

Hubungan Biaya, *Barriers to Entry* dan Preferensi Konsumen terhadap Produktivitas UMKM di Kota Padang

Suherdian Septa S, Wahyu Rahmadia R, Witri Rahayu, Cindy Clarisa, Zefriyenni
Zefriyenni

Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

*Corresponding author, e-mail: Suherdian.sarianja@gmail.com

ARTICLE INFO

Received 14 Februari 2025

Accepted 21 Maret 2025

Published 24 Maret 2025

Keywords: Costs, Barriers To Entry,
Consumer Preference, MSMEs
Productivity

DOI :

<http://dx.doi.org/10.24036/jmpe.v8i1.17141>

ABSTRACT

This study objectives to determine the effect of costs, barriers to entry and consumer preferences on the Productivity of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). The unit of analysis is Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Padang City. This study uses primary data obtained through questionnaires. The sampling technique uses quota sampling. A total of 100 questionnaires from MSMEs were returned as the final sample. The data were analyzed using multiple regression analysis conducted with SPSS software. The results showed that costs and consumer preference had a significant positive effect on productivity. While barriers to entry had a significant negative effect on productivity. MSMEs need to manage production costs more efficiently. Furthermore, MSMEs are advised to identify inefficient costs in operations and find ways to reduce them without sacrificing product quality.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2025 by author.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Kota Padang. UMKM tidak hanya berkontribusi pada penciptaan lapangan pekerjaan, tetapi juga sebagai penggerak utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah (Azhari et al., 2024). Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, banyak UMKM yang menghadapi berbagai tantangan yang dapat menghambat produktivitas dan pertumbuhannya. Beberapa tantangan tersebut antara lain terkait dengan pengelolaan biaya, hambatan dalam memasuki pasar (*barriers to entry*), dan pemahaman terhadap preferensi konsumen (Irsyad et al., 2024). UMKM sering dianggap sebagai tulang punggung ekonomi karena kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja,

peningkatan pendapatan masyarakat, dan pengurangan kemiskinan (Oktavani & Yulhendri, 2021). Namun, tantangan dalam meningkatkan produktivitas UMKM masih cukup besar, sehingga penelitian di bidang ini memiliki nilai strategis.

Biaya merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi kelangsungan dan perkembangan UMKM. Biaya yang tinggi atau tidak efisien dalam operasional dapat mengurangi profitabilitas dan menurunkan daya saing UMKM (Maryam et al., 2025). Pengelolaan biaya yang efektif dapat meningkatkan produktivitas dengan mengurangi pemborosan dan meningkatkan efisiensi produksi (Saskia & Yulhendri, 2020). Sebaliknya, biaya yang tidak terkelola dengan baik dapat menghambat kemampuan UMKM untuk berkembang dan bersaing, terutama di pasar yang semakin kompetitif.

Selain itu, *barriers to entry* atau hambatan untuk memasuki pasar juga merupakan faktor yang memengaruhi produktivitas UMKM (Allo et al., 2024). Banyak UMKM yang kesulitan untuk memasuki pasar karena berbagai kendala, seperti regulasi yang ketat, akses modal yang terbatas, atau kurangnya teknologi yang memadai. Hambatan-hambatan ini sering kali menghalangi UMKM untuk tumbuh dan bersaing dengan perusahaan besar, sehingga produktivitas UMKM cenderung terhambat. *Barriers to entry* berperan dalam menentukan seberapa cepat UMKM dapat beradaptasi dan berkembang dalam lingkungan pasar yang kompetitif. Banyak hambatan yang membuat UMKM kesulitan untuk memasuki pasar baru atau untuk meningkatkan kapasitas produksinya, seperti regulasi yang ketat, ketergantungan pada infrastruktur yang terbatas, atau penghalang dalam bentuk penguasaan pasar oleh perusahaan besar.

Di sisi lain, preferensi konsumen juga memainkan peran penting dalam menentukan arah produksi dan peningkatan produktivitas UMKM (Wati et al., 2024). Dengan memahami preferensi konsumen, UMKM dapat menyesuaikan produk atau layanan mereka agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Pemahaman yang baik tentang preferensi konsumen dapat membantu UMKM meningkatkan penjualan, mengurangi risiko kegagalan produk, serta mengoptimalkan sumber daya yang ada (Ghufron et al., 2024).

