



## Analisis Peluang Bisnis Kuliner Dalam Mendorong Daya Saing UMKM di Kabupaten Garut

**Irma Rosmayati**

Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Garut

Alamat: Jl. Raya Samarang Kec. Tarogong Kidul Kab. Garut

Korespondensi penulis: [i.rosmayati@uniga.ac.id](mailto:i.rosmayati@uniga.ac.id)

**Abstract.** *The culinary sector is one of the fastest-growing industries with significant potential to enhance the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). This study aims to analyze culinary business opportunities in Garut Regency and identify strategies to strengthen MSME competitiveness. The research employed a descriptive qualitative approach, using data collection methods such as observation, interviews, and literature review. The findings reveal that Garut's culinary specialties, such as dodol, chips, and modern food products, have a wide market opportunity both locally and nationally. Furthermore, product innovation, digital technology utilization, and support from local government are crucial factors in enhancing the competitiveness of culinary MSMEs. The study emphasizes that optimizing culinary business opportunities not only contributes to regional economic growth but also strengthens the position of Garut's MSMEs in an increasingly competitive market.*

**Keywords:** *competitiveness, culinary, digitalization, Garut, MSMEs.*

**Abstrak.** Sektor kuliner merupakan salah satu bidang usaha yang memiliki pertumbuhan pesat dan berpotensi besar dalam mendorong daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang bisnis kuliner di Kabupaten Garut serta mengidentifikasi strategi yang dapat meningkatkan daya saing UMKM. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi kuliner khas Garut, seperti dodol, keripik, dan olahan makanan modern, memiliki peluang pasar yang luas baik di tingkat lokal maupun nasional. Selain itu, faktor inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, serta dukungan pemerintah daerah menjadi elemen penting dalam meningkatkan daya saing UMKM kuliner. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa optimalisasi peluang bisnis kuliner tidak hanya berdampak pada pertumbuhan ekonomi daerah, tetapi juga mampu memperkuat posisi UMKM Garut dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif.

**Kata kunci:** daya saing, digitalisasi, Garut, kuliner, UMKM.

### LATAR BELAKANG

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional, termasuk di daerah seperti Kabupaten Garut. Peran UMKM dalam menyediakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan memperkuat struktur ekonomi lokal sudah banyak diakui (Tambunan, 2021). Di antara berbagai sektor UMKM, kuliner menjadi salah satu bidang yang paling dinamis, karena memiliki keterkaitan erat dengan budaya, pariwisata, dan gaya hidup konsumen. Garut sebagai daerah yang dikenal dengan produk khas seperti dodol, keripik kulit, dan inovasi makanan modern, memiliki potensi besar dalam mengembangkan bisnis kuliner yang berdaya saing tinggi. Namun demikian, tantangan yang dihadapi UMKM kuliner di Garut tidak hanya berasal dari keterbatasan modal dan teknologi, tetapi juga dari meningkatnya persaingan pasar yang semakin kompetitif.

Secara teoretis, peluang bisnis didefinisikan sebagai situasi atau kondisi yang dapat dimanfaatkan untuk menciptakan nilai tambah melalui inovasi produk atau jasa (Drucker, 2014). Peluang ini seringkali muncul dari perubahan kebutuhan konsumen, perkembangan teknologi, atau tren pasar yang berkembang. Dalam konteks kuliner, peluang bisnis dapat tercermin dari meningkatnya permintaan konsumen terhadap makanan khas daerah, makanan sehat, dan produk dengan sentuhan inovasi modern. Hal ini sesuai dengan pandangan Zimmerer dan Scarborough (2018) yang menekankan bahwa kewirausahaan muncul ketika individu mampu mengenali peluang yang ada di sekitarnya dan mengubahnya menjadi usaha yang bernilai. Dengan demikian, pemetaan peluang bisnis kuliner di Garut merupakan langkah penting dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Daya saing sendiri dapat dipahami sebagai kemampuan suatu usaha dalam mempertahankan dan meningkatkan posisinya di pasar, baik melalui keunggulan biaya, diferensiasi produk, maupun inovasi (Porter, 2008). Bagi UMKM kuliner, daya saing tidak hanya berkaitan dengan kualitas produk, tetapi juga mencakup kemampuan untuk melakukan pemasaran digital, membangun merek, serta memanfaatkan jaringan distribusi yang lebih luas. Teori keunggulan bersaing Porter menegaskan bahwa strategi bisnis yang tepat akan memungkinkan UMKM untuk bertahan dan tumbuh di tengah persaingan yang ketat. Oleh karena itu, penelitian tentang peluang bisnis kuliner dalam kaitannya dengan daya saing UMKM di Garut menjadi relevan untuk dilakukan, terutama dalam era digitalisasi dan perubahan perilaku konsumen saat ini.

