

Analisis Naratif Penerapan Pengambilan Keputusan Finansial pada UMKM (Kopi Limantan)

Meilina Widya Dali^{a*}, Rafianda Dyah Pricilia Panigoro^b, Nur Ain Antule^c, Brigitha Aurelia Lolong^d, Afrilyansyah Zumria Mohamad^e, Celsi Olifia M. Zakaria^f, Nurul Pratiwi Bumulo^g, Diah Ayu Lestari^h, Nur Ainⁱ, Mega Shintya Belai^j, Sri Nanda Atima^k, Selpiyanti Podungge^l, Cahaya Ramadhani Darise^m, Nurhalima Kasimⁿ

a,b,c,d,e,f,g,h,i,j,k,l,m Program Studi Akuntansi, Universitas Negeri Gorontalo
email: meilinawdali@ung.ac.id*

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received : 28 November 2025

Revised : 22 Desember 2025

Accepted : 29 Desember 2025

Keywords:

Analysis narrative, Financial, MSMEs;

Kata Kunci:

Analisis naratif, finansial, UMKM;

DOI: 10.62335

ABSTRACT

This study investigates the business resilience tactics and financial decisions of the Kopi Limantan MSME located in Gorontalo. Using qualitative methods and a narrative analysis design, this research examines the business's journey from managerial failure at its previous branch to successful reconsolidation with an adaptable cart business model since 2024. Data collection was conducted through in-depth interviews, observations, and document review, involving the business owner as the key informant. The results of this study indicate that Kopi Limantan is able to create a competitive advantage through a specific "market algorithm" strategy, targeting products at the women and children segment and diversifying revenue into the banking sector (B2B). Operationally, the implementation of a cost-of-sale (COGS)-based management system and the use of a percentage wage system have proven effective in maintaining financial stability. The study concludes that Kopi Limantan's sustainability relies heavily on a combination of friendly personal service and disciplined adherence to proven operational standards. These findings emphasize the importance of flexibility in the business model and an understanding of local demographics to address changes in the coffee industry at the regional level.

ABSTRAK

Studi ini meneliti taktik ketahanan bisnis dan keputusan keuangan UMKM Kopi Limantan yang berlokasi di Gorontalo. Dengan menggunakan metode kualitatif dan desain analisis naratif, penelitian ini mengkaji perjalanan bisnis dari kegagalan manajerial di cabang sebelumnya hingga rekonsolidasi yang sukses dengan model bisnis gerobak yang adaptif sejak tahun 2024. Pengumpulan data dilakukan

melalui wawancara mendalam, observasi, dan tinjauan dokumen, dengan melibatkan pemilik bisnis sebagai informan kunci. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kopi Limantan mampu menciptakan keunggulan kompetitif melalui strategi "algoritma pasar" tertentu, menargetkan produk pada segmen perempuan dan anak-anak serta mendiversifikasi pendapatan ke sektor perbankan (B2B). Secara operasional, implementasi sistem manajemen berbasis biaya penjualan (COGS) dan penggunaan sistem upah persentase telah terbukti efektif dalam menjaga stabilitas keuangan. Studi ini menyimpulkan bahwa keberlanjutan Kopi Limantan sangat bergantung pada kombinasi layanan pribadi yang ramah dan kepatuhan yang disiplin terhadap standar operasional yang telah terbukti. Temuan ini menekankan pentingnya fleksibilitas dalam model bisnis dan pemahaman tentang demografi lokal untuk mengatasi perubahan dalam industri kopi di tingkat regional.