Dalam konteks ekonomi manajerial, biaya merupakan elemen penting yang memengaruhi produktivitas suatu perusahaan, termasuk dalam Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Amalia, 2018). Pengelolaan biaya yang efisien memungkinkan UMKM untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya yang terbatas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan produktivitas (Sriningsih & Mustamin, 2024). Di sisi lain, biaya yang tinggi atau tidak terkelola dengan baik dapat menghambat kemampuan UMKM untuk menghasilkan output maksimal dan bersaing di pasar. Oleh karena itu, memahami hubungan antara biaya dan produktivitas UMKM sangat penting untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja usaha mikro dan kecil di Indonesia, khususnya di Kota Padang.

Apabila UMKM dapat memahami dan memenuhi preferensi konsumen dengan tepat, maka mereka dapat meningkatkan volume penjualan, mengurangi pemborosan sumber daya, dan meningkatkan efisiensi operasional (Sahabuddin et al., 2023). Sebaliknya, ketidaksesuaian

antara produk yang ditawarkan dan preferensi konsumen dapat menyebabkan rendahnya permintaan dan produktivitas yang terhambat. Pemahaman terhadap preferensi konsumen memungkinkan UMKM untuk menyesuaikan produk atau layanan mereka agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Produk yang lebih disukai oleh konsumen cenderung memiliki permintaan yang lebih tinggi, yang memicu peningkatan volume produksi dan efisiensi dalam operasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif menjelaskan fenomena dengan mengumpulkan data numerik yang dianalisis menggunakan metode berbasis matematika (khususnya statistik) (Bell et al., 2018). Pendekatan kuantitatif digunakan ketika seseorang memulai dengan suatu teori (atau hipotesis) dan menguji konfirmasi atau diskonfirmasi hipotesis tersebut (Mohajan, 2020). Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan kuesioner. Responden penelitian ini adalah seluruh pemilik UMKM di Kota Padang. Informasi tentang UMKM diperoleh dari Pusat Biro Statistik Provinsi Sumatera Barat, Indonesia. Sebanyak 100 UMKM dipilih berdasarkan kuota sampling.

Variabel independen dalam penelitian ini yaitu biaya (X_1), *barriers to entry* (X_2) dan preferensi konsumen (X_3). Produktivitas UMKM (Y) sebagai variabel dependen. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang didasarkan pada lima dimensi untuk biaya: (1) biaya operasional, (2) biaya investasi, (3) biaya bahan baku, (4) biaya tenaga kerja dan (5) biaya pemasaran (Mattsson, 2019). *Barriers to entry* menggunakan enam dimensi: (1) biaya masuk, (2) regulasi dan perizinan, (3) akses ke sumber daya dan teknologi, (4) keunggulan dari pemain lama, (5) akses ke saluran distribusi dan (6) perlindungan merek dan paten (Fang, 2017). Preferensi konsumen menggunakan 7 dimensi: (1) preferensi terhadap kualitas produk, (2) preferensi terhadap harga, (3) preferensi terhadap merek, (4) preferensi terhadap manfaat produk, (5) preferensi terhadap kepraktisan, (6) preferensi terhadap desain dan (7) preferensi terhadap kemasan (Singh et al., 2017). Produktivitas UMKM menggunakan 7 indikator: (1) efisiensi operasional, (2) pengelolaan waktu, (3) peringkat output, (4) kinerja finansial, (5) kepuasan karyawan, (6) inovasi dalam proses produksi dan (7) kepuasan pelanggan (Bravo-Ortega et al., 2023).

Untuk menentukan tingkat persetujuan peserta terhadap pernyataan, skala Likert dengan lima jawaban yang terdiri dari 5) Sangat setuju, 4) Setuju, 3) Netral, 2) Tidak setuju, dan 1) Sangat tidak setuju digunakan pada bagian jawaban (Sugiyono, 2018). Data survei dianalisis menggunakan *software* SPSS.

