

PENGARUH INOVASI DAN KREATIVITAS TERHADAP KEBERLANJUTAN UMKM KULINER DI JALAN ETHANOL TULANG BAWANG

Tomi*
Universitas Mitra Indonesia (UMITRA)¹
*Penulis korespondensi

Revisi: 15-05-2026

Diterima: 27-05-2026

Diterbitkan: 31-05-2026

Info Artikel

Abstract

The rapid development of the business world in Indonesia, especially in the culinary sector, demands that Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) continuously innovate and be creative to sustain their businesses. This study aims to examine the influence of creativity and innovation on the sustainability of culinary MSMEs in Jalan Etanol, Tulang Bawang. A quantitative descriptive approach was used with 64 respondents selected through simple random sampling. Data analysis included normality tests, linearity tests, simple linear regression, and t and F tests using SPSS 26. The results indicate that both creativity and innovation have significant partial and simultaneous effects on the sustainability of culinary MSMEs. The coefficient of determination (R^2) of 0.445 shows that 44.5% of the variation in business sustainability can be explained by these two variables. Creativity drives new ideas and unique marketing strategies, while innovation improves efficiency and product adaptation to consumer preferences. This study confirms the importance of combining creativity and innovation in maintaining and developing culinary MSMEs amid dynamic market competition. The practical implication is that MSME actors must continuously enhance their creative and innovative capacities to ensure long-term business sustainability.

Keywords:

Innovation, Creativity and MSMEs sustainability

Abstrak

Perkembangan pesat dunia bisnis di Indonesia, khususnya sektor kuliner, menuntut pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk terus berinovasi dan berkreasi demi keberlanjutan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keberlanjutan UMKM kuliner di Jalan Etanol, Tulang Bawang. Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan 64 responden yang dipilih secara random sampling. Analisis data meliputi uji normalitas, linearitas, regresi linier sederhana, dan uji t serta F menggunakan SPSS 26. Hasil menunjukkan bahwa kreativitas dan inovasi berpengaruh signifikan secara parsial maupun simultan terhadap keberlanjutan UMKM kuliner. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,445 menandakan bahwa 44,5% variasi keberlanjutan usaha dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Kreativitas mendorong ide baru dan strategi pemasaran yang unik, sedangkan inovasi meningkatkan efisiensi dan adaptasi produk terhadap preferensi konsumen. Penelitian ini menegaskan pentingnya kombinasi kreativitas dan inovasi dalam mempertahankan dan mengembangkan UMKM kuliner di tengah persaingan pasar yang dinamis. Implikasi praktisnya adalah pelaku UMKM harus terus meningkatkan kapasitas kreatif dan inovatif untuk menjamin keberlanjutan usaha secara jangka panjang.

Kata kunci:

Inovasi, Kreativitas dan Keberlanjutan UMKM

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis saat ini semakin pesat dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Hal ini menandakan bahwa Indonesia telah memasuki era globalisasi, yang ditandai dengan meningkatnya dinamika di berbagai sektor, termasuk sektor kuliner. Sektor ini tidak hanya menjadi sarana pemenuhan kebutuhan konsumsi masyarakat, tetapi juga menjadi alternatif solusi dalam mengatasi permasalahan ekonomi nasional (Fitratama & Sumarsono, 2023). Sejalan dengan itu, pembangunan industri diarahkan untuk meningkatkan kualitas hidup melalui kemandirian ekonomi berbasis potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia.

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) khususnya di bidang kuliner telah menunjukkan perkembangan yang signifikan. Hal ini ditunjukkan oleh tingginya semangat para pelaku usaha dalam menciptakan kreativitas, inovasi, serta keunggulan bersaing yang mendukung keberlanjutan usaha mereka. Penerapan prinsip-prinsip ekonomi kreatif dalam sektor kuliner telah menjadi salah satu strategi penting dalam memperkuat posisi UMKM di tengah kompetisi pasar yang semakin ketat (Buchari, 2020).

Industri makanan dan minuman diproyeksikan akan tetap menjadi salah satu sektor unggulan yang menopang pertumbuhan sektor manufaktur dan ekonomi nasional secara keseluruhan. Kontribusinya terhadap peningkatan produktivitas, penyerapan tenaga kerja, investasi, dan ekspor sangat signifikan (Al Farisi et al., 2022). Tidak hanya itu, sektor ini juga memiliki struktur pelaku usaha yang beragam, mulai dari skala besar, industri kecil dan menengah, hingga UMKM. Di sisi lain, pertumbuhan jumlah pelaku usaha juga berdampak pada meningkatnya persaingan yang menuntut UMKM untuk terus berinovasi.