LATAR BELAKANG

Peluang bisnis kedai kopi saat ini menjadi salah satu usaha yang menjanjikan dengan prospek yang cukup baik. Produk yang disediakan oleh kedai-kedai kopi saat ini banyak menarik perhatian, sehingga pangsa pasar yang ada tidak hanya terbatas untuk kalangan tertentu tetapi juga melibatkan semua segmen masyarakat. Pelanggan minuman di kedai ini berasal dari mahasiswa hingga pegawai kantor. Seperti di kota-kota lain, kedai minuman ini juga berkembang pesat di Kota Gorontalo, terutama di beberapa area tertentu. Kota Gorontalo berfungsi sebagai pusat ekonomi di Provinsi Gorontalo dan juga memiliki beberapa universitas besar yang saling berdekatan. Penelitian menunjukkan bahwa usaha kedai kopi termasuk dalam kategori mikro, kecil, dan menengah yang tidak memerlukan modal besar untuk memulainya dan tidak memerlukan izin seperti usaha lainnya yang lebih besar. Hal ini menjadi daya tarik bagi para pengusaha di bidang kedai minuman untuk memulai usaha, sehingga terus meningkat dan berkembang. Kesimpulan yang diperoleh adalah bahwa sebagian besar pelanggan yang merupakan penggemar dan penikmat kopi adalah orang-orang muda berusia antara 15 hingga 45 tahun, baik yang masih dalam status pelajar, mahasiswa, atau pegawai/karyawan, sehingga kelompok usia ini menjadi target pasar utama untuk usaha kecil ini. Konsumen pada rentang usia ini adalah individu yang aktif, memiliki tingkat kesibukan yang tinggi, dan mengikuti gaya hidup modern sesuai dengan tren saat ini, serta memiliki ketergantungan yang cukup besar pada produk minuman seperti ini. Industri pariwisata dapat diartikan sebagai sekumpulan bidang usaha yang menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh para pelancong. Lingkup industri pariwisata mencakup berbagai sektor dalam perekonomian. Salah satu bentuk usaha dalam pariwisata adalah layanan makanan dan minuman, yang sesuai dengan UU No. 10 Tahun 2009 Pasal 14 mengenai Kepariwisata. Kebutuhan akan makanan dan minuman merupakan hal dasar yang harus dipenuhi oleh setiap orang dan tidak dapat digantikan oleh yang lain. Seiring dengan perubahan zaman, variasi makanan dan minuman juga mengalami perkembangan, di mana banyak jenis hidangan baru muncul, baik dari segi bahan yang digunakan hingga cara penyajiannya, sehingga dapat menarik perhatian untuk dibeli atau dinikmati. Industri pariwisata dapat diartikan

sebagai sekumpulan bidang usaha yang menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh para pelancong. Lingkup industri pariwisata mencakup berbagai sektor dalam perekonomian. Salah satu bentuk usaha dalam pariwisata adalah layanan makanan dan minuman, yang sesuai dengan UU No. 10 Tahun 2009 Pasal 14 mengenai Kepariwisata. Kebutuhan akan makanan dan minuman merupakan hal dasar yang harus dipenuhi oleh setiap orang dan tidak dapat digantikan oleh yang lain. Seiring dengan perubahan zaman, variasi makanan dan minuman juga mengalami perkembangan, di mana banyak jenis hidangan baru muncul, baik dari segi bahan yang digunakan hingga cara penyajiannya, sehingga dapat menarik perhatian untuk dibeli atau dinikmati.

Dalam dunia kopi yang berfokus pada kualitas (*specialty coffee*), sebuah cangkir tidak hanya ditentukan secara cepat ketika disajikan, tetapi melalui serangkaian proses yang panjang dan kompleks. Setiap langkah, mulai dari pengambilan buah ceri yang sudah matang, proses pasca-panen yang hati-hati, hingga metode penyangraian, memberikan pengaruh yang berbeda pada rasa akhir. Sayangnya, banyak orang masih memahami rasa kopi secara sederhana, terfokus pada rasa pahit yang kuat. Seharusnya, kopi mempunyai banyak variasi rasa, termasuk aroma bunga, keasaman buah-buahan, serta rasa manis seperti cokelat. Seringkali, kurangnya pengetahuan tentang cara menyeduh yang tepat, seperti perbandingan air dan kopi dan ukuran gilingan, membuat kopi berkualitas tinggi tidak menunjukkan potensi terbaiknya saat disajikan. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengeksplorasi lebih dalam bagaimana berbagai variabel teknis berperan dalam menciptakan secangkir kopi yang seimbang.