Selain teori keunggulan bersaing, pendekatan *resource-based view* (RBV) juga relevan dalam memahami daya saing UMKM kuliner. RBV menekankan bahwa keberhasilan suatu usaha sangat dipengaruhi oleh pemanfaatan sumber daya internal yang unik dan sulit ditiru, seperti keterampilan pengolahan makanan khas, resep turun-temurun, maupun kreativitas dalam inovasi produk (Barney, 1991). UMKM kuliner di Garut memiliki kekuatan dalam hal identitas budaya dan kearifan lokal yang bisa dijadikan basis untuk membangun diferensiasi produk. Namun, keunggulan ini perlu dikombinasikan dengan dukungan eksternal, seperti akses ke teknologi digital, pembiayaan, serta kebijakan pemerintah yang kondusif agar benar-benar mampu meningkatkan daya saing.

Di era digital, transformasi teknologi informasi turut menciptakan peluang baru bagi UMKM kuliner. Pemanfaatan platform digital dan media sosial terbukti efektif dalam memperluas pasar, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta memperkuat *brand awareness* (Kotler et al., 2021). Bagi UMKM kuliner di Garut, penggunaan *e-commerce* dan digital marketing menjadi instrumen penting dalam mengoptimalkan peluang bisnis. Hal ini selaras dengan hasil penelitian terbaru yang menunjukkan bahwa digitalisasi menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan UMKM dalam mengembangkan usaha dan meningkatkan daya saing di era global (Nugroho & Sudaryanto, 2022).

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peluang bisnis kuliner di Kabupaten Garut dan mengkaji bagaimana peluang tersebut dapat

dimanfaatkan untuk meningkatkan daya saing UMKM. Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi baik secara teoretis maupun praktis. Secara teoretis, penelitian ini memperkaya kajian tentang kewirausahaan, peluang bisnis, dan daya saing UMKM. Sementara secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi UMKM kuliner, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan strategi pengembangan bisnis kuliner yang berkelanjutan dan berdaya saing.

## **KAJIAN TEORITIS**

Peluang bisnis merupakan salah satu konsep utama dalam kajian kewirausahaan. Menurut Drucker (2014), peluang bisnis muncul ketika terdapat perbedaan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diinginkan oleh konsumen. Dalam konteks kuliner, peluang ini bisa berbentuk inovasi produk, tren makanan sehat, maupun meningkatnya permintaan terhadap kuliner khas daerah. Penelitian yang dilakukan oleh Hisrich et al. (2020) menunjukkan bahwa pengusaha yang mampu mengenali peluang pasar lebih cepat dibanding pesaing akan memiliki keunggulan kompetitif yang lebih kuat. Hal ini relevan bagi UMKM kuliner di Garut, di mana potensi produk tradisional yang khas dapat diposisikan sebagai identitas bisnis yang unik sekaligus menjadi kekuatan daya saing.

