsey & Company (2021), UKM yang aktif mengimplementasikan inovasi berkelanjutan mencatat peningkatan daya saing hingga 30% lebih tinggi dibandingkan UKM yang tidak melakukan inovasi serupa. Selain itu, UKM yang fokus pada inovasi produk dan proses juga mengalami lonjakan loyalitas pelanggan hingga 40%, yang secara langsung berdampak positif terhadap pertumbuhan pasar mereka.

Studi dari Harvard Business Review (2020) mengungkapkan bahwa sekitar 65% UKM yang menginvestasikan dana dalam kegiatan litbang dan mengadaptasi inovasi dalam model bisnis mereka mampu mempertahankan posisi kompetitifnya selama masa krisis ekonomi. Hal ini menegaskan bahwa inovasi berkelanjutan merupakan strategi kunci dalam menjawab tantangan pasar serta menjamin eksistensi UKM secara berkelanjutan.

Digitalisasi sebagai Enabler

Digitalisasi telah menjadi motor utama dalam mentransformasi sektor Usaha Kecil dan Menengah (UKM), terutama dalam meningkatkan efisiensi operasional serta memperluas jangkauan pasar. Teknologi digital seperti media sosial, platform e-commerce, dan sistem manajemen berbasis cloud telah memberi

peluang baru bagi UKM untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan efisiensi kerja internal (Mazzarol, 2021).

Menurut studi oleh Ginting et al. (2023), penerapan digitalisasi pada aspek pemasaran dan operasional memungkinkan UKM untuk beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan perilaku konsumen, sekaligus meningkatkan interaksi langsung melalui platform digital. Sementara itu, penelitian oleh Mefid dan Ridhaningsih (2024) mengungkap bahwa digitalisasi dalam rantai pasok telah membantu UKM di Indonesia mengoptimalkan proses distribusi dan produksi secara signifikan, terutama dengan penggunaan teknologi Internet of Things (IoT), ERP (Enterprise Resource Planning), dan SCM (Supply Chain Management) berbasis cloud.

Selain dari sisi operasional, digitalisasi juga memperkuat sistem Manajemen Hubungan Pelanggan (Customer Relationship Management/CRM). Dengan sistem CRM digital, UKM dapat mengelola data pelanggan secara lebih akurat, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta membangun loyalitas jangka panjang. Hal ini sejalan dengan temuan dalam studi oleh Cao & Duan (2023), yang menunjukkan

bahwa CRM berbasis teknologi mendukung pencapaian keunggulan bersaing secara berkelanjutan melalui personalisasi layanan.

Namun demikian, adopsi teknologi digital di kalangan UKM tidak lepas dari tantangan. Seperti disebutkan oleh Rahayu & Day (2022), hambatan utama yang dihadapi UKM dalam proses digitalisasi meliputi keterbatasan sumber daya finansial, rendahnya literasi digital pelaku usaha, serta kurangnya infrastruktur yang memadai, khususnya di wilayah non-perkotaan. Oleh karena itu, peran dukungan dari pemerintah dan pihak swasta sangat diperlukan dalam menyediakan pelatihan teknologi, pendampingan transformasi digital, serta akses terhadap platform dan perangkat digital yang lebih terjangkau.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan dampak signifikan terhadap kinerja dan daya saing UKM. Studi yang dilakukan oleh McKinsey & Company (2022) mengungkapkan bahwa UKM yang telah mengintegrasikan digitalisasi dalam sistem manajemen dan pemasaran mereka mengalami peningkatan efisiensi operasional hingga 30%, serta pengambilan keputusan bisnis yang lebih akurat. Selaras dengan temuan tersebut, Harvard Business

Review (2021) melaporkan bahwa 68% UKM yang menerapkan sistem Customer Relationship Management (CRM) digital berhasil meningkatkan retensi pelanggan dan mencatat pertumbuhan penjualan dalam dua tahun pertama setelah implementasi. Sementara itu, riset dari Ginting et al. (2023) memperkuat fakta ini dengan menunjukkan bahwa sebanyak 72% UKM yang memanfaatkan platform digital mengalami perluasan jangkauan pasar, bahkan hingga ke tingkat regional dan nasional dalam kurun waktu kurang dari satu tahun. Temuan-temuan ini menegaskan bahwa digitalisasi bukan lagi sekadar alat bantu, melainkan telah menjadi fondasi strategis dalam mendorong daya saing dan keberlanjutan UKM di tengah dinamika pasar yang terus berkembang.