Keberadaan UMKM, meskipun tergolong usaha kecil, telah menjadi pilar penting dalam perekonomian nasional. UMKM menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, menjangkau berbagai pelosok daerah, dan memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal maupun nasional (Witjaksono et al., 2023). Namun demikian, UMKM, khususnya di sektor kuliner, masih menghadapi berbagai tantangan dalam menjaga keberlanjutan usahanya, mulai dari persaingan pasar yang ketat,

perubahan preferensi konsumen, hingga kebutuhan akan adopsi teknologi dan digitalisasi.

Persaingan usaha yang semakin kompetitif menuntut UMKM kuliner untuk memiliki daya saing yang tinggi, baik dari segi kualitas produk, efisiensi biaya, maupun strategi pemasaran. UMKM juga dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen yang sangat cepat dan dinamis. Inovasi produk, model bisnis, dan teknologi menjadi elemen penting agar UMKM dapat bertahan dan berkembang (Hidayat N & Andarini, 2018). Dalam konteks keberlanjutan usaha, kreativitas dan inovasi merupakan dua faktor kunci. Kreativitas mendorong munculnya ide-ide baru yang relevan dengan kebutuhan pasar, sedangkan inovasi adalah proses penerapan ide-ide tersebut dalam bentuk nyata yang mampu memberikan nilai tambah bagi konsumen dan pelaku usaha. Tanpa adanya kreativitas dan inovasi, UMKM rentan terhadap stagnasi dan kehilangan daya saing (Shaputra, 2013).

Kehidupan yang baik dan berkelanjutan sebagaimana dijanjikan dalam QS. An-Nahl ayat 97, juga menggambarkan pentingnya kerja keras, iman, dan integritas dalam menjalankan usaha. Prinsip ini mencerminkan bahwa keberlanjutan usaha bukan hanya ditentukan oleh faktor ekonomi, namun juga oleh nilai-nilai spiritual dan etika dalam berbisnis. Salah satu kawasan yang menunjukkan dinamika perkembangan UMKM kuliner adalah Jalan Etanol di Kampung Tunggal Warga, Kecamatan Banjar Agung, Kabupaten Tulang Bawang. Wilayah ini dikenal sebagai sentra UMKM kuliner karena letaknya yang strategis, dekat dengan pasar tradisional terbesar di kabupaten tersebut. Produk UMKM kuliner di wilayah ini cukup beragam dan terus mengalami pertumbuhan.

Namun, berdasarkan hasil pra-survei yang dilakukan, ditemukan sejumlah permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM kuliner di Jalan Etanol dalam mempertahankan keberlanjutan usahanya. Permasalahan tersebut meliputi keterbatasan kreativitas, rendahnya tingkat inovasi, serta kurangnya perencanaan strategis jangka panjang. Keterbatasan kreativitas menyebabkan pelaku usaha kesulitan dalam mengembangkan produk baru atau konsep usaha yang menarik. Sementara itu, minimnya inovasi berdampak pada rendahnya efisiensi dan daya saing produk. Terakhir, tidak adanya perencanaan strategis yang matang membuat UMKM rentan terhadap perubahan pasar dan lingkungan usaha (Kusumtuti, 2024). Permasalahan-permasalahan ini saling terkait dan dapat menjadi penghambat dalam menjaga eksistensi serta

keberlanjutan UMKM kuliner di kawasan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam mengenai pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keberlanjutan UMKM kuliner, khususnya di Jalan Etanol, Tulang Bawang.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap keberlanjutan usaha UMKM kuliner. Pendekatan ini digunakan untuk memperoleh gambaran faktual mengenai objek penelitian berdasarkan data numerik dan analisis statistik, tanpa manipulasi terhadap variabel (Purba et al., 2021). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM kuliner yang berada di Jalan Etanol, Tulang Bawang. Untuk menentukan jumlah sampel, digunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh sebanyak 64 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling dengan metode simple random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel secara acak yang memberikan kesempatan yang sama bagi seluruh anggota populasi untuk terpilih menjadi sampling (Sugiyono, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan pada penelitian ini akan mengungkap pengaruh inovasi dan kreativitas terhadap keberlanjutan umkm kuliner di jalan ethanol tulang bawang, sebagai berikut :