Selain peluang, daya saing UMKM juga banyak dikaji dalam literatur ekonomi dan manajemen. Porter (2008) dalam teori keunggulan bersaing menyatakan bahwa perusahaan dapat bertahan dalam kompetisi melalui tiga strategi utama: keunggulan biaya, diferensiasi, dan fokus. Bagi UMKM kuliner, strategi diferensiasi menjadi penting karena produk makanan sering kali memiliki nilai emosional dan kultural yang tidak hanya dinilai dari aspek harga. Penelitian oleh Tambunan (2021) menguatkan bahwa UMKM dengan kemampuan inovasi dan diferensiasi produk cenderung memiliki daya saing yang lebih baik di pasar lokal maupun nasional. Dengan demikian, memahami strategi daya saing melalui perspektif teori Porter menjadi penting untuk menganalisis posisi UMKM kuliner di Garut.

Perspektif *Resource-Based View* (RBV) juga memberikan dasar teoretis yang kuat dalam mengkaji daya saing UMKM kuliner. Barney (1991) menekankan bahwa sumber daya internal yang unik, berharga, sulit ditiru, dan sulit digantikan merupakan inti dari keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Dalam konteks kuliner Garut, resep tradisional, kearifan lokal, serta keterampilan pengolahan produk merupakan sumber daya unik yang menjadi modal bagi UMKM untuk menciptakan nilai tambah. Penelitian yang dilakukan oleh Grant (2019) juga mendukung pandangan ini dengan menegaskan bahwa keunggulan UMKM seringkali tidak berasal dari skala usaha, melainkan dari kekhasan sumber daya internal yang dimiliki.

Digitalisasi dan inovasi teknologi juga banyak dikaji dalam literatur terkait pengembangan UMKM. Menurut Kotler et al. (2021), transformasi digital telah mengubah pola konsumsi masyarakat dan membuka peluang baru bagi UMKM dalam memperluas pasar. Digital marketing, *e-commerce*, serta penggunaan media sosial terbukti mampu meningkatkan akses pasar dan memperkuat branding produk UMKM. Studi oleh Nugroho dan Sudaryanto (2022) di Indonesia menunjukkan bahwa UMKM

yang mengintegrasikan teknologi digital ke dalam strategi bisnis mereka memiliki daya saing lebih tinggi dibandingkan dengan UMKM yang masih konvensional. Oleh karena itu, literatur menegaskan bahwa digitalisasi merupakan salah satu faktor kunci dalam mendukung peluang bisnis kuliner saat ini.

Selain teori kewirausahaan dan inovasi, kajian literatur juga menekankan pentingnya dukungan eksternal seperti kebijakan pemerintah, akses pembiayaan, serta kolaborasi dengan pihak swasta. Menurut World Bank (2020), keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh faktor internal, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh ekosistem bisnis yang kondusif. Penelitian oleh Suryana (2019) menemukan bahwa program pemerintah dalam bentuk pelatihan, fasilitasi pemasaran, dan kemudahan akses modal mampu meningkatkan kapasitas daya saing UMKM. Dalam konteks Kabupaten Garut, dukungan pemerintah daerah dalam mempromosikan kuliner khas serta memfasilitasi UMKM untuk masuk ke *platform* digital menjadi aspek penting yang sesuai dengan temuan literatur.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai peluang bisnis kuliner dan strategi peningkatan daya saing UMKM di Kabupaten Garut. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali fenomena secara komprehensif, terutama terkait aspek sosial, budaya, dan ekonomi yang tidak dapat sepenuhnya dijelaskan dengan data kuantitatif. Menurut Creswell dan Poth (2018), penelitian kualitatif efektif dalam memahami perspektif pelaku usaha, pengalaman nyata, serta konteks lokal yang memengaruhi keberhasilan UMKM. Oleh karena itu, metode ini dianggap tepat untuk menganalisis kondisi aktual UMKM kuliner di lapangan.