Peran Manajemen SDM dan Pemasaran

Manajemen sumber daya manusia (SDM) yang optimal menjadi fondasi penting bagi keberhasilan usaha kecil dan menengah (UKM). Pengelolaan yang mencakup pengembangan keterampilan, pemberian motivasi, serta penciptaan peluang bagi karyawan untuk berkontribusi secara maksimal terbukti mampu meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan. Penelitian Rosdi et al. (2022) menegaskan bahwa sistem manajemen

kinerja berbasis manusia dapat secara signifikan mendorong pencapaian kinerja individu dan perusahaan. Sementara itu, Alias et al. (2023) menggarisbawahi bahwa praktik SDM yang mendukung aspek kemampuan, motivasi, dan kesempatan kerja mampu membentuk keunggulan kompetitif melalui penguatan kompetensi internal. Di sisi lain, strategi pemasaran yang efektif juga menjadi elemen penting dalam memperkuat posisi UKM di tengah persaingan pasar. Pendekatan yang berfokus pada konten digital yang relevan dan tepat waktu, khususnya melalui media sosial, terbukti mampu meningkatkan interaksi pelanggan. Salonen et al. (2024) menunjukkan bahwa pemasaran konten digital yang dilakukan secara terencana sepanjang perjalanan pelanggan B2B berkontribusi positif terhadap keterlibatan pelanggan. Selain itu, pengalaman pelanggan yang baik juga menjadi faktor penentu loyalitas, di mana konten yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan dapat memperkuat kepercayaan dan menciptakan hubungan emosional yang lebih erat antara pelanggan dan merek (Patov, 2024). Dengan demikian, sinergi antara pengelolaan SDM yang strategis dan penerapan pemasaran berbasis pengalaman pelanggan dapat menjadi kunci utama

dalam mendorong daya saing serta memastikan keberlanjutan UKM di tengah tantangan pasar yang dinamis.

Berdasarkan uraian hasil dan pembahasan yang telah disampaikan, dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan dan daya saing UKM sangat ditentukan oleh sinergi antara strategi manajemen yang efektif, kewirausahaan yang inovatif, serta kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi. Digitalisasi menjadi komponen penting dalam mendukung efisiensi dan ekspansi usaha, sementara pengelolaan sumber daya manusia yang berorientasi pada peningkatan kompetensi dan kreativitas memberikan kontribusi strategis dalam menciptakan keunggulan bersaing. Dalam konteks ini, kolaborasi antara sektor usaha, akademisi, dan pemerintah sangat diperlukan guna menciptakan lingkungan bisnis yang inklusif dan berkelanjutan, khususnya dalam menghadapi tantangan ekonomi digital yang semakin kompetitif.

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen yang baik dan strategi kewirausahaan yang tepat sangat berperan dalam meningkatkan daya saing serta keberlanjutan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Pengelolaan yang terstruktur dan

