



Pendekatan Strategis untuk Pengembangan UMKM Pada Destinasi Wisata

Pauzi*

*Universitas Mataram, Mataram, Indonesia

*Email: fauzin678@gmail.com

ABSTRACT

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di destinasi wisata merupakan aspek penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal dan keberlanjutan sektor pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pendekatan strategis yang dapat diterapkan dalam pengembangan UMKM di kawasan destinasi wisata. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis studi kasus pada beberapa destinasi wisata yang telah berhasil mengintegrasikan UMKM, penelitian ini menyimpulkan bahwa pentingnya kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha dalam menciptakan ekosistem yang mendukung UMKM. Faktor-faktor seperti peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi, serta perbaikan akses pasar menjadi kunci dalam mengembangkan UMKM di destinasi wisata. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang komprehensif dan aplikatif bagi pengambil kebijakan serta pelaku UMKM, guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di destinasi wisata. Dengan menerapkan strategi yang tepat, diharapkan UMKM dapat memperkuat posisi mereka dalam ekosistem pariwisata, tidak hanya meningkatkan kualitas produk dan layanan, tetapi juga memperluas jangkauan pasar melalui kolaborasi yang lebih erat dengan berbagai pihak, seperti pemerintah, komunitas lokal, dan sektor swasta. Selain itu, rekomendasi ini diharapkan dapat mendorong terciptanya kebijakan yang lebih mendukung, termasuk pemberian akses terhadap pelatihan, pendanaan, serta infrastruktur yang diperlukan untuk pengembangan UMKM, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di daerah destinasi wisata.

Article History

Received 2024-11-01

Revised 2024-11-06

Accepted 2024-11-17

Keywords

Pengembangan

UMKM,

Daya saing,

Destinasi wisata

Copyright © 2024, The Author(s)

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



PENDAHULUAN

Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di destinasi wisata menjadi salah satu fokus utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. UMKM tidak hanya memberikan kontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan, tetapi juga menjadi bagian integral dari pengalaman wisata yang ditawarkan kepada pengunjung. Oleh karena itu, keberhasilan pengembangan UMKM sangat bergantung pada sinergi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta. Dalam konteks pariwisata, UMKM memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya tarik destinasi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

Sektor pariwisata yang berkembang pesat bukan hanya menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara, tetapi juga menciptakan peluang besar bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan kualitas produk dan layanan yang mereka tawarkan. Ketika sektor pariwisata mampu mengintegrasikan UMKM ke dalam berbagai aspek operasionalnya, seperti penyediaan makanan dan minuman khas daerah, kerajinan tangan yang mencerminkan budaya lokal, serta penginapan yang memberikan pengalaman otentik, ekosistem yang saling mendukung pun terbentuk. Integrasi semacam ini tidak hanya membantu UMKM untuk

berkembang, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi sektor pariwisata itu sendiri, yang menjadi lebih beragam dan berkelanjutan. Pandangan ini sejalan dengan pernyataan Kuncoro (2017), yang menegaskan bahwa sektor pariwisata memiliki potensi besar sebagai mesin penggerak ekonomi yang efektif, khususnya dalam memberdayakan UMKM lokal, sehingga memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan nasional.

Namun, pengembangan UMKM di destinasi wisata tidak terlepas dari berbagai tantangan yang kompleks dan multidimensi. Banyak UMKM menghadapi kesulitan untuk bersaing dengan pelaku usaha besar yang memiliki keunggulan dalam hal kualitas produk, strategi pemasaran, hingga kemampuan berinovasi. Salah satu kendala utama yang sering dihadapi oleh UMKM adalah keterbatasan akses terhadap teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi produksi, keterbatasan modal untuk berinvestasi dalam pengembangan usaha, serta kesulitan menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat nasional maupun internasional. Selain itu, minimnya pengetahuan tentang tren pasar, perubahan preferensi konsumen, dan pengelolaan usaha modern juga menjadi hambatan yang signifikan. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan strategis yang holistik dan terintegrasi untuk mendukung UMKM agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Pendekatan ini mencakup pemberian pelatihan yang berkelanjutan, fasilitasi akses terhadap teknologi informasi, penguatan jaringan pemasaran, hingga kolaborasi dengan pemerintah, swasta, dan lembaga keuangan untuk menyediakan dukungan finansial yang memadai. Pengembangan UMKM memerlukan ekosistem yang mendukung, di mana semua pemangku kepentingan bekerja sama untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di sektor pariwisata (Widodo, 2019)