Revolusi industri kopi saat ini bukan hanya berlangsung di kebun atau kafe, tetapi juga di laboratorium dan ruang inovasi teknologi. Penggunaan kecerdasan buatan untuk menyeleksi biji kopi dengan akurasi, mesin pemanggang yang terhubung dengan perangkat lunak untuk mengontrol suhu, serta alat seduh di rumah yang dapat meniru kualitas barista profesional adalah contoh nyata bagaimana teknologi telah mengubah cara kita menikmati kopi. Inovasi ini muncul dari keinginan untuk menjaga konsistensi rasa yang sebelumnya sulit dicapai secara manual. Selain itu, riset di bidang bioteknologi kini mulai mencari cara untuk menciptakan kopi tanpa biji melalui proses fermentasi di laboratorium untuk mengurangi jejak karbon. Perpaduan antara tradisi lama dan teknologi modern ini membuka babak baru dalam sejarah kopi, di mana garis antara seni manusia dan presisi mesin semakin kabur.

Kopi telah melalui proses yang panjang, berkembang dari sekadar barang perkebunan menjadi lambang gaya hidup global yang berpengaruh. Jika sepuluh tahun yang lalu, kopi hanya dilihat sebagai minuman yang membantu mengusir kantuk di pagi hari, sekarang ia telah berubah menjadi bagian dari identitas sosial masyarakat modern. Munculnya *third wave coffee* semakin menguatkan tren ini, menghadirkan kopi sebagai jenis seni, di mana para konsumen mulai memperhatikan aspek seperti jenis biji, ketinggian tempat tumbuh, dan suhu air saat menyeduh. Di Indonesia, banyaknya kedai kopi independen yang muncul di berbagai lokasi di kota bukan sekadar mode sementara, melainkan tanda adanya perubahan dalam budaya konsumsi. Hal ini menimbulkan ekosistem ekonomi baru yang menghubungkan semua proses produksi, tetapi juga menuntut pelaku usaha untuk terus berinovasi agar tetap relevan di tengah meningkatnya persaingan pasar.

Di balik kemewahan industri kopi modern yang bernilai miliaran dolar, terdapat tantangan serius

yang mengancam kelangsungan hidup para produsen utama, yaitu petani kecil. Perubahan iklim yang tidak stabil telah mengganggu siklus panen dan meningkatkan risiko serangan hama. Sementara itu, variasi harga komoditas global sering kali tidak menguntungkan bagi biaya produksi yang terus melonjak. Meskipun label perdagangan yang adil dan praktik pengadaan langsung mulai terkenal, kesenjangan ekonomi antara pecinta kopi di kota besar dan taraf hidup petani di daerah terpencil masih menjadi masalah penting. Konsumen saat ini tidak hanya menginginkan cita rasa yang lezat, tetapi juga menuntut transparansi dan etika di balik produk yang mereka pilih. Dalam menghadapi masa depan, industri kopi dunia dihadapkan pada satu tantangan besar: bagaimana menjaga agar secangkir kopi tetap ada secara berkelanjutan tanpa mengorbankan lingkungan dan kesejahteraan orang-orang yang menanamnya.

METODE PENELITIAN

Studi ini menerapkan pendekatan kualitatif melalui desain analisis naratif untuk menyelidiki lebih dalam mengenai fenomena pengambilan keputusan keuangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM Kopi Limantan di Gorontalo. Pemilihan metode naratif dilakukan karena kebutuhan untuk mengetahui bagaimana pengalaman pribadi, latar belakang budaya setempat, dan perjalanan sejarah usaha para pengusaha UMKM mempengaruhi cara mereka berpikir dan bertindak dalam mengatur keuangan. Dengan menjadikan cerita individu sebagai fokus, peneliti berusaha untuk merekonstruksi rangkaian peristiwa yang mendasari pilihan-pilihan strategi dan taktis, sehingga dapat ditemukan makna di balik langkah-langkah ekonomi yang diambil dalam konteks industri kopi lokal.

Pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria tersebut adalah pemilik UMKM Kopi Limantan yang terlibat langsung dalam proses produksi hingga pemasaran, serta telah mengalami beberapa fase siklus bisnis di Gorontalo. Pemilihan dilakukan kepada pelaku usaha yang dapat mewakili berbagai skala bisnis dan tingkat pengalaman manajerial, sehingga cerita yang dikumpulkan dapat menunjukkan kompleksitas tantangan finansial yang mereka hadapi. Lokasi penelitian dipilih di pusat-pusat produksi kopi Limantan untuk mendapatkan konteks sosial-ekonomi yang autentik dan berpengaruh terhadap kebijakan finansial yang diterapkan.

