

FROM SURVIVAL TO GROWTH: ENTREPRENEURIAL JOURNEY PELAKU UMKM KULINER DI FOOD COURT ALUN-ALUN CIAMIS

Siti Nurafina Asri¹, Angga Gumilar², Dara Siti Nurjanah^{*3}

^{1,2,3} STISIP Bina Putera Banjar, Indonesia, 46321

Telp: 081323233254

E-mail: dara.nurjanah88@gmail.com

RIWAYAT ARTIKEL

Received: 2026-05-22

Revised: 2026-06-22

Accepted: 2026-08-29

KEYWORDS

Entrepreneurial Journey,
Food and Beverage SMEs,
Business Resilience, Business
Transformation

KATA KUNCI

Entrepreneurial Journey,
UMKM Kuliner, Resiliensi
Usaha, Transformasi Bisnis

ABSTRACT

This study examines the dynamics of the development of culinary SMEs as they face competition, shifts in consumer behavior, and the need to adapt their businesses in the digital age. These conditions drive business owners to both survive and thrive through an entrepreneurial journey. The study aims to analyze the entrepreneurial journey of culinary SME owners at the Alun-Alun Ciamis Food Court as they strive to ensure business sustainability and achieve business growth. The study employs a qualitative approach using a case study method, involving observation, in-depth interviews, and documentation. The findings reveal that the entrepreneurial journey of these SME operators is characterized by the ability to adapt to market changes, the utilization of digital media as a promotional tool, product and service innovation, and the ability to build relationships with consumers. Additionally, factors such as resilience, business experience, and survival strategies are crucial elements in driving business transformation from a survival mode toward growth. This study concludes that the entrepreneurial journey reflects the ability of SME operators to adapt, innovate, and foster business sustainability amidst a competitive business environment.

ABSTRAK

Penelitian ini berangkat dari dinamika perkembangan UMKM kuliner yang menghadapi persaingan, perubahan perilaku konsumen, dan tuntutan adaptasi bisnis di era digital. Kondisi tersebut mendorong pelaku usaha untuk bertahan sekaligus berkembang melalui proses entrepreneurial journey. Penelitian ini bertujuan menganalisis entrepreneurial journey pelaku UMKM kuliner di Food Court Alun-Alun Ciamis dalam mempertahankan keberlangsungan usaha hingga mencapai pertumbuhan usaha. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa entrepreneurial journey pelaku UMKM ditandai oleh kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar, pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi, inovasi produk dan pelayanan, serta kemampuan membangun relasi dengan konsumen. Selain itu, faktor resiliensi, pengalaman usaha, dan strategi bertahan menjadi elemen penting dalam mendorong transformasi usaha dari kondisi survival menuju growth. Penelitian ini menyimpulkan bahwa entrepreneurial journey merepresentasikan kemampuan pelaku

UMKM dalam beradaptasi, berinovasi, dan menciptakan keberlanjutan usaha di tengah lingkungan bisnis yang kompetitif.

1. Pendahuluan

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi nasional (Ahmad 2022; Harahap et al. 2025) karena memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Keberadaan UMKM tidak hanya menjadi penopang aktivitas ekonomi masyarakat, tetapi juga menjadi bagian penting dalam memperkuat ketahanan ekonomi daerah di tengah dinamika perubahan global. Di Indonesia, sektor UMKM terbukti mampu bertahan dalam berbagai kondisi krisis ekonomi (Ahmad et al. 2025; Nurhidayanti 2025), termasuk ketika terjadi perlambatan ekonomi dan perubahan pola konsumsi masyarakat. Salah satu sektor UMKM yang terus mengalami perkembangan signifikan adalah usaha kuliner, terutama pada kawasan pusat aktivitas publik yang memiliki intensitas interaksi ekonomi tinggi.

Perkembangan UMKM kuliner pada era digital (Fajrul and Saptyana 2025) menghadirkan peluang sekaligus tantangan yang semakin kompleks. Perubahan perilaku konsumen yang semakin adaptif terhadap teknologi (Dores et al. 2025; Setyowati, Fariza, and Nurlinawati 2026), meningkatnya persaingan usaha, serta perubahan pola pemasaran berbasis digital menuntut pelaku UMKM untuk memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi (Fajriah 2025; Krisna 2024; Meitiana, Kristinae, and Novan 2024; Nasution and Salsabila 2026). Pelaku usaha tidak lagi hanya dituntut mampu menjual produk, tetapi juga harus mampu membangun strategi pemasaran, menciptakan inovasi produk, menjaga kualitas pelayanan, serta memanfaatkan media digital untuk mempertahankan eksistensi usaha. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku UMKM menghadapi tekanan bisnis yang semakin kompetitif sehingga keberlangsungan usaha tidak hanya ditentukan oleh modal ekonomi, tetapi juga oleh kemampuan kewirausahaan pelaku usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

Dalam konteks tersebut, konsep *entrepreneurial journey* (Anggadwita and Indarti 2025; Chen 2024; Malodia et al. 2023; Repalli et al. 2024) menjadi relevan untuk memahami proses perjalanan kewirausahaan yang dialami pelaku UMKM. *Entrepreneurial journey* tidak hanya dimaknai sebagai perjalanan membangun usaha semata, tetapi

juga mencakup proses adaptasi, pengambilan keputusan, pembelajaran bisnis, inovasi, resiliensi, serta strategi bertahan dan berkembang dalam menghadapi berbagai tantangan usaha. Konsep ini memberikan pemahaman bahwa perkembangan usaha merupakan proses dinamis yang dipengaruhi oleh pengalaman individual pelaku usaha, lingkungan bisnis, serta kemampuan membaca peluang pasar. Oleh karena itu, *entrepreneurial journey* menjadi salah satu aspek penting dalam mengkaji keberhasilan maupun keberlangsungan UMKM di tengah perubahan ekonomi dan transformasi digital.

Food Court Alun-Alun Ciamis menjadi salah satu kawasan yang merepresentasikan dinamika perkembangan UMKM kuliner di tingkat lokal. Kawasan ini berkembang menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat yang diisi oleh berbagai pelaku usaha kuliner dengan karakteristik usaha yang beragam. Tingginya persaingan antar pelaku usaha di kawasan tersebut menuntut setiap pelaku UMKM untuk memiliki strategi yang mampu menarik dan mempertahankan konsumen. Selain itu, perubahan pola konsumsi masyarakat yang lebih selektif serta meningkatnya penggunaan media digital dalam aktivitas pemasaran turut memengaruhi pola pengelolaan usaha para pelaku UMKM kuliner di kawasan tersebut.

Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan bahwa sebagian pelaku UMKM kuliner di *Food Court* Alun-Alun Ciamis masih menghadapi berbagai permasalahan, seperti keterbatasan kemampuan adaptasi terhadap pemasaran digital, belum optimalnya inovasi produk dan pelayanan, fluktuasi pendapatan usaha, serta tingginya tingkat persaingan usaha sejenis. Di sisi lain, terdapat pelaku usaha yang mampu bertahan bahkan mengalami perkembangan usaha melalui strategi adaptasi tertentu, pemanfaatan media sosial, peningkatan kualitas pelayanan, serta kemampuan membangun hubungan dengan konsumen. Perbedaan kondisi tersebut menunjukkan bahwa setiap pelaku UMKM memiliki *entrepreneurial journey* yang berbeda dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya.

Penelitian mengenai UMKM kuliner selama ini lebih banyak berfokus pada aspek pemasaran digital, strategi peningkatan penjualan, dan pengembangan usaha berbasis teknologi. Sementara itu, penelitian yang secara khusus mengkaji *entrepreneurial*

journey pelaku UMKM kuliner, terutama dalam konteks pengalaman bertahan dan berkembang pada lingkungan bisnis lokal seperti *Food Court* Alun-Alun Ciamis, masih relatif terbatas. Padahal, kajian mengenai *entrepreneurial journey* penting untuk memahami bagaimana proses pengalaman kewirausahaan membentuk kemampuan adaptasi, inovasi, dan resiliensi pelaku usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang kompetitif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami secara lebih mendalam mengenai proses *entrepreneurial journey* pelaku UMKM kuliner dalam menghadapi berbagai tantangan usaha, mulai dari kondisi bertahan (*survival*) hingga mencapai pertumbuhan usaha. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian kewirausahaan, khususnya terkait *entrepreneurial journey* pada sektor UMKM kuliner, serta memberikan kontribusi praktis bagi pelaku usaha dan pemerintah daerah dalam merumuskan strategi pengembangan UMKM yang berkelanjutan. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana *entrepreneurial journey* pelaku UMKM kuliner di *Food Court* Alun-Alun Ciamis dalam mempertahankan keberlangsungan usaha hingga mencapai pertumbuhan usaha?”

2. Tinjauan Literatur

Kajian (Cheng et al. 2024; Fernandes et al. 2022; Krisna 2024; Meitiana et al. 2024; Nasution and Salsabila 2026; del Olmo-García et al. 2023) mengenai kewirausahaan (*entrepreneurship*) dan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) terus mengalami perkembangan seiring dengan meningkatnya dinamika lingkungan bisnis dan transformasi ekonomi digital. Dalam beberapa tahun terakhir, perhatian akademisi tidak hanya terfokus pada keberhasilan usaha dari aspek finansial, tetapi juga pada proses perjalanan kewirausahaan yang dialami pelaku usaha dalam membangun, mempertahankan, dan mengembangkan usahanya. Konsep *entrepreneurial journey* mulai menjadi perhatian penting karena mampu menjelaskan dinamika pengalaman pelaku usaha dalam menghadapi tantangan, mengambil keputusan, membangun inovasi, serta beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis. Perspektif ini memandang kewirausahaan sebagai suatu proses yang dinamis dan berkelanjutan, bukan sekadar hasil akhir berupa keuntungan atau pertumbuhan usaha. Penelitian mengenai UMKM kuliner banyak dilakukan karena sektor ini memiliki tingkat

pertumbuhan yang cukup tinggi dan menjadi salah satu sektor yang paling adaptif terhadap perubahan pola konsumsi masyarakat. Penelitian oleh (Gozali and Widjaja 2025; Patricia and Rodhiah 2024; Silvia, Reni, and Fivi 2026; VIDIANI 2024) menjelaskan bahwa orientasi kewirausahaan dan inovasi produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner. Penelitian (Amzul et al. 2024; Fadillah 2025; Gozali and Widjaja 2025; Nuratri and Sofiaty 2024; Putri, Ayuni, and Sanjaya 2025) menunjukkan bahwa keberanian mengambil risiko, kreativitas produk, dan kemampuan inovasi menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya saing usaha. Temuan ini memperlihatkan bahwa karakter kewirausahaan memiliki kontribusi terhadap keberhasilan bisnis UMKM. Akan tetapi, penelitian tersebut lebih berorientasi pada pengukuran hubungan antarvariabel menggunakan pendekatan kuantitatif sehingga belum menggambarkan proses perjalanan usaha yang dialami pelaku UMKM secara mendalam.

Selanjutnya, penelitian (Chandra and Hidayah 2024; Faidah 2025; Irwanto and Ie 2023; Sanjaya and Handoyo 2024) menemukan bahwa efikasi diri kewirausahaan, motivasi usaha, dan pemasaran digital memiliki pengaruh terhadap keberhasilan UMKM kuliner. Penelitian ini menegaskan bahwa kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan keberlangsungan usaha di era persaingan modern. Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola interaksi antara pelaku usaha dan konsumen sehingga pelaku UMKM dituntut untuk lebih adaptif dalam menjalankan strategi bisnis. Meskipun demikian, penelitian tersebut masih berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha dan belum mengkaji bagaimana proses adaptasi digital tersebut menjadi bagian dari perjalanan kewirausahaan pelaku usaha.

Penelitian (Adjie and Widjaja 2025; Ramadhani 2025; Rivaldi, Suhab, and Alwi 2025) menjelaskan bahwa inovasi pribadi, jaringan sosial, dan jiwa kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya dipengaruhi oleh kemampuan ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan membangun relasi sosial dan memperluas jaringan bisnis. Dalam konteks kewirausahaan modern, jaringan sosial menjadi modal penting bagi pelaku usaha dalam memperoleh informasi, memperluas pasar, serta membangun loyalitas konsumen. Namun

demikian, penelitian tersebut masih menitikberatkan pada aspek keberhasilan usaha dan belum mengeksplorasi pengalaman subjektif pelaku usaha dalam menghadapi tantangan usaha sehari-hari.