Validitas instrumen diuji dengan Pearson Product Moment Correlation. Instrumen memiliki validitas tinggi jika nilai korelasi setiap indikator terhadap total korelasi lebih dari 0,30 atau nilai $r > 0,30$ (Groenland & Dana, 2019). Instrumen diuji reliabilitasnya dengan Cronbach's Alpha. Kriteria reliabilitas jika Cronbach's Alpha $> 0,6$ (Pandey & Pandey, 2021).

Analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi berganda. Analisis statistik deskriptif bertujuan untuk menggambarkan demografi responden, yaitu usia,

jenis kelamin, pendidikan, jabatan, dan gaji. Analisis regresi berganda digunakan untuk memprediksi nilai variabel berdasarkan nilai dua atau lebih variabel lainnya.

HASIL DAN DISKUSI

Responden penelitian ini memiliki karakteristik yang cukup berbeda. Keragaman dapat dilihat dari data pribadi responden meliputi jenis kelamin, pendidikan dan pendapatan. Mayoritas responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki (60,00%), berusia antara 41 sampai 45 tahun (37,00%), memiliki tingkat pendidikan sarjana (68,00%), dan memiliki pendapatan Rp 8.000.000 - 10.000.000 (31,00%).

Analisis linear berganda ditampilkan pada Tabel 3 dan Tabel 4 dibawah ini.

Tabel 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.580a	.570	.565	1.72851

a. Predictors: (Constant), Biaya_X1, Barriers_X2, Preferensi_X3

Sumber: Data primer diolah oleh penulis, 2025

Hasil pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa produktitas UMKM dipengaruhi oleh variabel biaya (X1), *barriers to entry* (X2) dan preferensi konsumen (X3) sebesar 56,5%. Sedangkan sisanya sebesar 44,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	11.728	2.632		5.852	.000
	Biaya_X1	.126	.049	.167	3.223	.024
	Barriers_X2	-.269	.054	-.359	-4.169	.000
	Preferensi_X3	.241	.094	.316	2.576	.000

a. Dependent Variable: Produktivitas_Y

Sumber: Data primer diolah oleh penulis, 2025

Hasil analisis regresi berganda disajikan dalam tabel 2, yang menunjukkan dukungan untuk semua hipotesis. Hipotesis 1 menyatakan bahwa biaya secara signifikan positif memengaruhi produktivitas UMKM, yang secara statistik signifikan pada prob. $0,024 < 0,05$ (t -statistik = 3.223). Signifikansi statistik hipotesis 1 menegaskan bahwa biaya berpengaruh signifikan positif terhadap produktivitas UMKM. Jadi, hipotesis 1 terkonfirmasi. Nilai rerata variabel Biaya (X1) yaitu 4,03 berada pada kategori tinggi. Artinya biaya yang dikeluarkan selama operasional UMKM berlangsung tinggi. Secara lebih mendalam, hasil ini menunjukkan bahwa semakin efisien pengelolaan biaya yang dilakukan oleh UMKM, semakin tinggi tingkat produktivitas yang dapat dicapai. Biaya yang dikeluarkan oleh UMKM mencakup berbagai aspek, seperti biaya produksi, biaya operasional, dan biaya pemasaran. Pengelolaan biaya yang

baik dan tepat dapat mengurangi pemborosan dan meningkatkan efisiensi, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada peningkatan produktivitas. Hasil yang signifikan ini juga mengindikasikan bahwa UMKM perlu mengelola biaya secara cermat. Pengeluaran yang tidak terkontrol atau pemborosan dalam biaya operasional dapat menghambat produktivitas dan bahkan merugikan keberlanjutan usaha (Van Wassenhove, 2019). Oleh karena itu, pengelolaan biaya yang efisien harus menjadi prioritas bagi para pelaku UMKM, dengan cara mengevaluasi dan mengidentifikasi biaya-biaya yang dapat dikurangi atau dioptimalkan. Dalam konteks ini, UMKM disarankan untuk lebih memperhatikan aspek efisiensi biaya dalam operasional mereka. Hal ini dapat dilakukan dengan mengadopsi teknologi yang membantu mengurangi biaya produksi, melakukan negosiasi dengan pemasok untuk mendapatkan harga yang lebih baik, atau menerapkan metode manajemen biaya yang lebih modern (Alamsyah et al., 2024). Semua langkah ini dapat berdampak langsung pada peningkatan produktivitas usaha, sesuai dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara biaya dan produktivitas UMKM.