Data yang digunakan dikumpulkan melalui wawancara naratif yang semi-terstruktur, dimana para informan diberi kebebasan untuk berbagi 'cerita tentang bisnis' mereka. Hal ini meliputi cara mereka mengelola modal awal serta taktik yang digunakan untuk menghadapi tantangan keuangan. Selain itu, proses ini diperkuat dengan teknik observasi partisipatif pasif, yang memungkinkan peneliti mengamati cara pengambilan keputusan sehari-hari. Penelitian juga melibatkan studi dokumen seperti catatan keuangan, laporan penjualan, dan arsip transaksi untuk memperkuat kebenaran cerita yang diberikan. Peneliti berperan sebagai alat utama, mencatat tidak hanya kata-kata yang diucapkan tetapi juga emosi dan tekanan tertentu yang menunjukkan prioritas keuangan informan.

Data dianalisis dengan mengikuti langkah-langkah restorasi. Peneliti memulai dengan mentranskripsikan hasil wawancara, kemudian melakukan pengkodean pada tema-tema utama, dan

akhirnya menyusun narasi dalam urutan kronologis yang teratur . Dalam proses analisis ini , peneliti mengidentifikasi momen-momen penting yang menjadi titik balik dalam sejarah keuangan UMKM Kopi Limantan . Selain itu , analisis dilakukan melalui narasi untuk menemukan pola umum atau perbedaan yang khas dalam penerapan keputusan keuangan . Hasil yang diperoleh bukan hanya angka statistik, tetapi juga sebuah narasi yang menggambarkan bagaimana faktor psikologis, sosial, dan ekonomi saling berhubungan dalam pembentukan manajemen keuangan UMKM di Gorontalo.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Resiliensi UMKM dan Ketahanan Operasional Kopi Limantan

Perjalanan bisnis Kopi Limantan sejak tahun 2020 menunjukkan karakteristik resiliensi UMKM dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan usaha. Penutupan cabang di Kotamobagu dan Manado tidak dimaknai sebagai kegagalan mutlak, melainkan sebagai proses evaluasi strategis untuk mempertahankan keberlanjutan usaha inti di Gorontalo. Hal ini sejalan dengan temuan Sutrisno dan Yuliani (2022) yang menyatakan bahwa resiliensi UMKM tercermin dari kemampuan pelaku usaha dalam melakukan adaptasi struktural, termasuk pengurangan skala usaha, demi menjaga stabilitas keuangan jangka panjang.

Keputusan untuk mengonsolidasikan sumber daya dan mengalihkan fokus operasional ke model gerobak pada tahun 2024 menunjukkan strategi efisiensi biaya dan fleksibilitas lokasi. Strategi ini selaras dengan pandangan Ningsih dan Hidayat (2020) bahwa UMKM yang mampu bertahan adalah usaha yang mengedepankan penyesuaian model bisnis terhadap perubahan perilaku pasar dan tekanan biaya operasional. Dengan demikian, ketahanan Kopi Limantan tidak hanya bersumber dari kekuatan finansial, tetapi juga dari kemampuan manajerial dalam membaca dinamika pasar lokal.

Strategi Diferensiasi Pasar Berbasis Orientasi Konsumen

Kopi Limantan menerapkan strategi diferensiasi dengan menyesuaikan produk dan layanan terhadap karakteristik demografis konsumen di Gorontalo, khususnya perempuan, ibu rumah tangga, dan anak-anak. Pendekatan ini menandai pergeseran makna kopi dari simbol maskulinitas dan kompleksitas teknik seduh menjadi produk rekreatif yang inklusif. Strategi tersebut mencerminkan orientasi pasar yang kuat, sebagaimana dijelaskan oleh Sari dan Wahyudi (2020), bahwa pemahaman mendalam terhadap kebutuhan konsumen menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kinerja UMKM.

Alih-alih bersaing secara langsung dengan kafe berbasis manual brewing, Kopi Limantan memilih ceruk pasar yang kurang tergarap. Pendekatan ini memperkuat daya saing usaha tanpa harus terlibat dalam kompetisi harga atau kualitas teknis yang tinggi. Temuan ini memperkuat argumen Hadiyati (2015) bahwa kreativitas dan inovasi dalam membaca peluang pasar lokal lebih menentukan keberhasilan UMKM dibandingkan sekadar adopsi tren industri.