Selain itu, penelitian (Batara, Pundissing, and Uddu 2023; Fatimah and Fadhil 2022; Lestari et al. 2019; Sulaiman, Hartono, and Saptiani 2023; Verbyani and Handoyo 2021) menunjukkan bahwa orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap keunggulan bersaing UMKM kuliner. Penelitian tersebut memperlihatkan bahwa kemampuan memahami kebutuhan konsumen dan membaca peluang pasar menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha. Pelaku UMKM yang mampu memahami perubahan pasar cenderung lebih mudah bertahan dan berkembang di tengah persaingan usaha yang kompetitif. Akan tetapi, penelitian tersebut lebih banyak melihat aspek strategi bisnis dan belum menjelaskan bagaimana proses pengalaman kewirausahaan membentuk kemampuan adaptasi pelaku usaha dalam jangka panjang.

Kajian (Aldianto et al. 2021; Corrales-Estrada et al. 2021; Kotsios 2023; Saad et al. 2021; Saeed et al. 2023) mengenai ketahanan usaha (business resilience) juga menjadi salah satu fokus penting dalam penelitian UMKM. Penelitian pada Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah mengungkapkan bahwa kemampuan beradaptasi, keberanian mengambil risiko, inovasi, dan ketahanan usaha menjadi karakter utama dalam kepemimpinan kewirausahaan pada UMKM kuliner. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha yang memiliki resiliensi tinggi cenderung mampu mempertahankan usahanya meskipun menghadapi tekanan ekonomi maupun perubahan lingkungan bisnis. Temuan tersebut memperkuat pandangan bahwa perjalanan kewirausahaan tidak hanya berkaitan dengan pencapaian ekonomi, tetapi juga menyangkut kemampuan bertahan dan bangkit dari berbagai tantangan usaha.

Dalam perspektif teoritis, konsep entrepreneurial journey berkembang sebagai pendekatan yang menempatkan pengalaman individu pelaku usaha sebagai inti analisis kewirausahaan. Pendekatan ini melihat bahwa setiap pelaku usaha memiliki perjalanan yang berbeda dalam membangun dan mengembangkan usahanya. Proses tersebut dipengaruhi oleh pengalaman hidup, motivasi usaha, kemampuan adaptasi, relasi sosial, lingkungan bisnis, hingga kemampuan menghadapi kegagalan. Oleh karena itu, entrepreneurial journey tidak dapat dipahami hanya melalui indikator

kuantitatif, tetapi perlu dikaji secara mendalam melalui pengalaman dan narasi pelaku usaha. Pendekatan ini menjadi penting karena mampu memberikan pemahaman kontekstual mengenai dinamika kewirausahaan yang sering kali tidak terlihat dalam penelitian berbasis statistik.

Penelitian mengenai kewirausahaan dan UMKM telah banyak dilakukan, sebagian besar penelitian masih berorientasi pada pengaruh variabel tertentu terhadap keberhasilan usaha, seperti digital marketing, inovasi produk, orientasi kewirausahaan, dan kepuasan konsumen. Penelitian terdahulu cenderung menempatkan pelaku usaha sebagai objek pengukuran variabel, bukan sebagai subjek yang memiliki pengalaman dan proses perjalanan usaha yang dinamis. Akibatnya, aspek pengalaman bertahan, proses adaptasi, pembelajaran usaha, dan transformasi bisnis yang dialami pelaku UMKM belum banyak dieksplorasi secara mendalam, khususnya pada sektor UMKM kuliner di daerah.

Penelitian mengenai entrepreneurial journey pada UMKM kuliner di kawasan lokal seperti Food Court Alun-Alun Ciamis masih sangat terbatas. Padahal, kawasan tersebut memiliki karakteristik usaha yang unik karena menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat dengan tingkat persaingan usaha yang tinggi. Pelaku UMKM di kawasan tersebut menghadapi berbagai tantangan, mulai dari fluktuasi pendapatan, perubahan selera konsumen, keterbatasan modal, hingga tuntutan pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran usaha. Kondisi tersebut menciptakan dinamika perjalanan kewirausahaan yang menarik untuk dikaji lebih mendalam, terutama terkait bagaimana pelaku usaha mampu bertahan (survival) dan berkembang (growth) di tengah lingkungan bisnis yang kompetitif.

Berdasarkan uraian penelitian terdahulu tersebut, dapat dipahami bahwa masih terdapat celah penelitian (research gap) terkait kajian entrepreneurial journey pada pelaku UMKM kuliner. Penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha, sementara penelitian yang mengkaji proses perjalanan kewirausahaan secara mendalam masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi celah tersebut dengan menempatkan entrepreneurial journey sebagai fokus utama analisis. Penelitian ini tidak hanya melihat keberhasilan usaha dari aspek hasil akhir, tetapi juga menelaah proses pengalaman kewirausahaan pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan usaha, membangun resiliensi, melakukan adaptasi bisnis,

serta mentransformasikan usaha dari kondisi *survival* menuju *growth*.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki kontribusi teoritis dalam memperkaya kajian kewirausahaan, khususnya mengenai *entrepreneurial journey* pada sektor UMKM kuliner. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi praktis bagi pelaku UMKM dan pemerintah daerah dalam merumuskan strategi pengembangan usaha yang lebih adaptif, inovatif, dan berkelanjutan sesuai dengan dinamika lingkungan bisnis saat ini.

3. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif (Ardyan et al. 2023; Moleong 2016; Sari et al. 2022) dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam *entrepreneurial journey* pelaku UMKM kuliner di Food Court Alun-Alun Ciamis. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berupaya mengeksplorasi pengalaman, proses adaptasi, strategi bertahan, serta dinamika perjalanan kewirausahaan pelaku usaha dalam menghadapi perubahan lingkungan bisnis. Metode studi kasus digunakan untuk memperoleh pemahaman kontekstual mengenai fenomena kewirausahaan yang terjadi pada lingkungan usaha tertentu secara lebih komprehensif dan mendalam.

Lokasi penelitian dilaksanakan di kawasan Food Court Alun-Alun Ciamis yang menjadi salah satu pusat aktivitas UMKM kuliner di Kabupaten Ciamis. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive dengan pertimbangan bahwa kawasan tersebut memiliki tingkat persaingan usaha yang cukup tinggi serta menunjukkan dinamika perkembangan usaha kuliner yang beragam. Subjek penelitian terdiri atas pelaku UMKM kuliner yang aktif menjalankan usahanya di kawasan tersebut dan telah memiliki pengalaman usaha dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis. Informan penelitian ditentukan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu, seperti lama usaha, kemampuan bertahan usaha, serta keterlibatan dalam aktivitas pemasaran dan pengembangan usaha.

