



Analisis Strategis Bisnis dan Pemasaran Dimsum Cuy dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing UMKM Kuliner

Fariska Riski

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Tadulako

Nadia Amanda Tasya

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Tadulako

Mutiara Arsad

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Tadulako

Aldovel Jonathan Gente

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Tadulako

Rai Savitri

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Tadulako

Nuraisyah

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Tadulako

Syarif Permana Salingkat

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Tadulako

Gita Farista

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Tadulako

Alamat: Jl. Soekarno Hatta No.KM.9, Tondo, Kec. Mantikulore, Kota Palu,
Sulawesi Tengah 94148

Korespondensi penulis: fariskariskiiiii@gmail.com

Abstrak This study examines the entrepreneurial motivation, business development, and daily management practices of the owner of Dimsum Cuiy, a growing culinary micro-enterprise in Palu, Indonesia. The business originated from the owner's long-standing aspiration to build an independent venture and gain recognition for creating a distinctive dimsum-based product. Initially operated through small-scale sales in a residential area and online platforms, the business has gradually expanded into two branches. As a current management student, the owner oversees daily operations, including morning production, employee supervision, and coordination of three staff members. The marketing strategy focuses on enhancing social media content and collaborating with influencers to broaden customer reach. Financial management remains basic, with expenditures separated into personal and operational accounts. Production and distribution challenges are addressed through effective time management. The business's main opportunity lies in its innovative grilled dimsum product, which has received strong market interest. This study employs a descriptive qualitative method using observation and in-depth interviews to analyze these entrepreneurial dynamics.

Keywords: Entrepreneurship, Small Business, Marketing Strategy, Innovation, Qualitative Study

Abstrak. Penelitian ini mengkaji motivasi kewirausahaan, perkembangan usaha, dan praktik manajemen harian pemilik *Dimsum Cuiy*, sebuah usaha mikro kuliner yang berkembang di Kota Palu, Indonesia. Usaha ini berasal dari keinginan kuat pemilik untuk membangun bisnis secara mandiri dan memperoleh pengakuan melalui produk dimsum yang memiliki keunikan tersendiri. Pada awalnya, usaha ini dijalankan melalui penjualan skala kecil di area perumahan dan platform daring, kemudian secara bertahap berkembang menjadi dua cabang. Sebagai seorang mahasiswa manajemen, pemilik mengawasi operasional harian, termasuk produksi pada pagi hari, supervisi karyawan, serta koordinasi dengan tiga orang staf. Strategi pemasaran berfokus pada peningkatan konten media sosial dan kerja sama dengan influencer guna memperluas jangkauan pelanggan. Pengelolaan keuangan masih bersifat dasar, dengan pemisahan antara akun pribadi dan akun operasional. Tantangan dalam produksi dan distribusi diatasi melalui manajemen waktu yang efektif. Peluang utama usaha ini terletak pada inovasi produk dimsum bakar yang berhasil menarik minat pasar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif melalui observasi dan wawancara mendalam untuk menganalisis dinamika kewirausahaan tersebut.

Kata Kunci: Kewirausahaan, Usaha Kecil, Strategi Pemasaran, Inovasi, Penelitian Kualitatif

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, membuka lapangan kerja, serta menciptakan inovasi baru di masyarakat. Dalam konteks usaha mikro kecil menengah (UMKM), kemampuan wirausaha dalam mengenali peluang, mengelola sumber daya, serta menciptakan keunikan produk menjadi penentu keberhasilan bisnis di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Salah satu contoh wirausaha yang menunjukkan perkembangan signifikan adalah pemilik *Dimsum Cuiy*, sebuah usaha kuliner yang berkembang di Kota Palu.