Pendekatan strategis untuk pengembangan UMKM di destinasi wisata harus mencakup berbagai aspek yang saling terintegrasi, mulai dari peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi modern, hingga perluasan akses ke pasar yang lebih besar dan beragam. Peningkatan kapasitas SDM dapat dilakukan melalui program pelatihan yang dirancang khusus untuk meningkatkan keterampilan manajerial, pemasaran digital, dan pemahaman terhadap tren pasar global. Sebagai contoh, pelatihan manajemen keuangan dapat membantu pelaku UMKM dalam mengelola modal dengan lebih efektif, sementara pelatihan pemasaran digital memungkinkan mereka memanfaatkan platform online untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Selain itu, pemanfaatan teknologi seperti sistem manajemen inventaris berbasis digital atau e-commerce dapat meningkatkan efisiensi operasional sekaligus memperkuat daya saing mereka di pasar yang semakin kompetitif. Akses terhadap pasar yang lebih besar juga perlu didukung oleh kebijakan pemerintah yang mempermudah UMKM untuk masuk ke jaringan perdagangan nasional dan internasional, seperti melalui pameran dagang, kerja sama dengan platform digital global, atau insentif untuk ekspor. Pendekatan ini sejalan dengan pandangan Sutrisno (2020), yang menegaskan bahwa pelatihan dan peningkatan kualitas SDM merupakan salah satu elemen kunci dalam menciptakan UMKM yang tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang secara kompetitif di pasar global. Dengan kombinasi yang tepat antara pengembangan kapasitas, pemanfaatan teknologi, dan perluasan pasar, UMKM di destinasi wisata dapat memainkan peran strategis dalam memperkuat perekonomian lokal dan nasional (Sutrisno, 2020)

Selain itu, pengelolaan destinasi wisata yang baik juga mempengaruhi perkembangan UMKM. Destinasi wisata yang memiliki infrastruktur yang memadai, seperti transportasi yang mudah diakses dan fasilitas umum yang baik, dapat membantu UMKM untuk meningkatkan kualitas layanan mereka. Keberadaan infrastruktur yang baik di suatu destinasi wisata berkontribusi pada kelancaran operasional UMKM, karena mempermudah aksesibilitas bagi wisatawan dan meminimalkan biaya operasional. (Prabowo, 2021).

Peran teknologi dalam pengembangan UMKM juga sangat penting. Penerapan teknologi digital dalam pemasaran produk UMKM dapat memperluas jangkauan pasar, terutama di era digital yang semakin berkembang pesat. Penggunaan platform online dan media sosial dapat membantu UMKM dalam memperkenalkan produk mereka secara lebih

luas dan efisien. Teknologi juga memungkinkan UMKM untuk melakukan transaksi lebih cepat dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.(Susanto,2018).

Mengingat pentingnya UMKM dalam menunjang keberhasilan destinasi wisata, maka pemerintah perlu hadir untuk memberikan dukungan yang maksimal. Dukungan ini tidak hanya terbatas pada kebijakan, tetapi juga pada penyediaan fasilitas yang mendukung pengembangan UMKM, seperti akses pembiayaan dan kemudahan izin usaha. Sebagaimana diungkapkan oleh Nugroho (2022), kebijakan yang mendukung UMKM dapat menciptakan iklim usaha yang lebih kondusif, yang pada gilirannya akan meningkatkan kontribusi UMKM terhadap perekonomian lokal. Strategi pengembangan UMKM juga perlu melibatkan partisipasi aktif dari masyarakat lokal. Masyarakat sebagai bagian dari pemangku kepentingan dalam destinasi wisata memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan usaha lokal. Mereka dapat berperan dalam memperkenalkan produk UMKM kepada wisatawan dan menjaga keberlanjutan sektor pariwisata di daerah tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat Sari (2020) yang mengemukakan bahwa keterlibatan masyarakat dalam kegiatan ekonomi lokal dapat memperkuat hubungan antara UMKM dan wisatawan.