Lokasi penelitian ditetapkan di Kabupaten Garut, yang dikenal sebagai salah satu daerah dengan potensi kuliner yang khas dan beragam. Subjek penelitian meliputi pelaku UMKM kuliner yang bergerak di berbagai segmen, seperti makanan tradisional, olahan modern, dan produk berbasis inovasi. Teknik penentuan informan dilakukan dengan purposive sampling, yaitu memilih responden yang dianggap paling mengetahui permasalahan penelitian, seperti pemilik UMKM, perwakilan pemerintah daerah, serta konsumen lokal. Dengan cara ini, data yang diperoleh dapat menggambarkan realitas peluang bisnis kuliner secara lebih akurat dan relevan.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu wawancara mendalam, observasi lapangan, dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali pengalaman, strategi, serta tantangan yang dihadapi pelaku UMKM kuliner. Observasi dilakukan dengan mengamati langsung aktivitas produksi, pemasaran, dan interaksi dengan konsumen, sedangkan studi dokumentasi dilakukan dengan menelaah laporan pemerintah, data statistik, serta publikasi akademik terkait UMKM kuliner di Garut. Penggunaan triangulasi sumber ini bertujuan untuk meningkatkan validitas dan reliabilitas data, sebagaimana ditegaskan oleh Moleong (2019) bahwa triangulasi merupakan teknik penting untuk memastikan keabsahan penelitian kualitatif.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis tematik, yakni mengidentifikasi pola, tema, dan kategori dari informasi yang diperoleh. Analisis ini dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana yang dikemukakan Miles, Huberman, dan Saldaña (2018). Dengan pendekatan ini, peneliti dapat menemukan pola-pola utama yang menjelaskan peluang bisnis kuliner serta faktor-faktor yang memengaruhi daya saing UMKM di Garut. Hasil analisis selanjutnya ditafsirkan dalam kerangka teori peluang bisnis, daya saing, serta digitalisasi, sehingga dapat menghasilkan rekomendasi strategis yang aplikatif bagi pengembangan UMKM kuliner di daerah tersebut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

UMKM kuliner di Kabupaten Garut menunjukkan perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan hasil observasi, terdapat peningkatan jumlah usaha baru yang bergerak di bidang kuliner, baik yang berbasis makanan tradisional maupun olahan modern. Fenomena ini menunjukkan bahwa sektor kuliner memiliki daya tarik yang tinggi bagi masyarakat Garut, baik sebagai peluang usaha maupun sebagai sektor yang mampu menyerap tenaga kerja. Pertumbuhan tersebut juga sejalan dengan tren konsumsi masyarakat yang semakin mengutamakan keunikan, cita rasa, dan identitas lokal.

Potensi kuliner khas Garut, seperti dodol, keripik kulit, bakso aci, dan olahan minuman tradisional, menjadi daya tarik utama yang membedakan UMKM kuliner di daerah ini dengan wilayah lain. Keunggulan produk-produk tersebut terletak pada kekhasan bahan baku lokal serta nilai budaya yang melekat di dalamnya. Produk ini tidak hanya diminati oleh masyarakat lokal, tetapi juga menjadi oleh-oleh favorit wisatawan yang datang ke Garut. Dengan demikian, kuliner khas Garut memiliki peluang besar untuk dipasarkan lebih luas di tingkat nasional maupun internasional.

Selain produk tradisional, perkembangan kuliner modern berbasis inovasi juga semakin menonjol. Banyak UMKM kuliner Garut yang berinovasi dengan menciptakan produk baru yang memadukan unsur lokal dengan tren global, seperti kopi khas Garut dengan varian kekinian, makanan cepat saji berbahan lokal, hingga dessert modern yang dikemas secara menarik. Inovasi ini menunjukkan bahwa pelaku usaha kuliner di Garut mampu membaca peluang pasar dan beradaptasi dengan selera konsumen, terutama generasi muda yang menjadi target utama pasar kuliner.

Hasil wawancara dengan beberapa pelaku UMKM menunjukkan bahwa inovasi produk menjadi salah satu strategi utama untuk meningkatkan daya saing. Pelaku usaha menyadari bahwa konsumen saat ini lebih kritis dalam memilih produk, sehingga kualitas, kemasan, dan pengalaman konsumen menjadi faktor yang sangat penting. Oleh karena itu, banyak UMKM yang mulai berinvestasi pada desain kemasan yang menarik, menjaga standar higienitas, serta memperkuat identitas merek agar memiliki nilai tambah di mata konsumen.