Motivasi utama pemilik dalam memulai usaha ini berangkat dari keinginan kuat untuk memiliki bisnis sendiri serta memperoleh pengakuan melalui produk yang ia ciptakan. Usaha ini dirintis dari nol, dimulai dengan penjualan di lingkungan perumahan dan melalui platform online. Seiring berjalaninya waktu, bisnis tersebut berkembang hingga memiliki dua cabang. Pemilik yang saat ini masih menjalani pendidikan pada jurusan manajemen, turut mengelola operasional harian mulai dari produksi pagi hari, pengawasan tiga karyawan pada booth penjualan, hingga proses distribusi produk ke cabang-cabang.

Dalam aspek pemasaran, strategi yang digunakan berfokus pada optimalisasi media sosial, khususnya Instagram, melalui peningkatan kualitas konten dan kerja sama dengan influencer untuk memperluas jangkauan konsumen. Namun demikian, pengelolaan keuangan usaha masih tergolong sederhana karena pemilik belum memiliki keahlian penuh di bidang tersebut. Sistem pencatatan dan penggunaan dana masih dibagi antara rekening pribadi dan rekening operasional usaha.

Pemilik juga menghadapi beberapa kendala, terutama pada aspek produksi dan distribusi. Seluruh proses produksi dilakukan secara mandiri, sehingga pemilik perlu mengatur waktu secara efektif untuk mempersiapkan bahan makanan sejak pagi dan mengantarkannya ke dua cabang menjelang waktu operasional. Di sisi lain, peluang terbesar usaha ini muncul dari inovasi produk, yaitu dimsum bakar, yang menjadi pembeda dari usaha kuliner lain dan terbukti mendapatkan respons positif dari konsumen.

Secara teoritis, orientasi kewirausahaan berperan besar dalam keberhasilan UMKM. Literatur menyebutkan bahwa keberhasilan usaha dipengaruhi oleh aspek-aspek seperti kemandirian, inovasi, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan bersaing (Wiklund &

Shepherd, 2005; Lumpkin & Dess, 1996). Orientasi ini membantu pelaku UMKM menghadapi keterbatasan modal, persaingan bisnis, serta dinamika pasar yang terus berubah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk memahami motivasi, strategi, serta dinamika kewirausahaan pemilik *Dimsum Cuiy* menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian dilaksanakan di Jalan Balaikota, Kelurahan Tanamodindi, Kecamatan Mantikulore, Kota Palu, dengan metode observasi dan wawancara mendalam. Analisis data dilakukan dengan teknik reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan sesuai konsep Noeng Muhamadzir, serta ditafsirkan lebih lanjut berdasarkan pendekatan makna sebagaimana dijelaskan oleh Rijali (2018).

KAJIAN TEORITIS

Menurut para ahli, sebuah bisnis dapat berjalan dengan baik jika terdapat orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan merupakan aspek penting bagi keberlangsungan perusahaan yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan yang tinggi mengasah kemampuan perusahaan untuk bisa melihat peluang usaha yang tidak dilihat oleh pesaing dan menjadikannya memiliki keunggulan bersaing dalam dunia bisnis yang sangat kompetitif (Wiklund and Shepherd, 2005). Para ahli telah membuktikan bahwa pada kondisi ekonomi yang dinamis orientasi kewirausahaan dapat menjadi faktor pendorong dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Wiklund dan Shepherd, 2005; Hughes dan Morgan, 2007). Hal ini dapat terjadi karena kewirausahaan membutuhkan 1) kemandirian untuk memulai sebuah usaha (*autonomy*), 2) keinginan untuk menjadi wirausaha yang berorientasi kepada pencapaian dan berani menghadapi pesaing atau berani meningkatkan posisi usaha agar lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain (*competitive aggressiveness*), 3) keberanian untuk mengambil risiko dari ketidakpastian iklim usaha dengan tujuan mendapatkan keuntungan (*risk taking*), dan 4) keinginan untuk memperbarui kualitas layanan maupun produk yang ditawarkan (*innovativeness*) (Lee dan Peterson, 2000; Lumpkin dan Dess, 1996).