Untuk menjawab Hipotesis 2, Hasil analisis regresi berganda juga disajikan dalam tabel 4, yang menunjukkan dukungan untuk semua hipotesis. Hipotesis 2 menyatakan bahwa *barriers to entry* secara signifikan negatif memengaruhi produktivitas UMKM, yang secara statistik signifikan pada prob. $0,000 < 0,05$ (t -statistik = -4.169). Signifikansi statistik hipotesis 2 menegaskan bahwa *barriers to entry* memperlemah produktivitas UMKM. Sehingga, hipotesis 2 terkonfirmasi. Nilai rerata *barriers to entry* yaitu 4,08 berada pada kategori tinggi. Artinya banyak halangan, regulasi dan rintangan selama operasional UMKM berlangsung. *Barriers to entry* merujuk pada faktor-faktor yang menyulitkan atau membatasi kemampuan UMKM untuk memasuki pasar atau berkembang lebih lanjut (Rahman et al., 2017). Hambatan ini bisa berupa tingginya biaya awal, regulasi yang ketat, kurangnya akses ke modal, atau dominasi pemain besar yang menguasai pasar. Hambatan-hambatan ini dapat memperlambat atau menghambat pertumbuhan UMKM, karena mereka tidak dapat bersaing secara efektif atau menghadapi kesulitan dalam mengakses peluang pasar (Roy et al., 2016). Dalam penelitian ini, pengaruh negatif yang signifikan dari *barriers to entry* terhadap produktivitas UMKM menunjukkan bahwa semakin besar hambatan yang dihadapi UMKM, semakin rendah tingkat produktivitas yang dapat dicapai. Misalnya, jika UMKM terhambat oleh regulasi yang membatasi atau biaya masuk yang tinggi, mereka mungkin tidak memiliki ruang untuk berinovasi atau memperluas kapasitas produksi mereka. Akibatnya, produktivitas usaha menjadi terhambat. Temuan ini menegaskan bahwa mengurangi hambatan masuk sangat penting bagi perkembangan UMKM.

Hipotesis 3 menyatakan bahwa preferensi konsumen secara signifikan memengaruhi produktivitas UMKM, yang secara statistik signifikan pada prob. $0,000 < 0,05$ (t -statistik = $2,256$). Signifikansi statistik hipotesis 3 menegaskan bahwa preferensi konsumen meningkatkan produktivitas UMKM. Jadi, hipotesis 3 diterima. Nilai rerata dari preferensi konsumen sebesar 4.12 berada pada kategori tinggi. Artinya konsumen cenderung memiliki selera yang tinggi dalam memilih produk UMKM. Preferensi konsumen mencerminkan kecenderungan atau keinginan konsumen dalam memilih produk atau jasa yang mereka konsumsi (Herawati & Fasa,