Pengambilan Keputusan Keuangan dan Struktur Insentif Berbasis Kinerja

Dalam aspek manajemen keuangan, Kopi Limantan menunjukkan praktik disiplin finansial melalui pemisahan harga pokok penjualan dan penerapan sistem gaji berbasis persentase. Pola ini mencerminkan pengambilan keputusan keuangan yang rasional dan berorientasi pada keberlanjutan usaha. Herawati (2018) menegaskan bahwa keputusan keuangan pada UMKM sangat dipengaruhi oleh pengalaman pelaku usaha dalam mengelola arus kas dan risiko pendapatan.

Sistem insentif berbasis kinerja juga berfungsi sebagai mekanisme pengendalian biaya tenaga kerja, sehingga usaha tidak terbebani oleh biaya tetap yang tinggi ketika penjualan menurun. Hal ini selaras dengan temuan Aribawa (2016) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam membantu UMKM menyusun skema keuangan yang adaptif terhadap fluktuasi pendapatan. Dengan demikian, keputusan finansial Kopi Limantan tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencerminkan pembelajaran manajerial berbasis pengalaman usaha.

Manajemen Risiko melalui Diversifikasi Saluran Penjualan

Diversifikasi penjualan Kopi Limantan ke sektor institusi perbankan merupakan bentuk manajemen risiko untuk mengurangi ketergantungan pada penjualan harian di lokasi gerobak. Strategi ini menciptakan sumber pendapatan yang lebih stabil melalui pesanan kolektif, sekaligus memperluas segmen pasar ke konsumen dengan kebutuhan fungsional. Mulyani dan Budiman (2021) menyatakan bahwa diversifikasi pendapatan merupakan strategi mitigasi risiko yang efektif bagi UMKM, terutama dalam kondisi ketidakpastian ekonomi.

Selain itu, pendekatan ini menunjukkan kemampuan Kopi Limantan dalam membaca konteks sosial-ekonomi lokal, di mana pekerja sektor perbankan memiliki pola konsumsi kopi yang konsisten. Hal ini memperkuat temuan Anggraeni et al. (2013) bahwa keberhasilan UMKM sangat dipengaruhi oleh kemampuan memanfaatkan peluang eksternal dan jejaring institusional untuk menopang pertumbuhan usaha.

Keberlanjutan Usaha dan Penguatan Loyalitas Pelanggan

Keberlangsungan Kopi Limantan meskipun mengalami perpindahan lokasi menunjukkan kuatnya modal sosial yang dibangun melalui interaksi langsung dengan pelanggan. Namun, tantangan ke depan terletak pada transformasi hubungan sosial tersebut menjadi loyalitas pelanggan yang berkelanjutan dan terkelola secara sistematis. Kurniawati et al. (2019) menekankan bahwa pencatatan keuangan dan data pelanggan yang baik berperan penting dalam mendukung keberlanjutan UMKM.

Penerapan SOP keuangan, stok, dan layanan yang terdokumentasi menjadi langkah strategis untuk mencegah terulangnya kegagalan manajerial di masa lalu. Dengan pendekatan ini, Kopi Limantan berpotensi mengembangkan sistem usaha yang lebih mandiri dan tidak bergantung sepenuhnya pada pengawasan langsung pemilik, sebagaimana disarankan oleh Hapsari et al. (2014) dalam konteks pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan.

PENUTUP / KESIMPULAN

Analisis Reflektif Mengenai Ketahanan Bisnis Untuk menyimpulkan analisis ini, perjalanan Kopi Limantan dari tahun 2020 hingga transformasi tahun 2024 bukan hanya sebuah cerita tentang naik turunnya sebuah usaha, tetapi juga merupakan studi tentang ketahanan dan kemampuan beradaptasi secara strategis dalam industri Makanan dan Minuman yang sangat kompetitif. Kesalahan manajerial yang dihadapi di cabang Kotamobagu dan Manado sebelumnya telah berubah menjadi aset intelektual yang sangat berharga. Pengalaman ini memaksa Kopi Limantan untuk meninggalkan ekspansi ego yang terburu-buru dan beralih ke strategi konsolidasi lokal di Gorontalo yang lebih terukur, efisien, dan berdasarkan data lapangan yang akurat.