Orientasi kewirausahaan dapat juga diterjemahkan sebagai sebuah mekanisme yang dapat digunakan oleh pelaku UKM untuk membantu menghadapi tantangan bisnis seperti keterbatasan akses modal keuangan dan lingkungan usaha yang sangat kompetitif serta peluang bisnis baru yang sangat jarang dijumpai (Wiklund dan Shepherd, 2005). Lumpkin dan Dess (1996) menyebutkan bahwa orientasi kewirausahaan berkaitan dengan proses, praktik dan kegiatan pengambilan keputusan yang digunakan oleh wirausahawan yang berujung pada pendirian perusahaan. Mereka telah mengidentifikasi lima dimensi orientasi kewirausahaan, yakni, *autonomy, innovativeness, risk-taking, proactiveness, dan competitive aggressiveness*. Namun, dalam penelitian ini, dimensi proactiveness tidak digunakan, karena dimensi ini mempunyai kemiripan dengan dimensi *competitive aggressiveness* (Lumpkin dan Dess, 2001).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Jalan Balaikota Selatan, Kelurahan Tanamodindi, Kecamatan Mantikulore, Kota Palu, Provinsi Sulawesi Tengah, yang menjadi lokasi kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL). Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan kemudahan akses, relevansi konteks sosial, serta kesesuaian antara karakteristik wilayah dengan fokus penelitian. Kegiatan penelitian dilaksanakan pada Selasa, 25 November 2025, pukul 19.00 WITA, bertepatan dengan aktivitas sosial masyarakat yang memungkinkan peneliti melakukan observasi secara langsung dan mendalam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu suatu pendekatan yang bertujuan menggambarkan secara terperinci fenomena, kondisi sosial, serta dinamika yang terjadi

di lingkungan penelitian. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai persepsi, perilaku, motivasi, serta pengalaman subjek penelitian tanpa melakukan manipulasi terhadap variabel. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali informasi secara alamiah dalam konteks sosial sebenarnya, sehingga data yang diperoleh lebih otentik dan relevan.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam, serta pencatatan lapangan. Observasi digunakan untuk melihat secara langsung situasi dan interaksi yang berlangsung di lokasi PPL, sedangkan wawancara diberikan kepada informan terkait guna memperoleh gambaran lengkap mengenai sudut pandang, pengalaman, dan pemahaman mereka terhadap fenomena yang diteliti.

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan konsep yang dijelaskan oleh Noeng Muahadjir, yaitu melakukan pencarian, penataan, dan pengelompokan data secara sistematis berdasarkan hasil observasi dan wawancara. Tahapan analisis meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sementara yang kemudian diverifikasi. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk menemukan pola, hubungan, serta makna yang muncul dari data lapangan.

Selanjutnya, proses analisis juga mengikuti pemikiran Rijali (2018) yang menekankan pentingnya memahami makna di balik informasi yang diberikan informan. Data yang telah terkumpul tidak hanya dicatat, tetapi juga ditafsirkan berdasarkan konteks sosial dan pengalaman subjek penelitian. Peneliti berupaya menemukan esensi dari informasi yang diperoleh, sehingga hasil penelitian mampu memberikan gambaran yang utuh serta mendalam mengenai situasi yang dikaji.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Motivasi dan Latar Belakang Pendirian Usaha

Motivasi utama pemilik *Dimsum Cuy* dalam memulai usaha ini berangkat dari keinginan personal untuk memiliki usaha mandiri yang dapat dikenal masyarakat luas. Sejak lama owner memiliki aspirasi untuk membangun bisnis kuliner yang tidak hanya memberikan pendapatan, tetapi juga menjadi bentuk aktualisasi diri. Keinginan untuk dikenal sebagai pemilik usaha dimsum dengan ciri khas tertentu menjadi pendorong kuat yang akhirnya membuat owner memberanikan diri memulai usaha dari nol.