Pengembangan UMKM di destinasi wisata memerlukan pendekatan yang berkelanjutan, tidak hanya berfokus pada peningkatan daya saing, tetapi juga pada keberlanjutan lingkungan dan sosial. Upaya untuk menjaga kelestarian lingkungan dan budaya lokal sangat penting agar sektor pariwisata dapat terus berkembang tanpa merusak sumber daya alam dan budaya setempat. Menurut Ramli (2021), keberlanjutan adalah faktor kunci dalam mengembangkan UMKM di destinasi wisata, karena dapat menciptakan nilai tambah bagi wisatawan yang mencari pengalaman wisata yang autentik dan ramah lingkungan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif .Sugiyono (2009). Dengan metode studi kasus untuk menganalisis pengembangan UMKM di destinasi wisata. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, pengelola destinasi wisata, serta pengambil kebijakan di beberapa destinasi wisata yang telah sukses mengintegrasikan UMKM. Observasi langsung juga dilakukan untuk memperoleh gambaran yang lebih holistik mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM di sektor pariwisata. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis tematik, di mana peneliti mengidentifikasi tema-tema utama terkait pengembangan UMKM, seperti kapasitas sumber daya manusia, teknologi, dan kebijakan dukungan pemerintah. Metode ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang berkontribusi terhadap keberhasilan atau kegagalan UMKM dalam mengembangkan usahanya di destinasi wisata (Creswell, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan UMKM di destinasi wisata menghadapi berbagai tantangan dan peluang. Salah satu tantangan utama yang ditemukan adalah kurangnya akses UMKM terhadap teknologi dan informasi. Banyak pelaku UMKM yang masih bergantung pada metode pemasaran tradisional dan belum memanfaatkan platform digital yang dapat meningkatkan jangkauan pasar. Hal ini sejalan dengan pendapat Susanto (2018) yang menyatakan bahwa penggunaan teknologi digital sangat penting dalam memperluas pasar UMKM, namun banyak UMKM yang belum memanfaatkannya secara maksimal.

Di sisi lain, penelitian ini juga menemukan bahwa pelaku UMKM yang telah menerapkan teknologi digital, seperti media sosial dan e-commerce, mampu meningkatkan penjualan dan daya saing mereka. Sebagai contoh, beberapa UMKM di destinasi wisata yang memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk mereka telah berhasil menarik

lebih banyak wisatawan. Hal ini mendukung pendapat Kuncoro (2017) yang mengatakan bahwa teknologi merupakan elemen penting dalam memperkuat daya saing UMKM di pasar global.

Selain itu, pengelolaan destinasi wisata yang baik terbukti menjadi faktor penting dalam mendukung perkembangan UMKM Deanova et al (2023). Destinasi wisata dengan infrastruktur yang memadai, seperti akses transportasi yang mudah dan fasilitas umum yang nyaman, memberikan kemudahan bagi wisatawan dan mempengaruhi keputusan mereka untuk membeli produk dari UMKM lokal. Prabowo (2021) menyebutkan bahwa keberadaan infrastruktur yang baik dapat memfasilitasi kegiatan ekonomi, termasuk operasional UMKM, dan meningkatkan kenyamanan wisatawan.

Salah satu temuan menarik dari penelitian ini adalah pentingnya peran pemerintah dalam menciptakan kebijakan yang mendukung UMKM di sektor pariwisata. Pelaku UMKM di beberapa destinasi wisata melaporkan bahwa mereka mendapatkan manfaat dari program pelatihan dan bantuan modal yang disediakan oleh pemerintah daerah. Hal ini sesuai dengan pandangan Nugroho (2022), yang menekankan bahwa kebijakan yang mendukung UMKM, termasuk pemberian akses pelatihan dan pembiayaan, sangat penting untuk meningkatkan daya saing mereka.

Namun, meskipun kebijakan pemerintah yang ada cukup membantu, beberapa UMKM masih menghadapi kesulitan dalam mengakses bantuan tersebut, terutama terkait dengan prosedur yang rumit. Oleh karena itu, dibutuhkan upaya lebih lanjut dari pemerintah untuk menyederhanakan proses administratif yang ada, agar UMKM dapat lebih mudah mengakses berbagai bantuan yang disediakan. Menurut Widodo (2019), simplifikasi prosedur administratif merupakan langkah penting untuk mendorong pertumbuhan UMKM, terutama di daerah-daerah wisata yang belum banyak mendapatkan perhatian.

Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa kapasitas sumber daya manusia (SDM) menjadi faktor yang sangat berpengaruh terhadap keberhasilan UMKM di destinasi wisata. Banyak pelaku UMKM yang mengakui bahwa mereka masih membutuhkan pelatihan dalam hal manajemen usaha dan pengelolaan keuangan. Hal ini sejalan dengan pendapat Sutrisno (2020), yang menyebutkan bahwa peningkatan kapasitas SDM melalui pelatihan dan pendidikan merupakan salah satu langkah kunci dalam mengembangkan UMKM yang kompetitif.