Teknik pengumpulan data (Nartin et al. 2024; Rukajat 2018) dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung aktivitas usaha, pola interaksi dengan konsumen, serta kondisi lingkungan bisnis di kawasan Food Court Alun-Alun Ciamis. Wawancara mendalam dilakukan kepada pelaku UMKM kuliner untuk memperoleh informasi mengenai pengalaman usaha, proses adaptasi bisnis, strategi bertahan, pemanfaatan media digital, inovasi

usaha, serta tantangan yang dihadapi dalam menjalankan usaha. Sementara itu, dokumentasi digunakan untuk melengkapi data penelitian berupa foto kegiatan usaha, data pendukung, serta dokumen lain yang relevan dengan fokus penelitian.

Analisis data dilakukan secara interaktif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan memfokuskan data yang relevan dengan *entrepreneurial journey* pelaku UMKM kuliner. Selanjutnya, data disajikan secara deskriptif untuk mempermudah pemahaman terhadap pola dan dinamika yang ditemukan di lapangan. Tahap akhir dilakukan melalui penarikan kesimpulan berdasarkan interpretasi data secara mendalam dan berkelanjutan selama proses penelitian berlangsung.

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi teknik. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari beberapa informan penelitian, sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik tersebut digunakan untuk meningkatkan validitas data sehingga hasil penelitian dapat menggambarkan kondisi empiris secara lebih objektif dan terpercaya. Penelitian ini difokuskan pada upaya memahami bagaimana pelaku UMKM kuliner menjalani proses *entrepreneurial journey* dari kondisi *survival* menuju *growth* dalam menghadapi lingkungan bisnis yang kompetitif dan dinamis.

4. Hasil

Food Court Alun-Alun Ciamis merupakan salah satu pusat aktivitas ekonomi masyarakat yang berkembang sebagai ruang usaha bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sektor kuliner di Kabupaten Ciamis. Kawasan ini tidak hanya menjadi tempat transaksi ekonomi, tetapi juga menjadi ruang kompetisi bisnis yang mempertemukan berbagai jenis usaha kuliner dengan karakteristik produk, strategi pemasaran, dan segmentasi konsumen yang beragam. Tingginya mobilitas masyarakat di kawasan Alun-Alun Ciamis menjadikan lokasi ini strategis bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan usaha sekaligus menghadapi persaingan yang semakin kompetitif.

Fase Survival

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM kuliner memulai usaha dalam kondisi ekonomi yang terbatas. Faktor ekonomi keluarga, kebutuhan memenuhi pendapatan harian,

serta minimnya lapangan pekerjaan menjadi alasan utama mereka memulai usaha kuliner. Pada tahap awal, fokus utama pelaku usaha adalah mempertahankan keberlangsungan usaha agar tetap berjalan di tengah keterbatasan modal dan persaingan pasar.

Pelaku UMKM menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya jumlah konsumen pada waktu tertentu, kenaikan harga bahan baku, serta persaingan antar pedagang yang menjual produk sejenis. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku usaha harus melakukan berbagai strategi bertahan, seperti menyesuaikan harga produk, mengurangi biaya operasional, serta menjaga hubungan baik dengan pelanggan. Selain tantangan ekonomi, pelaku UMKM juga menghadapi perubahan perilaku konsumen yang semakin selektif terhadap kualitas produk, kebersihan, dan pelayanan. Situasi ini mendorong pelaku usaha untuk mulai memperhatikan kualitas produk dan pengalaman konsumen sebagai bagian penting dalam mempertahankan usaha.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa fase survival menjadi fase paling krusial dalam entrepreneurial journey pelaku UMKM karena pada tahap ini pelaku usaha diuji dalam menghadapi tekanan bisnis dan ketidakpastian usaha. Kemampuan bertahan pada fase ini sangat dipengaruhi oleh motivasi pribadi, dukungan keluarga, pengalaman usaha, dan kemampuan mengelola risiko usaha. Sebagian besar pelaku usaha memulai bisnis dengan modal terbatas dan menghadapi berbagai tantangan, seperti fluktuasi pendapatan, perubahan selera konsumen, meningkatnya persaingan usaha, serta tuntutan adaptasi terhadap penggunaan teknologi digital dalam aktivitas pemasaran. Dalam konteks tersebut, entrepreneurial journey menjadi proses penting yang menggambarkan bagaimana pelaku UMKM membangun, mempertahankan, dan mengembangkan usaha mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perjalanan kewirausahaan pelaku UMKM kuliner tidak berlangsung secara linear, melainkan melalui proses yang dinamis dan penuh tantangan, mulai dari fase bertahan (survival), adaptasi usaha, penguatan strategi bisnis, hingga fase pertumbuhan usaha (growth).

Adaptasi Bisnis dan Transformasi Digital

Perubahan lingkungan bisnis dan perkembangan teknologi digital mendorong pelaku UMKM kuliner untuk melakukan adaptasi dalam strategi pemasaran dan pengelolaan usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial menjadi

salah satu sarana utama yang digunakan pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pemasaran dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Sebagian besar informan mulai memanfaatkan platform digital seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, dan layanan pesan antar online sebagai media promosi usaha. Pemanfaatan media digital dilakukan melalui unggahan foto produk, promosi harga, pemberian informasi lokasi usaha, hingga interaksi langsung dengan konsumen. Adaptasi digital tersebut memberikan dampak positif terhadap peningkatan visibilitas usaha dan memperluas jangkauan pasar.

Tidak semua pelaku UMKM memiliki kemampuan yang sama dalam memanfaatkan teknologi digital. Beberapa pelaku usaha masih menghadapi keterbatasan pengetahuan teknologi, keterbatasan akses promosi digital, serta rendahnya kemampuan membuat konten pemasaran yang menarik. Kondisi tersebut menyebabkan adanya perbedaan kemampuan adaptasi antar pelaku usaha. Dalam perspektif *entrepreneurial journey*, proses adaptasi digital menjadi bagian penting dari transformasi usaha. Pelaku UMKM yang mampu menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi cenderung lebih mudah mempertahankan eksistensi usaha dan meningkatkan daya saing bisnis di tengah perubahan perilaku konsumen.