Pada tahap awal, usaha ini dimulai dengan sangat sederhana. Owner menjual dimsum secara personal dari rumah, memanfaatkan fasilitas perumahan sebagai lokasi produksi sekaligus penjualan. Pemilik menggunakan dua jalur untuk memasarkan produk, yaitu penjualan offline di lingkungan sekitar dan penjualan online melalui platform digital. Metode pemasaran ini terbukti efektif karena memudahkan penyebarluasan informasi secara lebih cepat dan luas.

Seiring dengan bertambahnya konsumen dan meningkatnya permintaan, owner melihat adanya potensi besar untuk mengembangkan usaha ke tingkat yang lebih tinggi. Hal ini kemudian diwujudkan dengan pembukaan dua cabang *Dimsum Cuy*. Perkembangan dari penjualan rumahan menuju dua cabang resmi menunjukkan bahwa usaha ini memiliki prospek bisnis yang kuat dan mampu bertahan di tengah persaingan kuliner lokal.

Dari sisi pendidikan, owner saat ini masih aktif menempuh pendidikan tinggi di jurusan Manajemen. Meskipun masih dalam proses belajar, pemahaman dasar terkait manajemen usaha, pemasaran, dan operasional menjadi modal penting untuk mengelola

bisnis ini. Latar belakang pendidikan ini berkontribusi pada pola pikir bisnis yang lebih terstruktur, meskipun pelaksanaannya masih perlu disempurnakan.

Pengelolaan Usaha dan Operasional Sehari-Hari

Kegiatan operasional harian *Dimsum Cuy* melibatkan rangkaian aktivitas yang cukup padat dan terstruktur. Setiap hari, owner memulai kegiatan sejak pagi hari dengan melakukan produksi dimsum secara mandiri. Proses produksi mencakup persiapan bahan baku, pengolahan adonan, pembentukan dimsum, hingga tahap penyimpanan sebelum didistribusikan. Aktivitas ini membutuhkan ketelitian tinggi agar rasa, tekstur, dan kualitas produk tetap konsisten.

Setelah proses produksi selesai, owner akan melakukan distribusi ke dua cabang yang dimiliki. Aktivitas distribusi ini sangat penting agar setiap cabang memiliki stok yang memadai sebelum jam operasional dimulai. Owner memastikan bahwa distribusi dilakukan tepat waktu sehingga booth dapat melayani pelanggan tanpa keterlambatan.

Pada siang hingga malam hari, owner fokus pada pengawasan karyawan di booth. Saat ini *Dimsum Cuy* memiliki tiga orang karyawan yang bekerja pada bagian penjualan dan pelayanan konsumen. Owner melakukan monitoring secara langsung maupun tidak langsung untuk memastikan pelayanan tetap ramah, kebersihan booth terjaga, dan proses penyajian makanan tetap sesuai standar.

Struktur operasional yang masih bergantung pada owner menunjukkan bahwa usaha ini berada pada tahapan awal pertumbuhan (*early growth stage*). Meskipun demikian, sistem operasional berjalan stabil berkat kemampuan owner dalam mengatur waktu dan membagi tugas secara efektif. Ke depan, diperlukan pembagian peran yang lebih proporsional agar owner tidak terbebani dengan tugas produksi sekaligus distribusi.

Analisis Strategi Promosi

Strategi promosi *Dimsum Cuy* berfokus pada platform digital, khususnya Instagram, sebagai media utama penyebaran informasi. Dalam era digital, konten visual memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap minat pembelian konsumen. Oleh karena itu, owner berupaya memperbaiki kualitas konten yang diunggah, mulai dari foto produk, video singkat, hingga unggahan testimoni pelanggan.

Konten visual dibuat lebih estetik dan informatif agar lebih menarik perhatian pengguna media sosial, terutama kalangan muda. Selain itu, owner juga membuat konten edukatif tentang proses pembuatan dimsum, cara penyajian, hingga inovasi rasa baru. Konten seperti ini terbukti meningkatkan interaksi dan engagement di platform Instagram.