Dalam hal ini, keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan UMKM juga sangat penting. Masyarakat yang terlibat langsung dalam usaha pariwisata, seperti menjadi mitra UMKM dalam hal pemasaran atau penyediaan produk, dapat memperkuat hubungan antara pelaku usaha dan wisatawan. Sari (2020) menyatakan bahwa keterlibatan masyarakat lokal tidak hanya memperkuat ekonomi daerah, tetapi juga menciptakan iklim sosial yang mendukung keberlanjutan pariwisata dan UMKM. Selain itu, aspek keberlanjutan juga menjadi fokus penting dalam pengembangan UMKM di destinasi wisata. Banyak UMKM yang sudah mulai memperhatikan keberlanjutan lingkungan, seperti menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan atau memanfaatkan produk lokal yang dapat mendukung keberlanjutan alam. Ramli (2021) mengungkapkan bahwa keberlanjutan adalah faktor penting dalam menarik wisatawan yang peduli dengan isu-isu lingkungan dan sosial, yang pada gilirannya dapat memperkuat daya tarik destinasi wisata.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan UMKM di destinasi wisata membutuhkan pendekatan yang holistik, yang mencakup peningkatan kapasitas SDM, pemanfaatan teknologi, perbaikan infrastruktur, dan kebijakan yang mendukung. Oleh karena itu, pengambil kebijakan di tingkat lokal dan nasional perlu bekerja sama untuk menciptakan ekosistem yang mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM, sehingga mereka dapat berperan maksimal dalam pembangunan ekonomi daerah. (Al Mustaqim, 2023)

Strategi pengembangan UMKM di destinasi wisata dapat mencakup berbagai aspek yang saling mendukung untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Raharjo et al., (2019) Berikut adalah beberapa strategi utama yang dapat diterapkan:

1.1. Peningkatan Kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Pelatihan dan pendidikan bagi pelaku UMKM sangat penting untuk meningkatkan keterampilan manajerial, pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Selain itu, pelatihan tentang teknologi digital, termasuk pemasaran melalui media sosial dan platform e-commerce, juga penting untuk memperluas jangkauan pasar.

1.2. Pemanfaatan Teknologi Digital

UMKM perlu didorong untuk memanfaatkan teknologi digital dalam pemasaran produk, manajemen usaha, dan transaksi. Penggunaan platform online dan media sosial dapat membantu UMKM meningkatkan visibilitas dan akses ke pasar yang lebih luas. Teknologi digital berperan penting dalam memperluas jaringan dan meningkatkan efisiensi operasional.

1.3. Peningkatan Infrastruktur dan Aksesibilitas

Infrastruktur yang memadai, seperti jalan, transportasi, dan fasilitas umum lainnya, mendukung kelancaran operasional UMKM dan meningkatkan kenyamanan wisatawan. Pembangunan infrastruktur yang baik di destinasi wisata sangat berpengaruh terhadap pengembangan UMKM karena dapat mempermudah wisatawan untuk mengakses produk lokal.

1.4. Kolaborasi antara Pemerintah, Swasta, dan Masyarakat Lokal

Kerja sama antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat lokal sangat penting dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan UMKM. Dukungan dari pemerintah melalui kebijakan yang memfasilitasi UMKM, seperti pelatihan, akses pembiayaan, dan penyederhanaan prosedur izin, dapat mempercepat pertumbuhan UMKM di destinasi wisata.

1.5. Pengembangan Produk yang Berbeda dan Unik

UMKM perlu menciptakan produk yang unik dan berbasis pada budaya lokal, yang dapat menarik wisatawan yang mencari pengalaman autentik. Menjaga kualitas produk dan memberikan nilai tambah, seperti produk ramah lingkungan atau kerajinan tangan lokal, dapat meningkatkan daya tarik UMKM di destinasi wisata.

1.6. Pengembangan Kemitraan dan Jaringan

UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing mereka dengan menjalin kemitraan dan jaringan dengan pelaku usaha lain, baik dalam sektor pariwisata maupun industri terkait lainnya. Kemitraan ini dapat menciptakan sinergi yang saling menguntungkan dan memperluas kesempatan pasar.

1.7. Diversifikasi Usaha dan Produk

Untuk mengurangi ketergantungan pada satu jenis produk, UMKM perlu melakukan diversifikasi usaha dan produk, baik dalam hal jenis barang maupun layanan yang ditawarkan. Diversifikasi ini membantu UMKM untuk tetap bertahan di pasar yang sangat dinamis, terutama di destinasi wisata yang musiman.