Inovasi Produk dan Pelayanan sebagai Strategi Pertumbuhan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi menjadi salah satu strategi utama yang dilakukan pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan usaha. Inovasi tidak hanya dilakukan pada produk makanan dan minuman, tetapi juga pada aspek pelayanan, pengemasan produk, serta strategi pemasaran. Pelaku UMKM melakukan inovasi dengan menciptakan variasi menu baru, meningkatkan kualitas rasa, memperbaiki tampilan produk, serta menyesuaikan produk dengan selera konsumen. Selain itu, beberapa pelaku usaha juga mulai memperhatikan konsep pelayanan yang lebih ramah dan responsif untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Inovasi tersebut menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan usaha karena mampu menciptakan daya tarik tersendiri bagi konsumen. Pelaku usaha yang aktif melakukan inovasi cenderung memiliki pelanggan yang lebih stabil dibandingkan pelaku usaha yang mempertahankan pola usaha konvensional.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa inovasi tidak selalu memerlukan modal besar, tetapi lebih dipengaruhi oleh kreativitas, kemampuan membaca peluang pasar, serta keberanian mengambil

keputusan bisnis. Dalam *entrepreneurial journey*, inovasi menjadi bagian dari proses pembelajaran usaha yang terbentuk melalui pengalaman dan interaksi dengan lingkungan bisnis.

Resiliensi dan *entrepreneurial journey*

Penelitian ini menemukan bahwa resiliensi menjadi faktor penting yang menentukan kemampuan pelaku UMKM dalam bertahan dan berkembang. Resiliensi tercermin dari kemampuan pelaku usaha menghadapi kegagalan, tekanan ekonomi, penurunan penjualan, serta perubahan kondisi pasar. Sebagian besar informan mengungkapkan bahwa perjalanan usaha tidak selalu berjalan stabil. Pelaku usaha sering mengalami penurunan omzet, perubahan pola konsumsi masyarakat, hingga persaingan usaha yang semakin tinggi. Namun demikian, pengalaman tersebut justru menjadi proses pembelajaran yang membentuk kemampuan adaptasi dan ketahanan usaha.

Selain faktor pengalaman, dukungan keluarga dan relasi sosial juga menjadi elemen penting dalam membangun resiliensi usaha. Dukungan tersebut membantu pelaku UMKM mempertahankan motivasi usaha dan memberikan dorongan psikologis ketika menghadapi tekanan bisnis. Dalam konteks *entrepreneurial journey*, resiliensi menjadi fondasi utama yang memungkinkan pelaku usaha tetap bertahan di tengah ketidakpastian bisnis. Pelaku UMKM yang memiliki tingkat resiliensi tinggi cenderung lebih mampu melihat tantangan sebagai peluang untuk memperbaiki dan mengembangkan usaha.

Dari Survival Menuju Growth

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *entrepreneurial journey* pelaku UMKM kuliner di Food Court Alun-Alun Ciamis mengalami transformasi dari fase survival menuju growth. Transformasi tersebut tidak terjadi secara instan, tetapi melalui proses panjang yang dipengaruhi oleh pengalaman usaha, kemampuan adaptasi, inovasi, dan strategi bertahan. Pelaku UMKM yang berhasil mencapai fase growth umumnya memiliki beberapa karakteristik, seperti kemampuan membangun relasi dengan konsumen, konsistensi menjaga kualitas produk, keberanian melakukan inovasi, serta kemampuan memanfaatkan media digital dalam pemasaran usaha.

Pertumbuhan usaha juga terlihat dari meningkatnya jumlah pelanggan, stabilitas pendapatan, perluasan variasi produk, serta meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap

usaha yang dijalankan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan usaha tidak hanya ditentukan oleh faktor modal ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan kewirausahaan pelaku usaha dalam mengelola perubahan dan membaca peluang pasar. Temuan penelitian ini memperlihatkan bahwa *entrepreneurial journey* merupakan proses dinamis yang melibatkan pengalaman, pembelajaran, dan transformasi usaha secara berkelanjutan. Perjalanan kewirausahaan tidak hanya mencerminkan upaya memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga menggambarkan kemampuan pelaku usaha dalam membangun keberlanjutan usaha di tengah lingkungan bisnis yang kompetitif.

5. Diskusi

Penelitian menunjukkan bahwa *entrepreneurial journey* pelaku UMKM kuliner di Food Court Alun-Alun Ciamis berlangsung melalui proses yang dinamis, dimulai dari fase survival, proses adaptasi usaha, penguatan inovasi, hingga mencapai fase growth. Temuan ini memperlihatkan bahwa keberlangsungan usaha UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi semata, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam membangun strategi adaptasi, resiliensi, dan inovasi usaha secara berkelanjutan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *entrepreneurial journey* merupakan proses transformasi usaha yang terbentuk melalui pengalaman, pembelajaran, dan kemampuan menghadapi perubahan lingkungan bisnis.

Secara empirik, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Gozali and Widjaja 2025; Meitiana et al. 2024; Nasution and Salsabila 2026; Patricia and Rodhiah 2024; Silvia et al. 2026) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan dan inovasi produk memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner. Penelitian tersebut menegaskan bahwa kemampuan inovasi menjadi faktor penting dalam mempertahankan daya saing usaha. Dalam penelitian ini, inovasi produk dan pelayanan juga ditemukan sebagai strategi utama pelaku UMKM dalam mempertahankan loyalitas konsumen dan meningkatkan keberlanjutan usaha. Pelaku UMKM yang aktif melakukan inovasi cenderung lebih mampu menghadapi persaingan bisnis dibandingkan pelaku usaha yang mempertahankan pola usaha konvensional. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian (Cahyadi 2022; Chandra and Hidayah 2024; Faidah 2025; Irwanto and Ie 2023; Sanjaya and Handoyo 2024) bahwa pemasaran digital dan efikasi kewirausahaan

memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha kuliner. Penelitian ini memperlihatkan bahwa pemanfaatan media digital menjadi bagian penting dalam entrepreneurial journey pelaku UMKM. Adaptasi digital melalui penggunaan media sosial, promosi online, dan layanan pesan antar membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan interaksi dengan konsumen. Namun demikian, penelitian ini menemukan bahwa kemampuan adaptasi digital antar pelaku usaha masih berbeda-beda, tergantung pada pengalaman usaha, kemampuan teknologi, dan akses terhadap media digital.