Strategi promosi lain adalah bekerja sama dengan influencer lokal. Kolaborasi ini bertujuan memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Influencer membantu memberikan exposure melalui review, video mencicipi produk, maupun postingan promosi di akun mereka. Kehadiran influencer sangat membantu menciptakan persepsi positif bahwa produk *Dimsum Cuy* layak dicoba dan berkualitas.

Selain promosi digital, promosi offline juga dilakukan melalui pelayanan ramah, kebersihan booth, tampilan booth yang menarik, serta pemberian promo tertentu seperti

paket hemat atau tambahan gratis. Strategi ini mendukung terciptanya word-of-mouth yang efektif dari pelanggan yang puas.

Analisis Masalah dan Kendala Penjualan

Meski usaha *Dimsum Cuy* mengalami pertumbuhan yang positif, terdapat beberapa kendala signifikan dalam pelaksanaannya. Kendala pertama terletak pada kapasitas produksi. Owner masih melakukan proses produksi seorang diri sehingga jumlah produk yang dapat dibuat terbatas. Hal ini diperparah dengan meningkatnya permintaan dari pelanggan, yang menyebabkan owner harus bekerja ekstra untuk memenuhi kebutuhan dua cabangnya.

Kendala kedua adalah aspek distribusi. Owner harus mengantarkan produk dimsum ke dua cabang setiap hari, yang tentu membutuhkan energi, waktu, dan biaya transportasi. Jika terjadi keterlambatan distribusi, maka operasional booth di cabang bisa terhambat sehingga memengaruhi jumlah penjualan.

Kendala ketiga adalah pengelolaan keuangan yang masih bersifat sederhana. Owner memisahkan rekening pribadi dan rekening operasional, namun belum menerapkan pencatatan arus kas yang lebih sistematis. Hal ini dapat menimbulkan masalah dalam menghitung keuntungan bersih, memantau pengeluaran harian, atau membuat proyeksi keuangan jangka panjang.

Untuk mengatasi kendala tersebut, owner menerapkan manajemen waktu yang disiplin. Proses produksi dilakukan sejak pagi agar distribusi dapat dilakukan sebelum jam buka booth. Selain itu, owner mulai mempelajari cara mengatur keuangan melalui metode sederhana seperti pencatatan manual dan evaluasi harian.

Analisis Tata Kelola Usaha

Tata kelola usaha *Dimsum Cuy* menunjukkan karakteristik usaha mikro yang sedang berkembang. Owner menjadi pusat dari seluruh aktivitas usaha mulai dari produksi, distribusi, pegawasan karyawan, hingga manajemen keuangan. Meskipun sistem ini masih sederhana, tata kelola tersebut mampu menjaga stabilitas usaha.

Dari segi keuangan, pemilik telah memulai langkah baik dengan memisahkan uang pribadi dan uang usaha. Namun untuk meningkatkan profesionalitas dan transparansi, diperlukan sistem pembukuan yang lebih terstruktur seperti penggunaan aplikasi keuangan, pembuatan laporan laba rugi, serta analisis biaya produksi.

Pada aspek sumber daya manusia, owner menerapkan pendekatan langsung dalam mengawasi kerja karyawan. Pelatihan dasar seperti standar pelayanan, kebersihan, dan cara penyajian makanan diberikan secara berkala. Ke depan, pemilik dapat mempertimbangkan pembagian tugas yang lebih jelas agar operasional tidak sepenuhnya bergantung pada owner.

Dari sisi inovasi, tata kelola produk dilakukan dengan menjaga kualitas rasa dan konsistensi bahan baku. Pengembangan produk seperti dimsum bakar menjadi nilai tambah yang berhasil meningkatkan daya tarik usaha.