Digitalisasi menjadi salah satu faktor kunci dalam mendukung pertumbuhan UMKM kuliner Garut. Banyak pelaku usaha yang telah memanfaatkan media sosial,

platform e-commerce, dan layanan pesan antar online untuk memperluas pasar mereka. Dengan strategi digital marketing, UMKM dapat menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa dibatasi oleh wilayah geografis. Kondisi ini terbukti mampu meningkatkan volume penjualan sekaligus memperkuat brand awareness. Namun, masih terdapat kendala berupa keterbatasan literasi digital di kalangan pelaku UMKM, terutama bagi mereka yang berusia lebih tua.

Dukungan pemerintah daerah juga berperan penting dalam pengembangan UMKM kuliner di Garut. Program pelatihan kewirausahaan, fasilitasi perizinan usaha, hingga promosi produk lokal melalui festival kuliner telah membantu UMKM meningkatkan kapasitas mereka. Pemerintah daerah juga berupaya memfasilitasi akses permodalan melalui kerjasama dengan lembaga keuangan. Namun, masih terdapat tantangan berupa birokrasi yang cukup panjang serta keterbatasan anggaran dalam mendukung semua pelaku UMKM secara merata.

Selain faktor internal dan dukungan pemerintah, jaringan distribusi juga menjadi tantangan sekaligus peluang bagi UMKM kuliner di Garut. Banyak produk kuliner khas yang masih dipasarkan secara terbatas di wilayah lokal. Jika pelaku UMKM mampu memperluas distribusi melalui kerjasama dengan toko ritel modern, marketplace, atau platform logistik, maka jangkauan pasar akan semakin luas. Hal ini tidak hanya berdampak pada peningkatan penjualan, tetapi juga memperkuat posisi daya saing UMKM di pasar nasional.

Persaingan yang semakin ketat antar pelaku usaha kuliner menuntut adanya diferensiasi produk yang jelas. Beberapa UMKM berhasil bertahan dengan mengedepankan kualitas rasa dan konsistensi produk, sementara yang lain fokus pada harga yang kompetitif. Ada juga UMKM yang menonjolkan aspek cerita atau narasi budaya di balik produk mereka, sehingga memberikan nilai emosional yang lebih tinggi bagi konsumen. Pola-pola ini menunjukkan bahwa daya saing UMKM kuliner Garut sangat ditentukan oleh strategi diferensiasi yang tepat sesuai segmen pasar.

Dari analisis faktor internal dan eksternal, dapat disimpulkan bahwa UMKM kuliner di Garut memiliki kekuatan pada keunikan produk, inovasi, dan potensi pasar wisata, namun masih menghadapi kelemahan dalam hal permodalan, literasi digital, dan jaringan distribusi. Peluang besar dapat dimanfaatkan melalui tren digitalisasi, dukungan pemerintah, dan peningkatan pariwisata, sementara ancaman utama berasal dari kompetisi yang semakin ketat dan perubahan selera konsumen yang cepat. Dengan pemetaan ini, pelaku UMKM kuliner di Garut dapat menyusun strategi yang lebih terarah dalam meningkatkan daya saing.

Berdasarkan temuan penelitian, strategi yang dapat dilakukan oleh UMKM kuliner Garut meliputi penguatan inovasi produk, pemanfaatan teknologi digital, optimalisasi branding berbasis identitas lokal, serta memperluas jaringan distribusi. Dengan strategi yang terintegrasi, UMKM kuliner Garut tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang menjadi sektor unggulan yang mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.