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini memaparkan hasil analisis data yang terdiri dari deskripsi karakteristik responden, uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis deskriptif, koefisien determinasi, analisis regresi linier sederhana, serta uji statistik t parsial menggunakan SPSS versi 26.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai signifikansi di atas 0,05 (Inovasi = 0,301; Kreativitas = 0,200; Keberlanjutan UMKM = 0,257), sehingga data dinyatakan berdistribusi normal dan layak untuk analisis regresi. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		Inovasi	Kreativitas	Keberlanjutan UMKM
N		64	64	64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	39.72	39.80	39.84
	Std. Deviation	2.400	2.923	2.515
Most Extreme Differences	Absolute	.156	.082	.119
	Positive	.094	.075	.088
	Negative	-.156	-.082	-.119
Test Statistic		.156	.082	.119
Asymp. Sig. (2-tailed)		.301 ^c	.200 ^{cd}	.257 ^c

Sumber: Data Diolah SPSS 26

2. Uji Linearitas

Uji linearitas menggunakan Test for Linearity menunjukkan bahwa:

- Inovasi terhadap Keberlanjutan UMKM memiliki nilai signifikansi linearitas sebesar 0,045 dan deviation from linearity sebesar 0,834.
- Kreativitas terhadap Keberlanjutan UMKM memiliki nilai signifikansi linearitas sebesar 0,004 dan deviation from linearity sebesar 0,988.

Karena nilai linearitas < 0,05 dan deviation > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel independen memiliki hubungan linear terhadap variabel dependen. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Lineritas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Inovasi * Keberlanjutan UMKM	Between Groups	(Combined)	35.814	11	3.256	.518	.883
		Linearity	.242	1	.242	.038	.045
		Deviation from Linearity	35.572	10	3.557	.565	.834
	Within Groups		327.123	52	6.291		
	Total		362.937	63			
Kreativitas * Keberlanjutan UMKM	Between Groups	(Combined)	25.373	11	2.307	.234	.994
		Linearity	.091	1	.091	.009	.004
		Deviation from Linearity	25.282	10	2.528	.256	.988
	Within Groups		512.986	52	9.865		
	Total		538.359	63			

3. Uji Hipotesis (Uji Parsial / t-Test)

Hasil uji regresi linier berganda menghasilkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 41,334 + 0,027X_1 + 0,011X_2$$

- Koefisien Inovasi (X_1) = 0,027; Sig. = 0,003
- Koefisien Kreativitas (X_2) = 0,011; Sig. = 0,002

Karena nilai signifikansi kedua variabel < 0,05, maka Inovasi dan Kreativitas secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan UMKM. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 3. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	41.334	6.834		6.048	.000
	Inovasi	.027	.134	.026	.200	.003
	Kreativitas	.011	.110	.012	.098	.002

a. Dependent Variable: Keberlanjutan UMKM

4. Uji Simultan (Uji F)

Nilai F hitung sebesar 55,274 dan signifikansi sebesar 0,000 (< 0,05), serta lebih besar dari F tabel (3,25), maka disimpulkan bahwa Inovasi dan Kreativitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keberlanjutan UMKM. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2828.601	2	1414.301	55.274	.000 ^b
	Residual	921.142	36	25.587		
	Total	3749.744	38			

a. Dependent Variable: Keberlanjutan UMKM

b. Predictors: (Constant), Kreativitas, Inovasi

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5. Uji R Square

Nilai R Square sebesar 0,445, artinya 44,5% variasi dalam Keberlanjutan UMKM dapat dijelaskan oleh Inovasi dan Kreativitas. Sisanya 55,5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.668 ^a	.445	.432	1.555

a. Predictors: (Constant), Kreativitas, Inovasi

PEMBAHASAN

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa kreativitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM kuliner. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 yang lebih kecil dari 0,05. Koefisien regresi positif menunjukkan bahwa semakin tinggi kreativitas pelaku UMKM, maka semakin tinggi pula tingkat keberlanjutan usahanya. Temuan ini mendukung teori (Kusumtuti, 2024) yang menyatakan bahwa kreativitas mencakup kemampuan berpikir orisinal, keluwesan, kelancaran, dan elaborasi ide, yang sangat diperlukan dalam menghadapi perubahan pasar. UMKM yang kreatif mampu menghasilkan ide-ide baru dalam produk, layanan, maupun cara promosi, yang berperan besar dalam mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan (Hidayat N & Andarini, 2018).