Peluang Pengembangan Usaha

Peluang terbesar *Dimsum Cuy* terletak pada inovasinya, yaitu *dimsum bakar*, yang belum banyak ditemukan di pasar lokal. Keunikan ini menciptakan diferensiasi kuat yang

membuat produk mudah diingat dan menarik untuk dicoba. Setelah dilakukan uji coba dan pemasaran awal (*try on*), produk ini mendapat respons sangat positif sehingga menjadi menu favorit.

Dengan tingginya minat pelanggan, potensi pengembangan usaha ini sangat besar. Owner dapat mempertimbangkan:

- menambah kapasitas produksi,
- merekrut tenaga produksi tambahan,
- membuka cabang baru,
- memperluas kerja sama influencer,
- membuat paket kemitraan (franchise),
- serta memperkuat brand identity melalui desain booth dan kemasan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai dinamika kewirausahaan pada usaha *Dimsum Cuy* di Kota Palu, dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan pemilik memiliki peran penting dalam mendorong perkembangan usaha. Motivasi kuat untuk membangun bisnis mandiri, keberanian mengambil risiko, serta kemampuan berinovasi melalui produk dimsum bakar menjadi faktor utama yang memperkuat daya saing usaha di tengah ketatnya persaingan kuliner lokal. Pengelolaan operasional usaha dijalankan secara intensif oleh pemilik, mulai dari produksi, distribusi, hingga pengawasan karyawan. Meskipun masih bersifat sentralistik, tata kelola ini mampu menjaga stabilitas operasional dan konsistensi kualitas produk. Strategi pemasaran berbasis media sosial, khususnya Instagram, serta kolaborasi dengan influencer terbukti efektif dalam memperluas jangkauan konsumen dan meningkatkan brand awareness.

Namun, usaha ini masih menghadapi beberapa kendala, terutama terkait kapasitas produksi yang terbatas, distribusi yang memerlukan waktu dan tenaga besar, serta pengelolaan keuangan yang masih sederhana. Tantangan ini menunjukkan perlunya peningkatan kapasitas manajerial dan penguatan sistem bisnis agar usaha dapat berkembang secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, penelitian ini memperlihatkan bahwa orientasi kewirausahaan—meliputi inovasi, keberanian mengambil risiko, kemandirian, dan agresivitas kompetitif—menjadi fondasi utama bagi keberhasilan UMKM dalam menghadapi dinamika pasar. Pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi dan wawancara memberikan gambaran mendalam mengenai strategi, proses pengambilan keputusan, dan motivasi pemilik *Dimsum Cuy* dalam mengelola usahanya.

DAFTAR PUSTAKA

Referensi berisi daftar jurnal, buku, atau referensi lain yang diajukan dalam naskah yang terbit dalam 5 tahun terakhir dengan jumlah minimal 75% dari seluruh referensi yang digunakan. Mayoritas referensi adalah sumber primer yaitu jurnal ilmiah/prosiding. Jumlah referensi secara keseluruhan yang diajukan minimal 20 buah, dan sebanyak 75%nya berasal dari publikasi jurnal ilmiah/prosiding hasil penelitian. Penulisan referensi secara alfabetis dan mengikuti gaya penulisan American Psychological Association

(APA) 6th Edition. Manajemen penulisan referensi (dan kutipan) sangat disarankan menggunakan aplikasi Mendeley. Contoh penulisan referensi berdasarkan APA 6th Edition sebagai berikut:

Artikel Jurnal (satu, dua, atau lebih dari dua penulis)

Vanessa Vanessa, Frangky Slamet Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan; Vol. 7 No. 1 (2025): Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan; 290-300 ; 2657-0025
<https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/33007>

Emi Lestari, Agustini Agustini Jurnal Mirai Management; Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan (2023-04-11): Vol 8, No 1 (2023); 242 - 249 ; 2597-4084 ; 10.37531/mirai.v8i1 [link]:
<https://journal.stteamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/4112>

M. Tony Nawawi, Gemitalia, Kevin Karsten Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat ; PEMBEKALAN STRATEGI PENYUSUNAN RENCANA BISNIS PADA UKM (2022-12-16): Vol. 2 No. 3 (2022): ABDAYA : Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat ; 2808-473X [link]:
<https://jurnal.lenterah.tech/index.php/abdaya/article/view/263>