1.8. Pengembangan Kemitraan dan Jaringan

UMKM dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing mereka dengan menjalin kemitraan dan jaringan dengan pelaku usaha lain, baik dalam sektor pariwisata maupun industri terkait lainnya. Kemitraan ini dapat menciptakan sinergi yang saling menguntungkan dan memperluas kesempatan pasar.

1.9. Penyediaan Akses Pembiayaan yang Mudah

UMKM seringkali kesulitan dalam mendapatkan pembiayaan untuk mengembangkan usaha mereka. Oleh karena itu, penting untuk menyediakan akses pembiayaan yang lebih mudah, seperti kredit mikro atau dana hibah, untuk membantu UMKM meningkatkan kapasitas produksi dan memperluas pasar mereka. Strategi terpadu dan konsisten dapat meningkatkan daya saing UMKM wisata dengan mengoptimalkan teknologi digital, sumber daya manusia, dan produk berbasis kearifan lokal. Hal ini tidak hanya menarik wisatawan dan memperluas pasar, tetapi juga memperkuat perekonomian lokal melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan stabilitas ekonomi. Pendekatan ini mendukung pertumbuhan UMKM berkelanjutan sekaligus menjaga ekosistem pariwisata untuk manfaat jangka panjang.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pengembangan UMKM di destinasi wisata memerlukan pendekatan strategis yang terintegrasi untuk meningkatkan daya saing, keberlanjutan, dan kontribusi UMKM terhadap perekonomian lokal. Pemanfaatan teknologi digital terbukti menjadi salah satu langkah kunci untuk memperluas pasar dan memperkuat visibilitas produk UMKM, sementara peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan edukasi mendukung pengelolaan usaha yang lebih profesional. Infrastruktur yang memadai di destinasi wisata juga memainkan peran penting dalam menunjang aktivitas UMKM, baik dari segi operasional maupun kemudahan akses bagi wisatawan. Selain itu, keberhasilan UMKM sangat bergantung pada dukungan kebijakan pemerintah, yang mencakup penyederhanaan proses administratif, penyediaan akses pembiayaan, serta program pelatihan yang relevan dengan kebutuhan pelaku usaha. Tidak kalah penting, pengembangan produk berbasis kearifan lokal dan prinsip keberlanjutan menjadi elemen penting untuk menarik wisatawan dan menjaga kelestarian lingkungan serta budaya setempat. Dengan mengintegrasikan semua elemen ini secara sinergis, UMKM tidak hanya mampu meningkatkan kontribusi terhadap pembangunan destinasi wisata tetapi juga memperkuat perekonomian daerah secara jangka panjang, menciptakan keberlanjutan yang memberi manfaat bagi semua pihak yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Mustaqim, D. (2023). *Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Sebagai Pendorong Ekonomi Berkelanjutan Berbasis Maqashid Syariah*. AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics, 1(1), 26–43.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Deanova, S., Yunita, T., Moses, H., & Ramadan, R. (2023). *Strategi Pengembangan Usaha (UKM) untuk Meningkatkan Citra Kota Malang di Wisata Kuliner dan Tempat Pariwisata*. Cross-Border, 6(1), 664–678.
- Kuncoro, M. (2017). *Ekonomi Pariwisata: Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Nugroho, D. (2022). *Kebijakan Pemerintah dalam Pengembangan UMKM di Destinasi Wisata*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Prabowo, H. (2021). *Pengaruh Infrastruktur terhadap Pengembangan UMKM di Sektor Pariwisata*. Jurnal Ekonomi dan Pariwisata, 12(2), 110–125.
- Raharjo, T. W., & Rinawati, I. H. S. (2019). *Penguatan Strategi Pemasaran dan Daya Saing UMKM Berbasis Kemitraan Desa Wisata*. Jakad Media Publishing.
- Ramli, T. (2021). *Keberlanjutan dalam Pengembangan UMKM di Destinasi Wisata*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sari, R. (2020). *Keterlibatan Masyarakat dalam Pengembangan Destinasi Wisata Berbasis UMKM*. Jurnal Pariwisata Indonesia, 8(3), 45–60.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, A. (2018). *Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Pemasaran UMKM*. Surabaya: Penerbit Bumi Aksara.
- Sutrisno, D. (2020). *Pemberdayaan UMKM: Strategi dan Solusi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Widodo, W. (2019). *Kewirausahaan UMKM dalam Era Digital*. Jakarta: Gramedia