inovatif, baik dalam aspek operasional maupun keuangan, memberikan kemampuan bagi UKM untuk beradaptasi dengan perubahan pasar. Inovasi yang terus-menerus dalam produk, proses, dan model bisnis terbukti menjadi faktor utama dalam menjaga daya saing UKM dalam jangka panjang. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital sangat penting dalam memperluas akses pasar dan meningkatkan efisiensi operasional. Secara keseluruhan, pengembangan kapasitas manajerial dan pemanfaatan teknologi digital merupakan langkah strategis yang harus diambil oleh para pelaku usaha untuk terus berkembang dan bertahan dalam pasar yang semakin kompetitif.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, M., & Subekti, T. (2020). *Manajemen Strategik untuk Peningkatan Daya Saing UKM*. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, 8(2), 123-138.
- Asmara, Y., & Wibowo, B. (2021). *Inovasi Berkelanjutan dalam UKM: Studi Kasus di Indonesia*. Jurnal Inovasi dan Teknologi, 15(1), 45-60.
- Bastian, R. A. (2022). *Strategi Digitalisasi untuk UKM di Era Industri 4.0*. Jurnal Teknologi dan Manajemen, 19(4), 202-215.

- Ghezzi, A., & Cavallo, A. (2020). Agile Business Model Innovation in Digital Entrepreneurship: Lean Startup Approaches. *Journal of Business Research*, 110, 519–537.
- Hidayat, R. (2021). *Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pengelolaan UKM*. *Jurnal Teknologi Bisnis*, 11(3), 100-114.
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2020). *Entrepreneurship* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Irawan, F. & Nuraini, A. (2020). *Model Pengelolaan SDM pada UKM: Pendekatan Berbasis Kewirausahaan*. *Jurnal Sumber Daya Manusia*, 13(2), 87-101.
- Kurniawan, D. (2022). Strategi Manajemen Operasional pada UMKM Masa Pandemi. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(2), 112–123.
- Kurniawan, D., & Wulandari, D. (2022). *Peran Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing UKM*. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 22(1), 50-68.
- Li, H., & Zhang, Y. (2023). *Small Business Management in a Globalized Digital World*. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 41(2), 215-230.
- Mazzarol, T. (2021). Digital Transformation and Small Business: Threat or Opportunity? *International Journal of Small Business and Innovation*, 8(1), 34–49.
- Nasution, M., & Indriani, E. (2022). *Strategi Adaptif untuk UKM dalam Menghadapi Persaingan Pasar Global*. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 20(4), 178-193.
- Pratama, F., & Suyanto, J. (2021). *Digital Transformation in Small Businesses: Challenges and Opportunities*. *Jurnal Teknologi Digital*, 16(3), 115-130.
- Rahayu, S. (2023). Peran Pengembangan SDM dalam Kinerja UKM di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 17(1), 25–36.
- Santoso, T. (2020). *Peran Kewirausahaan dalam Pembangunan UKM di Indonesia*. *Jurnal Pembangunan dan Ekonomi*, 17(1), 45-58.
- Schaltegger, S., Hansen, E. G., & Lüdeke-Freund, F. (2019). Business Models for Sustainability: Origins, Present Research, and Future Avenues. *Organization & Environment*, 32(1), 3–19.
- Setiawan, A. & Rini, L. (2021). *Kewirausahaan dan Manajemen UKM: Kajian Teoritis dan Praktis*. *Jurnal Kewirausahaan*, 14(2), 201-215.

- Supriyanto, H., & Nugroho, Y. (2023). *Strategi Manajerial dalam Pengelolaan UKM di Era Digital*. Jurnal Manajemen Bisnis, 18(4), 90-104.
- Syafruddin, A. & Sari, R. (2021). *Manajemen Inovasi untuk Meningkatkan Keberlanjutan UKM*. Jurnal Pemasaran dan Bisnis, 20(2), 76-91.
- Tambunan, T. T. H. (2021). *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-isu Penting*. LP3ES.
- Winata, A. & Afiat, S. (2022). *Penerapan Teknologi Digital dalam Pengelolaan UKM di Sektor UMKM*. Jurnal Digital dan Bisnis, 12(1), 125-136.
- Yuniarti, L. & Halim, R. (2021). *Peran Teknologi Digital dalam Memperluas Akses Pasar UKM*. Jurnal Teknologi dan Perekonomian, 9(2), 58-71.