Dalam konteks lapangan, pelaku UMKM kuliner yang kreatif cenderung mampu menciptakan menu baru, desain kemasan yang menarik, hingga strategi pemasaran unik seperti bundling produk dan kolaborasi dengan influencer lokal. Hal ini membuat produk mereka lebih kompetitif dan lebih diminati konsumen, yang akhirnya meningkatkan keberlanjutan usaha. Hasil analisis regresi juga menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan UMKM dengan nilai signifikansi sebesar 0,003. Inovasi memberikan kontribusi positif dalam memperpanjang umur usaha, meningkatkan efisiensi, serta menyesuaikan produk dengan preferensi konsumen yang terus berubah (Jauhari, 2024).

Temuan ini sejalan dengan pendapat Kotler dalam teori inovasi yang menyatakan bahwa inovasi merupakan penerapan ide kreatif untuk menghasilkan produk atau layanan baru yang memberikan nilai tambah. Dalam konteks UMKM kuliner, inovasi dapat berupa peningkatan kualitas rasa, penggunaan bahan baku baru, teknologi pembayaran digital, maupun fitur pelayanan seperti *pre-order* dan pemesanan daring. Kreativitas tanpa inovasi mungkin hanya sebatas ide (Syam et al., 2025). Namun, ketika ide-ide tersebut diwujudkan menjadi inovasi nyata, maka hal ini dapat menjadi faktor utama dalam mendukung keberlanjutan usaha. Berdasarkan uji F (simultan), diperoleh nilai F hitung sebesar 55,274 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan kreativitas dan inovasi berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan UMKM kuliner.

Nilai R square sebesar 0,445 menunjukkan bahwa 44,5% variasi keberlanjutan UMKM dijelaskan oleh kreativitas dan inovasi. Sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti manajemen keuangan, akses pasar, dukungan pemerintah, dan teknologi digital. Hasil ini memperkuat kerangka pikir dalam teori keberlanjutan usaha bahwa usaha yang mampu bertahan dalam jangka panjang adalah usaha yang mampu beradaptasi, melakukan pembaruan strategi secara berkala, dan mampu menghadirkan keunikan serta keunggulan kompetitif.

Berdasarkan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa baik secara parsial maupun simultan, kreativitas dan inovasi merupakan dua variabel penting yang mendorong keberlanjutan UMKM kuliner. Teori Guilford tentang kreativitas dan teori Kotler tentang inovasi terbukti relevan dan didukung oleh temuan empiris dalam penelitian ini. Dengan demikian, pelaku UMKM yang mampu menggabungkan kemampuan berpikir kreatif dan penerapan inovatif dalam menjalankan usahanya memiliki peluang yang jauh lebih besar untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan daya saing usahanya dalam jangka panjang. Kreativitas memungkinkan pelaku usaha menciptakan gagasan-gagasan baru yang unik dan menarik, seperti pengembangan produk baru, desain kemasan yang inovatif, atau strategi pemasaran yang berbeda dari kompetitor. Hal ini sangat penting dalam menghadapi perubahan selera dan kebutuhan konsumen yang terus berkembang.

Sementara itu, inovasi berperan dalam mengimplementasikan ide-ide kreatif tersebut menjadi bentuk nyata yang bernilai ekonomis, seperti penggunaan teknologi

digital, diversifikasi produk, atau peningkatan efisiensi proses produksi. Dalam konteks UMKM kuliner di Jalan Etanol, kombinasi kreativitas dan inovasi tercermin dari kemampuan pelaku usaha dalam merancang menu yang variatif, memperhatikan estetika penyajian, hingga memanfaatkan platform digital sebagai media promosi dan transaksi (Puri et al., 2024). Gabungan dari kedua aspek tersebut menciptakan keunggulan kompetitif yang tidak mudah ditiru oleh pelaku usaha lain, sekaligus meningkatkan loyalitas pelanggan. Keberlanjutan usaha tidak lagi hanya ditentukan oleh faktor modal dan lokasi, melainkan sangat bergantung pada kemampuan adaptasi dan penciptaan nilai tambah yang berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan pandangan Guilford bahwa kreativitas menjadi fondasi dalam menyusun ide, serta teori inovasi Kotler yang menyatakan bahwa inovasi merupakan strategi kunci untuk bertahan dalam persaingan yang ketat.