Hasil penelitian juga memperkuat temuan penelitian (Adjie and Widjaja 2025; Husriah 2024; Ramadhani 2025; Rivaldi et al. 2025) menjelaskan bahwa jaringan sosial dan jiwa kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap keberhasilan usaha UMKM kuliner. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa relasi sosial dan kedekatan dengan konsumen menjadi modal penting dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Pelaku UMKM yang mampu membangun komunikasi baik dengan pelanggan cenderung memiliki loyalitas konsumen yang lebih stabil. Hal tersebut menunjukkan bahwa entrepreneurial journey tidak hanya dibentuk oleh kemampuan ekonomi dan inovasi, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan membangun hubungan sosial dalam aktivitas bisnis.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Agustina et al. 2025; Nisa, Alia, and Fitriani 2025; Rosmayati 2025; Widyaningsih and Rahmatika 2023) yang menyatakan bahwa orientasi pasar dan kemampuan membaca peluang usaha menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM yang mampu memahami perubahan perilaku konsumen lebih mudah melakukan penyesuaian strategi usaha. Kemampuan membaca kebutuhan pasar mendorong pelaku usaha untuk melakukan inovasi produk, meningkatkan kualitas pelayanan, dan memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran usaha. Di sisi lain, hasil penelitian ini juga menunjukkan adanya perbedaan dengan beberapa penelitian terdahulu yang cenderung melihat keberhasilan UMKM hanya dari aspek peningkatan penjualan dan pertumbuhan ekonomi usaha. Penelitian ini menemukan bahwa entrepreneurial journey tidak dapat dipahami hanya melalui indikator ekonomi, tetapi juga harus dilihat sebagai proses pengalaman kewirausahaan yang melibatkan aspek psikologis, sosial, dan adaptasi lingkungan bisnis. Pengalaman menghadapi kegagalan, tekanan usaha, dan ketidakpastian

ekonomi menjadi bagian penting dalam membentuk resiliensi usaha pelaku UMKM.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa resiliensi usaha menjadi faktor dominan dalam entrepreneurial journey pelaku UMKM kuliner. Temuan ini mendukung penelitian pada Diklus: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah yang menjelaskan bahwa kemampuan beradaptasi dan ketahanan usaha merupakan karakter penting dalam kepemimpinan kewirausahaan. Dalam penelitian ini, resiliensi tercermin dari kemampuan pelaku usaha menghadapi fluktuasi pendapatan, persaingan usaha, serta perubahan pola konsumsi masyarakat tanpa menghentikan aktivitas usahanya. Pengalaman usaha justru menjadi proses pembelajaran yang memperkuat kemampuan bertahan dan berkembang.

Entrepreneurial journey pelaku UMKM kuliner di Food Court Alun-Alun Ciamis menunjukkan bahwa proses pertumbuhan usaha tidak berlangsung secara instan, melainkan melalui tahapan bertahan, beradaptasi, dan berkembang secara bertahap. Fase survival menjadi tahap paling krusial karena pada fase tersebut pelaku usaha diuji dalam menghadapi tekanan ekonomi dan ketidakpastian bisnis. Pelaku usaha yang mampu bertahan pada fase ini cenderung memiliki motivasi usaha yang kuat, kemampuan membaca peluang pasar, dan keberanian mengambil keputusan bisnis.

Peneliti juga menganalisis bahwa transformasi dari survival menuju growth dipengaruhi oleh empat dimensi utama, yaitu dimensi ekonomi, adaptasi digital, inovasi usaha, dan resiliensi kewirausahaan. Keempat dimensi tersebut saling berkaitan dalam membentuk keberlanjutan usaha UMKM. Adaptasi digital dan inovasi usaha menjadi instrumen penting dalam meningkatkan daya saing bisnis, sedangkan resiliensi menjadi fondasi utama yang menjaga keberlangsungan usaha di tengah perubahan lingkungan bisnis yang dinamis.

6. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa *entrepreneurial journey* pelaku UMKM kuliner di Food Court Alun-Alun Ciamis merupakan proses dinamis yang berlangsung melalui tahapan *survival*, adaptasi usaha, inovasi bisnis, hingga mencapai *growth*. Pada tahap awal, pelaku UMKM menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, persaingan usaha yang tinggi, fluktuasi pendapatan, serta perubahan perilaku konsumen di era digital. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha untuk memiliki kemampuan bertahan dan beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis yang kompetitif. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa kemampuan adaptasi digital, inovasi produk dan pelayanan, serta penguatan relasi dengan konsumen menjadi faktor penting dalam mendukung keberlangsungan usaha UMKM kuliner. Pemanfaatan media sosial dan pemasaran digital membantu pelaku usaha memperluas pasar dan meningkatkan daya saing usaha. Selain itu, inovasi produk dan pelayanan menjadi strategi utama dalam mempertahankan loyalitas konsumen dan menciptakan nilai tambah usaha.

Penelitian ini juga menemukan bahwa resiliensi kewirausahaan menjadi elemen utama dalam entrepreneurial journey pelaku UMKM. Pengalaman menghadapi tekanan bisnis, kemampuan mengelola risiko usaha, serta dukungan keluarga dan lingkungan sosial membentuk ketahanan usaha pelaku UMKM dalam menghadapi berbagai tantangan bisnis. Resiliensi tersebut mendorong pelaku usaha untuk terus belajar, beradaptasi, dan mengembangkan strategi usaha secara berkelanjutan.

Entrepreneurial journey tidak hanya merepresentasikan perjalanan bisnis untuk memperoleh keuntungan ekonomi, tetapi juga mencerminkan proses pembelajaran, adaptasi, inovasi, dan pembentukan ketahanan usaha dalam mencapai keberlanjutan bisnis. Penelitian ini memperlihatkan bahwa keberhasilan UMKM kuliner tidak hanya dipengaruhi oleh aspek ekonomi, tetapi juga oleh kemampuan kewirausahaan pelaku usaha dalam merespons perubahan lingkungan bisnis secara adaptif dan inovatif.