Tabel 1.  
Analisis SWOT UMKM Kuliner Kabupaten Garut

<b>Faktor Internal / Eksternal</b>	<b>UMKM Kuliner Garut</b>
<b>Kekuatan (<i>Strengths</i>)</b>	Produk khas dan unik, berbasis budaya lokal; Inovasi produk meningkat; Potensi pasar wisata yang besar
<b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)</b>	Keterbatasan modal usaha; Literasi digital masih rendah; Jaringan distribusi terbatas
<b>Peluang (<i>Opportunities</i>)</b>	Perkembangan digital marketing; Dukungan pemerintah daerah; Tren konsumsi produk lokal dan sehat
<b>Ancaman (<i>Threats</i>)</b>	Persaingan yang ketat; Perubahan tren konsumen cepat; Produk tiruan dari luar daerah

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa sektor kuliner di Kabupaten Garut memiliki peluang bisnis yang sangat potensial dalam mendorong daya saing UMKM, baik melalui pemanfaatan produk khas lokal seperti dodol, keripik, dan olahan tradisional, maupun melalui inovasi produk kuliner modern yang sesuai dengan tren konsumen. Keunggulan utama UMKM kuliner Garut terletak pada kekayaan budaya dan identitas lokal yang mampu menjadi pembeda dengan daerah lain, namun tantangan masih terlihat dalam keterbatasan permodalan, literasi digital, serta jaringan distribusi yang belum optimal. Dukungan digitalisasi melalui pemanfaatan media sosial, *e-commerce*, dan layanan pesan antar terbukti menjadi faktor penting dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing, disertai dengan peran pemerintah daerah yang terus memberikan pelatihan, fasilitasi, serta promosi produk lokal. Oleh karena itu, strategi pengembangan UMKM kuliner di Garut sebaiknya diarahkan pada penguatan inovasi produk, peningkatan kapasitas literasi digital pelaku usaha, optimalisasi branding berbasis kearifan lokal, serta perluasan jaringan distribusi melalui kolaborasi dengan berbagai pihak. Dengan pendekatan tersebut, UMKM kuliner Garut tidak hanya mampu bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif, tetapi juga berpotensi menjadi motor penggerak utama pertumbuhan ekonomi daerah secara berkelanjutan.

## **DAFTAR REFERENSI**

- Alatas, V., Purnamasari, R., Wai-Poi, M., & Joyo, D. (2020). *Village fund, local governance, and rural development in Indonesia*. World Bank Policy Research Working Paper, 9613. [<https://doi.org/10.1596/1813-9450-9613>](<https://doi.org/10.1596/1813-9450-9613>)
- Aribowo, A. S., & Syamsul, M. (2021). Peran literasi digital dalam peningkatan daya saing UMKM di era industri 4.0. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(1), 45–57. [<https://doi.org/10.22219/jebis.v24i1.15164>](<https://doi.org/10.22219/jebis.v24i1.15164>)
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Kabupaten Garut dalam angka 2023*. BPS Kabupaten Garut.

- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2019). *Strategic management and competitive advantage: Concepts and cases (6th ed.)*. Pearson.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Dhewanto, W., Lantu, D. C., & Hermawan, P. (2018). *Manajemen inovasi untuk usaha kecil dan menengah*. Penerbit Andi.
- Kothari, C. R. (2014). *Research methodology: Methods and techniques (2nd rev. ed.)*. New Age International Publishers.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson.
- Moleong, L. J. (2019). *Qualitative research methodology (Revised Edition)*. Bandung, Indonesia: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, D. A., & Lubis, H. Z. (2022). Literasi keuangan dan perkembangan UMKM: Studi pada pelaku usaha mikro di Sumatera Utara. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 19(2), 120–135. [<https://doi.org/10.21002/jaki.2022.09>](<https://doi.org/10.21002/jaki.2022.09>)
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches (7th ed.)*. Pearson Education.
- Prasetyo, P. E., & Kistanti, N. R. (2020). The role of digital literacy in sustaining micro and small enterprises during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(6), 1237–1245.
- Saragih, H. S., & Siregar, S. (2021). Literasi digital dan inovasi bisnis UMKM: Tantangan dan peluang. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 23(3), 189–198. [<https://doi.org/10.9744/jmk.23.3.189-198>](<https://doi.org/10.9744/jmk.23.3.189-198>)
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2019). *Research methods for business: A skill-building approach (8th ed.)*. Wiley.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Kinerja dan isu-isu strategis*. Ghalia Indonesia.
- World Bank. (2020). *Micro, small, and medium enterprises (MSMEs) country indicators*. The World Bank Group.