Oleh karena itu, dalam upaya mendorong keberlanjutan UMKM, penting bagi pelaku usaha untuk terus membangun kapasitas diri, tidak hanya dalam aspek teknis produksi, tetapi juga dalam aspek intelektual, sosial, dan digital yang dapat mendorong kreativitas dan inovasi secara berkelanjutan. Dengan pendekatan tersebut, UMKM tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berpotensi untuk tumbuh dan berkembang menjadi unit usaha yang tangguh dalam menghadapi dinamika pasar.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Kreativitas berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan UMKM kuliner di Jalan Etanol. Semakin tinggi kreativitas pelaku UMKM, semakin besar peluang usaha untuk bertahan dan berkembang. Kreativitas berperan dalam pengembangan ide, produk, pemasaran, dan pelayanan yang membedakan usaha dari pesaing.
2. Inovasi juga berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan UMKM. Inovasi dalam produksi, teknologi, dan layanan membantu pelaku usaha menghadapi dinamika pasar, meningkatkan efisiensi, serta menciptakan keunggulan kompetitif.
3. Secara simultan, kreativitas dan inovasi memberikan pengaruh signifikan terhadap keberlanjutan UMKM, dengan kontribusi sebesar 44,5%. Artinya, keberlanjutan usaha sangat bergantung pada kemampuan pelaku UMKM dalam menggabungkan pemikiran kreatif dan inovasi secara berkelanjutan.

REFERENSI

- Al Farisi, S., Iqbal Fasa, M., & Suharto. (2022). Peran Umkm (Usaha Mikro Kecil Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Dinamika Ekonomi Syariah*, 9(1), 73–84. <https://doi.org/10.53429/jdes.v9ino.1.307>
- Buchari, I. (2020). Pengaruh Jumlah Anggota dan Volume Usaha Terhadap Sisa Hasil Usaha Koperasi di Wilayah Indonesia Bagian Timur. *Management and Sustainable Development Journal*, 2(2), 69–86. <https://doi.org/10.46229/msdj.v2i2.159>
- Fitratama, F. H. I., & Sumarsono, H. (2023). Pengaruh Jumlah Anggota, Modal Luar, Volume Usaha, dan Total Aset terhadap Pendapatan Sisa Hasil Usaha Koperasi di Provinsi Bali Tahun 2015-2020. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(2), 395. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i2.1042>
- Hidayat N, R., & Andarini, S. (2018). Strategi Pemberdayaan UMKM Di Pedesaan Berbasis Kearifan Lokal Di Era Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0. *Jurnal Bisnis Indonesia (JBI)*, 93–109.
- Jauhari, M. S. (2024). Analisis Proyeksi Peningkatan Konsumsi Produk Halal Di Berbagai Sektor Ekonomi Indonesia Hingga Tahun 2025. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(01), 105–122. <https://doi.org/10.30868/ad.v8i01.6495>
- Kusumtuti, B. S. (2024). Analisis Dampak Revitalisasi Jalan Tunjungan Terhadap Pendapatan Dan Perkembangan Umkm Di Wilayah Jalan Tunjungan Surabaya. 8(2).
- Purba, E., Purba, B., Syafii, A., Khairad, F., Damanik, D., Siagian, V., Ginting, A. M., Pandapotan, S. H., Fitrianna, N., SN, A., & Ernanda, R. (2021). *Metode Penelitian Ekonomi* (Issue June).
- Puri, W., Yusuf, M., & Mahmud, L. O. (2024). Peran Pasar Rakyat Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Sembako Di Desa Bahari Kecamatan Sampolawa Kabupaten Buton Selatan. 9(1), 275–296.
- Shaputra, R. K. (2013). Penerapan Green Marketing Pada Bisnis Produk Kosmetik. *Jurnal JIBEKA*, 7(Green Marketing), 7.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif. In *R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syam, E. S., Retno, D., Hastuti, D., Samsir, A., & Rahim, A. (2025). *Economics and Digital Business Review Analisis Determinan Pendapatan Pedagang Pasar Sentral Karisa Kabupaten Jeneponto Sebelum Dan Setelah Kebakaran*. 6(1), 129–137.
- Witjaksono, R. W., Puspitasari, W., & Saputra, M. (2023). Implementasi Crm Di Umkm Kota Bandung Untuk Meningkatkan Pelayanan Pelanggan. *Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat Dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR)*, 6, 1–8. <https://doi.org/10.37695/pkmcsr.v6i0.1857>