7. Referensi

- Adjie, Cornelliun Kunta, and Oey Hannes Widjaja. 2025. "Jiwa Kewirausahaan, Inovasi, Dan Jaringan Sosial Faktor Keberhasilan UMKM Kuliner Di Kelapa Gading." *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 7(4):1187–95.
- Agustina, Sri Peby, Voni Defri Endri, Rani Tri Saputri, and Fera Zora. 2025. "Strategi Pengembangan UMKM Di Sektor Ekonomi Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing." *Innovative: Journal Of Social Science Research* 5(3):5123–35.
- Ahmad, Hagzar Salma, Sofie Ramadhani, Milwan Zuhri, and Ratna Sari Dewi. 2025. "Ketahanan UMKM Kuliner Dalam Menghadapi Krisis Ekonomi." *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan (JIMK)* 6(2):996–1004.
- Ahmad, Muhdhor. 2022. "Peran Strategis Lembaga Keuangan Syariah Bagi UMKM Dalam Mewujudkan Pembangunan Ekonomi." *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen* 1(4):120–29.
- Aldianto, Leo, Grisna Anggadwita, Anggraeni Permatasari, Isti Raafaldini Mirzanti, and Ian O. Williamson. 2021. "Toward a Business Resilience Framework for Startups." *Sustainability* 13(6):3132.
- Amzul, Teuku Alexander Azwani, Susanto Yogo Purnomo, Lisandari Gunawan, Ari Prihatni, Lolitandari Gunawan, and Hasrat Putera Damai Daeli. 2024. "Strategi Manajemen Inovasi Dalam Mempertahankan Daya Saing Di Pasar Global." *Jurnal Tadbir Peradaban* 4(3):475–82.
- Anggadwita, Grisna, and Nurul Indarti. 2025. "Thematic Analysis of Women Entrepreneurship in the Internationalization of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs)." *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies* 17(1):45–72.
- Ardyan, Elia, Yoseb Boari, Akhmad Akhmad, Leny Yuliyani, Hildawati Hildawati, Agusdiwana Suarni, Dito Anurogo, Erlin Ifadah, and Loso Judijanto. 2023. *Metode Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif: Pendekatan Metode Kualitatif Dan Kuantitatif Di Berbagai Bidang*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Batara, Mince, Rati Pundissing, and Linda Uddu. 2023. "Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Training Dan Kemampuan Manajemen Terhadap Keunggulan Bersaing." *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)* 16(1):139–54.
- Cahyadi, Willy. 2022. *Pengaruh Efikasi Diri Terhadap Keberhasilan*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Chandra, Laura Rebeca, and Nur Hidayah. 2024. "Efikasi Diri Berwirausaha, Motivasi Berwirausaha, Dan Pemasaran Digital Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner." *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 6(4):974–82.
- Chen, Yu-Heng. 2024. "The Innovative Entrepreneurial Marketing Journey and Sustainable Development of Southeast Asian Immigrants." *Sustainability* 16(7):2815.
- Cheng, Changming, Qiang Gao, Kexin Ju, and Yuting Ma. 2024. "How Digital Skills Affect Farmers' Agricultural Entrepreneurship? An Explanation from Factor Availability." *Journal of Innovation & Knowledge* 9(2):100477.
- Corrales-Estrada, Ana Maria, Loyda Lily Gómez-Santos, Cesar Augusto Bernal-Torres, and Jaime Eric Rodriguez-López. 2021. "Sustainability and Resilience Organizational

- Capabilities to Enhance Business Continuity Management: A Literature Review.” *Sustainability* 13(15):8196.
- Dores, Endri, Nazwa Sakhila, Silviana Dewi Lubis, Rosliana Nasution, and Tri Anaya Putri. 2025. “Digital Marketing Di Era Baru: Adaptasi Terhadap Perubahan Perilaku Konsumen Dan Teknologi.” *An-Najah: Journal of Islamic Economics* 1(01).
- Fadillah, Zikry Indra. 2025. “Strategi Inovasi Dan Transformasi Digital Dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Di Era Industri 4.0.” *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis* 3(01).
- Faidah, Anna Nur. 2025. “Pengaruh Efikasi Diri Dan Kompetensi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha (Studi Pada Usaha Mikro Kuliner Di Banjarmasin Selatan).” *Journal of Management and Business* 1(2 Mei):33–42.
- Fajriah, Yana. 2025. “Strategi Adaptasi Umkm Terhadap Perubahan Tren Konsumen Di Era Digita.” *JURNAL ECONOMINA* 4(1):1–8.
- Fajrul, Muh, and Riska Fita Sptyana. 2025. “Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM Kuliner Di Era Digital: Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Di Kota Semarang.” *MAMEN: Jurnal Manajemen* 4(2):143–57.
- Fatimah, Siska Ernawati, and Hana Rizky Fadhil. 2022. “Meningkatkan Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner.” *Jurnal Manajemen* 14(4):801–6.
- Fernandes, Cristina, João J. Ferreira, Pedro Mota Veiga, Sascha Kraus, and Marina Dabić. 2022. “Digital Entrepreneurship Platforms: Mapping the Field and Looking towards a Holistic Approach.” *Technology in Society* 70:101979.
- Gozali, Bradley Francis, and Oey Hannes Widjaja. 2025. “Pengaruh Inovasi Produk, Orientasi Kewirausahaan, Dan Dukungan Sosial Sebagai Prediktor Terhadap Keberhasilan UMKM Kuliner.” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 7(3):769–76.
- Harahap, Lokot Muda, Austin Beyn Beril Jahran Saragih, Rizky Ramadhan, Oscar Majeovan Surbakti, and Jonatan Gerald. 2025. “Peran UMKM Dalam Sistem Perekonomian Indonesia: Tantangan Dan Peluang Pasca Pandemi.” *Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi (JIMBE)* 3(1):78–85.
- Husriah, Husriah. 2024. “Pengembangan Jiwa Kewirausahaan/Enterpreneurship Di Kalangan Generasi Muda Pada Era Digitalisasi.” *Jurnal Abdimasa Pengabdian Masyarakat* 7(1):1–4.
- Irwanto, Anthony, and Mei Ie. 2023. “Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha Umkm F&b Di Jakarta Barat.” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 5(4):867–74.
- Kotsios, Panagiotis. 2023. “Business Resilience Skills for SMEs.” *Journal of Innovation and Entrepreneurship* 12(1):37.
- Krisna, Andy Endra. 2024. “Transformasi UMKM Melalui Industri Kreatif: Pendekatan Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan Inovasi.” *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen* 3(4):66–81.
- Lestari, Inda, Miguna Astuti, Hariyanto Ridwan, F. Ekonomi, and N. Veteran. 2019. “Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner.” *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4(1):111–18.
- Malodia, Suresh, Mahima Mishra, Monica Fait, Armando Papa, and Luca Dezi. 2023. “To Digit or to Head? Designing Digital Transformation Journey of SMEs among Digital Self-Efficacy and Professional Leadership.” *Journal of Business Research* 157:113547.
- Meitiana, Meitiana, Vivvy Kristinae, and Novan Novan. 2024. “Kinerja Bisnis UMKM: Peran Adaptasi Bisnis Dalam Memediasi Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk.” *Bahtera Inovasi* 8(1):52–61.
- Moleong, Lexy J. 2016. “Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi Revisi).”
- Nartin, S. E., S. E. Faturrahman, M. Ak, H. Asep Deni, C. Q. M. MM, Yuniawan Heru Santoso, S. SE, S. T. Paharuddin, I. Wayan Gede Suacana, and Etin Indrayani. 2024. *Metode Penelitian Kualitatif*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Nasution, Edwin Sugesti, and Hana Salsabila. 2026. “Literature Review: Pengaruh Inovasi Produk Dan Keunggulan Kompetitif Terhadap Kinerja Usaha Pada UMKM Fashion Di Indonesia.” *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara* 2(5):89–101.
- Nisa, Khairun, Nur Alia, and Wahida Fitriani. 2025. “Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Era Digital.” Pp. 250–58 in *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*. Vol. 4.
- Nuratri, Bangkit, and Evi Sofiati. 2024. “Strategi Inovasi Kewirausahaan Kreatif Untuk Meningkatkan Daya Saing Umkm Di Kelurahan Kebon Kangkung Kecamatan