Selamet Hartanto, Irwan Arya Putra, Muhammad Shiddiq Eka Muharom Jurnal Pengabdian Masyarakat AbdiMas; Vol 10, No 05 (2024): Jurnal Pengabdian Masyarakat Abdimas ; 2828-9935 ; 2406-8365 ; 10.47007/abd.v10i05 [link]:
<https://ejurnal.esaunggul.ac.id/index.php/ABD/article/view/7704>

Wilson Rendy Wijaya, Sarwo Edy Handoyo Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan; Vol. 5 No. 3 (2023): Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan; 797-804 ; 2657-0025 [link]: <https://journal.untar.ac.id/index.php/JMDK/article/view/25449>

FORUM EKONOMI: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi; Vol 23, No 4 (2021): Oktober; 708-713 ; 2528-150X ; 1411-1713 [link]:
<https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/FORUMEKONOMI/article/view/10163>

Ana Aniati, Elok Rosyidah Jurnal Pusat Studi Pancasila dan Kebijakan, Vol 1, Iss 3, Pp 145-162 (2025) [doi]: <https://doi.org/10.62734/jurnalpuspaka.v1i3.682>

Artikel Prosiding

Ni Putu Cempaka Widyawati, Ni Wayan Mujiati E-Jurnal Manajemen, Vol 10, Iss 11, Pp 1116-1140 (2021) PENGARUH PENDIDIKAN KEWIRAUSAHAAN TERHADAP MINAT KEWIRAUSAHAAN DENGAN EFIGASI DIRI KEWIRAUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (2021-11-01) [doi]:
<https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2021.v10.i11.p04>

Working Paper

Ananta, N. P., Ramadhan, A., Meirinawati, M., & Suprapto, F. A. (2024). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Meningkatkan Ekonomi Lokal pada Sektor UMKM di Sentra Wisata Kuliner Karah, Kota Surabaya. Bappenas Working Papers, 7(1), 72 - 85. <https://doi.org/10.47266/bwp.v7i1.310>

Disertasi/Tesis/Paper Kerja

Larasati, F. (2019). Pengaruh Pemasaran Digital terhadap Peningkatan Omzet UMKM. (Paper Kerja). Universitas Indonesia. Retrieved from <http://repository.ui.ac.id/larasati2019>

Pakpahan, A. F., Prasetio, A., Negara, E. S., Gurning, K., Situmorang, R. F. R., Tasnim, T., ... & Rantung, G. A. J. (2021). Metodologi penelitian ilmiah.

Buku Teks

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. PT. Alfabeta: Yogyakarta.

Laporan Instansi/Lembaga/Organisasi/Perusahaan

Dewi, N. L. P. S., Sujana, N. M. W. D., & Dewi, L. G. K. (2024). Analisis Efektivitas Program Pembinaan Kewirausahaan dalam Meningkatkan Profitabilitas Usaha. Jurnal Inovasi Akuntansi (JIA), 2(2), 141-150.

Artikel Surat Kabar/Majalah

Mogot-Prahoro, I. Y. (2021). Manajemen Surat Kabar: Paduan Ilmu, Pengetahuan, Seni, Nurani, dan Intuisi. Prenada Media.

Sumber dari internet dengan nama penulis

Rahman, A. (2024). OPTIMALISASI PEMASARAN MELALUI PEMBUATAN SITUS WEB PROMOSI MENGGUNAKAN CMS WORDPRESS: STUDI KASUS DIMSUM NAFIADH DI KOTA TANGERANG (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Teknologi Terpadu Nurul Fikri).**Sumber dari internet tanpa nama penulis (tuliskan nama organisasi/perusahaan)**

Sukri, M. (2024). Internet dan Plagiarisme. CV Jejak (Jejak Publisher).