Keterpaduan Antara Insting Pasar dan Efisiensi Keberhasilan Operasional Kopi Limantan dalam menguasai pasar wanita, ibu, dan anak-anak dengan pendekatan "algoritma lapangan" menunjukkan bahwa pemahaman mendalam tentang psikologi konsumen lokal jauh lebih penting daripada hanya mengikuti tren industri tanpa berpikir. Dengan menjadikan produk lebih sederhana dan mudah diakses, Kopi Limantan telah menciptakan ruang pasarnya sendiri. Hal ini didukung oleh strategi mitigasi risiko melalui penetrasi ke sektor perbankan (B2B), yang menunjukkan bahwa bisnis ini memiliki keragaman dalam sumber pendapatan —tidak hanya bergantung pada penjualan ritel harian, tetapi juga memanfaatkan peluang yang ada di korporasi dunia.

Jalan Menuju Dominasi Pasar yang Terstandarisasi Di masa yang akan datang, keberlangsungan Kopi Limantan tidak hanya akan mengandalkan kenyamanan lokasi atau kepadatan pengunjung sementara, tetapi pada disiplin pelaksanaan SOP yang telah ditetapkan. Melalui digitalisasi pencatatan keuangan untuk menghindari kebocoran modal, penstandaran rasa untuk menjaga kepercayaan pelanggan, serta penggunaan Big Data dari catatan karakteristik lokasi, Kopi Limantan sedang membangun dasar untuk ekosistem bisnis yang mandiri.

Pernyataan Akhir Pada akhirnya, Kopi Limantan kini menjadi simbol usaha lokal yang kuat dengan pola pikir yang terus berkembang. Dengan menggabungkan interaksi sosial yang hangat sebagai ciri khas layanannya dan operasional manajemen yang tegas berbasis data, Kopi Limantan memiliki potensi sempurna untuk tumbuh dari gerobak kopi di tepi jalan menjadi lembaga kopi yang berpengaruh. Memfokuskan pada kualitas yang konsisten, loyalitas pelanggan yang terdigitalisasi, serta ekspansi ke sektor strategi akan menjamin bahwa Kopi Limantan tidak hanya akan bertahan dalam perkembangan tren, tetapi juga menjadi pemimpin pasar yang menetapkan standar baru dalam budaya minum kopi di Gorontalo.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, B. D., Hardjanto, I., & Hayat, A. (2013). Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal. *Jurnal Administrasi Publik*, 1(6), 1286–1295.

- Aribawa, D. (2016). Pengaruh literasi keuangan terhadap kinerja dan keberlangsungan UMKM di Jawa Tengah. *Jurnal Siasat Bisnis*, 20(1), 1–13. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art1>
- Hadiyati, E. (2015). Kreativitas dan inovasi berpengaruh terhadap kewirausahaan usaha kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 17(2), 135–151. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.2.135-151>
- Hapsari, P. P., Hakim, A., & Soeaidy, M. S. (2014). Pengaruh pertumbuhan usaha kecil menengah (UMKM) terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. *Jurnal Administrasi Publik*, 2(2), 292–297.
- Herawati, N. T. (2018). Pengaruh kualitas laporan keuangan terhadap pengambilan keputusan ekonomi UMKM. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*, 13(2), 85–96. <https://doi.org/10.24843/JIAB.2018.v13.i02.p02>
- Kurniawati, E. P., Nugroho, P. I., & Arifin, C. (2019). Penerapan akuntansi pada usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 8(2), 184–194. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i2.1594>
- Mulyani, S., & Budiman, N. A. (2021). Manajemen risiko UMKM di tengah pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi dan Pajak*, 21(2), 432–441. <https://doi.org/10.29040/jap.v21i2.1590>
- Ningsih, S., & Hidayat, R. (2020). Strategi adaptasi UMKM dalam menghadapi krisis ekonomi akibat pandemi Covid-19. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 35(2), 160–170.
- Sari, D. P., & Wahyudi, S. (2020). Orientasi pasar dan inovasi produk terhadap kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen dan Organisasi*, 11(2), 85–98. <https://doi.org/10.29244/jmo.v11i2.30120>
- Sutrisno, T., & Yuliani, N. (2022). Resiliensi UMKM dalam menghadapi ketidakpastian lingkungan bisnis. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 19(1), 45–58.