- Kiaracodong Kota Bandung.” *Jurnal Tadbir Peradaban* 4(3):457–64.
- Nurhidayanti, Mimi. 2025. “Pengaruh UMKM Terhadap Stabilitas Ekonomi Di Tengah Krisis Global.” *Jurnal Manajemen Bisnis* 1(1):22–29.
- del Olmo-García, Francisco, Inmaculada Domínguez-Fabián, Fernando Javier Crecente-Romero, and María Teresa del Val-Núñez. 2023. “Determinant Factors for the Development of Rural Entrepreneurship.” *Technological Forecasting and Social Change* 191:122487.
- Patricia, Grace, and Rodhiah Rodhiah. 2024. “Orientasi Kewirausahaan, Manajemen Pengetahuan Terhadap Kinerja Inovasi Produk Dimediasi Oleh Inovasi Terbuka.” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 6(4):957–63.
- Putri, Calista, Intan Ayuni, and Vicky F. Sanjaya. 2025. “Inovasi Dan Kreativitas Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Melalui Penerapan Teknologi Digital Studi Kasus Bakso Favorite Sukrame.” *Jurnal Kajian Ilmu Dan Teknologi (JKIT)* 2(1):21–32.
- Ramadhani, Eka. 2025. “Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Kemandirian Pribadi Terhadap Keberhasilan Usaha UMKM Kuliner Di Kecamatan Pulo Bandring Kabupaten Asahan.”
- Repalli, Vinod, Syeda Zubaida Hashmi, M. Tamilselvan, and Surender Vaddepalli. 2024. “The Entrepreneur’s Journey: A Review of Common Challenges and Solutions.” Pp. 596–609 in *MENA Region Entrepreneurship Conference*. Springer.
- Rivaldi, Muh, Resky Faradibah Suhab, and Muhammad Alwi. 2025. “Pengaruh Jiwa Kewirausahaan Dan Kemandirian Pribadi Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner Di Desa Sidorejo.” *Jurnal E-Business Institut Teknologi Dan Bisnis Muhammadiyah Polewali Mandar* 5(1):11–19.
- Rosmayati, Irma. 2025. “Analisis Peluang Bisnis Kuliner Dalam Mendorong Daya Saing UMKM Di Kabupaten Garut.” *JURNAL ILMIAH NUSANTARA* 2(4):1255–62.
- Rukajat, Ajat. 2018. *Pendekatan Penelitian Kualitatif (Qualitative Research Approach)*. Deepublish.
- Saad, Muhammedamin Hussen, Geoffrey Hagelaar, Gerben Van Der Velde, and S. W. F. Omta. 2021. “Conceptualization of SMEs’ Business Resilience: A Systematic Literature Review.” *Cogent Business & Management* 8(1):1938347.
- Saeed, Saqib, Salha A. Altamimi, Norah A. Alkayyal, Ebtisam Alshehri, and Dina A. Alabbad. 2023. “Digital Transformation and Cybersecurity Challenges for Businesses Resilience: Issues and Recommendations.” *Sensors* 23(15):6666.
- Sanjaya, Steven, and Sarwo Edy Handoyo. 2024. “Pengaruh Efikasi Diri, Pengetahuan Kewirausahaan, Motivasi Kewirausahaan Terhadap Keberhasilan Usaha.” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 6(2):472–77.
- Sari, Ifit Novita, Lilla Puji Lestari, Dedy Wijaya Kusuma, Siti Mafulah, Diah Puji Nali Brata, Jauhara Dian Nurul Iffah, Asri Widiatsih, Edy Setiyo Utomo, Ifdlolul Maghfur, and Marinda Sari Sofiyana. 2022. *Metode Penelitian Kualitatif*. Unisma Press.
- Setyowati, Dian, Nava Naimatul Fariza, and Putri Nurlinawati. 2026. “Kontribusi Transformasi Digital Dan Perilaku Konsumen Dalam Mendorong Inovasi Model Bisnis Perusahaan Di Indonesia.” *Journal of Organizational Performance and Analysis* 2(1):184–93.
- Silvia, Safitri, Yuliviona Reni, and Anggraini Fivi. 2026. “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Mediasi Pada Umkm Kuliner Kemasan Di Kota Payakumbuh.”
- Sulaiman, Siti Bilqis, Hartono Hartono, and Fanny Saptiani. 2023. “Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM (Studi Pada Pelaku Usaha Kuliner Kecamatan Bandar Sribhawono, Kabupaten Lampung Timur).” *Jurnal Kompetitif Bisnis* 1(1):10.
- Verbyani, Virginia, and Sarwo Edy Handoyo. 2021. “Pengaruh Inovasi, Orientasi Kewirausahaan Dan Pasar Terhadap Keunggulan Bersaing UKM Kuliner.” *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 3(3):875–83.
- VIDIANI, E. K. A. 2024. “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Kuliner Di Ponorogo.”
- Widyaningsih, Bkti, and Arivatu Ni’mati Rahmatika. 2023. “Analisis Penerapan Entrepreneurial Skill Dan Kualitas Produk Pada Daya Saing Umkm Pesona Batik Jombang.” *Istismar* 6(2):63–71.



© 2026 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).