2022). Dalam konteks UMKM, pemahaman yang baik tentang preferensi konsumen dapat membantu usaha-usaha kecil dan menengah untuk lebih tepat dalam merancang produk, layanan, atau strategi pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar. Dengan kata lain, apabila UMKM dapat memenuhi atau bahkan melampaui preferensi konsumen, mereka dapat meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan, yang pada gilirannya berkontribusi pada peningkatan produktivitas (Fazira et al., 2024). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik UMKM dalam menyesuaikan produk dan layanannya dengan preferensi konsumen, semakin tinggi produktivitas yang dapat dicapai. Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM yang mampu mengenali tren pasar, berinovasi untuk memenuhi ekspektasi konsumen, dan memberikan pengalaman pelanggan yang lebih baik akan cenderung berkembang lebih pesat dan mampu meningkatkan produktivitas mereka. Selain itu, preferensi konsumen yang berubah-ubah juga menunjukkan pentingnya bagi UMKM untuk selalu responsif terhadap dinamika pasar dan kebutuhan konsumen. Dalam praktiknya, UMKM perlu melakukan riset pasar secara berkala untuk mengetahui tren dan pola perilaku konsumen yang terbaru, serta menyesuaikan strategi produk dan pemasaran mereka. Oleh karena itu, UMKM disarankan untuk lebih fokus pada segmentasi pasar dan pengembangan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen. Implementasi strategi pemasaran yang lebih terfokus dan berbasis data serta pengembangan produk yang lebih inovatif akan membantu UMKM untuk mempertahankan daya saing dan meningkatkan produktivitas secara berkelanjutan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa biaya dan preferensi konsumen berpengaruh positif signifikan terhadap produktivitas. Sedangkan hambatan masuk berpengaruh signifikan negatif terhadap produktivitas UMKM. Adapun keterbatasan penelitian dimana penelitian ini hanya dilakukan pada UMKM di Kota Padang, sehingga hasil penelitian mungkin tidak dapat digeneralisasi untuk daerah lain dengan karakteristik yang berbeda. Faktor lokalitas seperti budaya, infrastruktur, atau kebijakan pemerintah daerah yang bervariasi dapat mempengaruhi produktivitas UMKM. Selanjutnya, meskipun sampel yang digunakan sebanyak 100 kuesioner, jumlah tersebut mungkin belum mencakup seluruh variasi UMKM di Kota Padang. Pengambilan sampel yang lebih besar dan lebih beragam dapat memberikan gambaran yang lebih representatif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas UMKM. Penelitian ini memberikan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya agar dapat memperluas cakupan wilayah dan sampel yang lebih besar untuk memperoleh data yang lebih representatif. Hal ini akan memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai pengaruh biaya, hambatan masuk, dan preferensi konsumen terhadap produktivitas UMKM di berbagai daerah. Selanjutnya penelitian ini memberikan saran kepada pemerintah daerah dan lembaga pendukung UMKM perlu memberikan pelatihan yang lebih intensif mengenai pengelolaan biaya, termasuk cara mengidentifikasi dan mengurangi biaya operasional yang tidak efisien. Selain itu, dukungan dalam bentuk kebijakan yang mengurangi hambatan masuk juga dapat membantu UMKM untuk berkembang lebih cepat.

REFERENSI

- Abdelmageed, S. (2017). Competition Policies and Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Growth in Developing Countries: Incentives or Barriers? *Marmara İktisat Dergisi*, 1(1), 1–19.
- Alamsyah, A., Sulaeman, S., & Noor, I. (2024). Analisis Pengendalian Biaya Operasional dalam Meningkatkan Profitabilitass Perusahaan: Studi Kasus pada PT. Anugrah Maju Bersama Cemerlang Gambir DKI Jakarta. *AKUNTANSI* 45, 5(2), 444–454.
- Allo, E., Prijadi, R., & Chatib, C. (2024). Faktor Penentu Ketahanan Ekonomi UMKM Jakarta dalam Menembus Pasar Global. *Jurnal Keamanan Nasional*, 10(2), 235–262.
- Amalia, M. R. (2018). Analisis Pengaruh Pelatihan, Bantuan Modal, dan Cara Pengelolaan Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Permana: Jurnal Perpajakan, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(2), 248–256.
- Azhari, A., Kamaruddin, K., & Simahatie, M. (2024). Strategi Penciptaan Lapangan Kerja Pada Sektor Umkm Di Indonesia. *Ekonomika: Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 16(1), 19–25.
- Bell, E., Bryman, A., & Harley, B. (2018). *Business research methods*. Oxford university press.
- Bravo-Ortega, C., Egana-delSol, P., & Winkler-Sotomayor, N. (2023). Does the lack of resources matter in a dual economy: Decoding MSMEs productivity and growth. *Economic Analysis and Policy*, 80, 716–739.
- Fang, L. (2017). Entry barriers, competition, and technology adoption. *Economic Inquiry*, 55(2), 794–805.
- Fazira, N., Farhas, R. J., & Fithriyana, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Sistem Pembayaran, Dan Jasa Kurir Terhadap Keputusan Konsumen Pada Umkm Bidang Fashion Di Kabupaten Kampar. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 13(2), 226–237.
- Flock, D. K., & Havenstein, G. B. (2015). Demand Driven Productivity in the Egg Business: Combining Advances in Genetics, Health Control and Nutrition to Meet Changing Consumer Preferences. *Lohmann Information*, 49(1), 30–37.
- Ghufron, M. I., Warisa, U., Munawwaroh, F., & Aslamiyah, S. (2024). Transformasi Digital Melalui Penggunaan Google Profil Bisnis Dalam Pengembangan Produk Bisnis Pada Cafe Grassroot di Paiton Probolinggo. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(6), 2865–2880.
- Groenland, E., & Dana, L. (2019). *Qualitative Methodologies And Data Collection Methods: Toward Increased Rigour In Management Research* (Vol. 1). World Scientific.
- Herawati, T., & Fasa, M. I. (2022). Perilaku konsumen dalam berbelanja online dimasa pandemacik Covid-19. *Islamic Economics and Finance Journal*, 1(1), 13–25.
- Irsyad, F. R., Siregar, F. A., Marbun, J., & Hasyim, H. (2024). Menghadapi Era Baru: Strategi Perbankan Dalam Menghadapi Perubahan Pasar Dan Teknologi Di Indonesia. *Transformasi: Journal Of Economics And Business Management*, 3(2), 29–46.
- Kigozi, J., Jowett, S., Lewis, M., Barton, P., & Coast, J. (2016). Estimating productivity costs using the friction cost approach in practice: a systematic review. *The European Journal of Health Economics*, 17, 31–44.

- Maryam, M., Nengsih, R., Makmur, T., Susanti, S., Arsyad, A., & Rahmi, A. R. (2025). Meningkatkan Profitabilitas UMKM Pengrajin Gerabah dengan Efisiensi Keuangan dan Optimalisasi Produksi. *Jurnal Serambi Engineering*, 10(1).
- Mattsson, P. (2019). The impact of labour subsidies on total factor productivity and profit per employee. *Economic Analysis and Policy*, 62, 325–341.
- Mohajan, H. K. (2020). Quantitative research: A successful investigation in natural and social sciences. *Journal of Economic Development, Environment and People*, 9(4), 50–79.
- Oktavani, S., & Yulhendri, Y. (2021). Pengaruh Jumlah Unit Usaha, Investasi dan Output UMKM Terhadap Kemiskinan. *Jurnal Ecogen*, 4(3), 436–444.
- Pandey, P., & Pandey, M. M. (2021). *Research methodology tools and techniques*. Bridge Center.
- Rahman, M., Uddin, M., & Lodorfos, G. (2017). Barriers to enter in foreign markets: evidence from SMEs in emerging market. *International Marketing Review*, 34(1), 68–86.
- Roy, A., Sekhar, C., & Vyas, V. (2016). Barriers to internationalization: A study of small and medium enterprises in India. *Journal of International Entrepreneurship*, 14(4), 513–538.
- Sahabuddin, R., Anafani, S., Natalia, S., Unde, J. T., Putri, F. A., & Nurhaerat, P. (2023). Sistem Pengendalian Persediaan Bahan Baku Berdasarkan Metode Pesanan Ekonomi pada UMKM Es Alpukat Kocok. *Economics and Digital Business Review*, 4(2), 248–258.
- Saskia, D. H., & Yulhendri, Y. (2020). Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan terhadap Pengelolaan Keuangan pada Pelaku UMKM Binaan Rumah Kreatif BUMN. *Jurnal EcoGen*, 3(3), 365–374.
- Singh, N., Srivastava, S., & Sinha, N. (2017). Consumer preference and satisfaction of M-wallets: a study on North Indian consumers. *International Journal of Bank Marketing*, 35(6), 944–965.
- Sriningsih, E., & Mustamin, I. (2024). Faktor-faktor Penentu Keberhasilan Manajemen Keuangan pada UMKM. *JISMA: Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(3), 1363–1374.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Van Wassenhove, L. N. (2019). Sustainable innovation: Pushing the boundaries of traditional operations management. *Production and Operations Management*, 28(12), 2930–2945.
- Wati, D. L., Septianingsih, V., Khoeruddin, W., & Al-Qorni, Z. Q. (2024). Peranan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) dalam Meningkatkan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 265–282.