

# STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PADA UMKM KELUARGA DALAM MENGHADAPI PERUBAHAN PASAR PADA PENGUSAHA BUNGA SEDAP MALAM DI REMBANG PASURUAN

Ishak<sup>1\*</sup>, Khamdan Suriyok<sup>2\*</sup>, Ninik Churniawati<sup>3\*</sup>

Prodi Akuntansi Fakultas Hukum dan Bisnis Institut Teknologi dan Bisnis Yadika Pasuruan<sup>1,2</sup>

Prodi Manajemen Fakultas Hukum dan Bisnis Institut Teknologi dan Bisnis Yadika Pasuruan<sup>3</sup>

[ishak@itbyadika.ac.id](mailto:ishak@itbyadika.ac.id)

[khamdan.suriyok@itbyadika.ac.id](mailto:khamdan.suriyok@itbyadika.ac.id)

[ninikchurniawati@itbyadika.ac.id](mailto:ninikchurniawati@itbyadika.ac.id)

## ABSTRAK

Perubahan pasar yang semakin dinamis menuntut pelaku usaha mampu beradaptasi melalui strategi pengembangan usaha yang tepat agar dapat mempertahankan keberlangsungan bisnisnya. Perubahan preferensi konsumen, persaingan usaha, dan perkembangan teknologi menjadi tantangan bagi usaha dalam menjaga daya saing. sehingga, strategi pengembangan usaha diperlukan agar mampu menyesuaikan diri dengan perubahan pasar dan mempertahankan keberlanjutan usahanya. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pengembangan usaha pada UMKM dalam menghadapi perubahan pasar. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari pemilik usaha, anggota keluarga yang terlibat, serta pedagang atau pengepul bunga sedap malam. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan teknik triangulasi untuk menjamin keabsahan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha yang dilakukan meliputi menjaga kualitas produk, melakukan inovasi sederhana dalam pengemasan, serta memanfaatkan pemasaran tradisional dan digital. Pengelolaan usaha yang berbasis keluarga memberikan keuntungan dalam efisiensi biaya dan kepercayaan, namun masih memiliki keterbatasan dalam sistem manajerial. Selain itu, pelaku usaha menghadapi berbagai tantangan seperti fluktuasi harga, perubahan permintaan pasar, persaingan usaha, serta faktor cuaca. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan usaha ditentukan oleh kemampuan UMKM dalam menerapkan strategi yang tepat untuk menghadapi perubahan pasar.

Kata kunci: UMKM, strategi pengembangan usaha, usaha keluarga, pemasaran, adaptasi pasar.

## ABSTRACT

*An increasingly dynamic market demands that business owners adapt through appropriate business development strategies in order to ensure the sustainability of their businesses. Shifting consumer preferences, business competition, and technological advancements pose challenges for businesses in maintaining their competitiveness. Therefore, business development strategies are necessary to adapt to market changes and ensure business sustainability. This study aims to analyze the business development strategies of MSMEs in responding to market changes. This study employs a qualitative descriptive approach using data collection techniques such as in-depth interviews, observation, and documentation. The research informants consist of business owners, family members involved in the business, as well as traders or collectors of night-blooming jasmine. Data analysis was conducted through the stages of data reduction, data presentation, and drawing conclusions using triangulation techniques to ensure data validity. The results of the study indicate that the business development strategies implemented include maintaining product quality, implementing simple innovations in packaging, and utilizing both traditional and digital marketing. Family-based business management offers advantages in terms of cost efficiency and trust, but still has limitations in its managerial systems. In addition, business owners face various challenges such as price fluctuations, changes in market demand, business competition, and weather conditions. The conclusion of this study indicates that the success of business development is determined by the ability of MSMEs to implement appropriate strategies to cope with market changes*

*Keywords: MSMEs, business development strategy, family business, marketing, market adaptation*

## **PENDAHULUAN**

Perubahan pasar yang semakin dinamis menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi melalui strategi pengembangan usaha yang tepat guna mempertahankan keberlangsungan bisnisnya. Menurut Kotler (2019), perubahan perilaku konsumen, perkembangan teknologi, serta intensitas persaingan yang semakin tinggi mendorong perusahaan untuk terus melakukan penyesuaian strategi agar tetap kompetitif. Perubahan tersebut ditandai dengan pergeseran preferensi konsumen yang semakin berorientasi pada nilai dan pengalaman, meningkatnya persaingan antar pelaku usaha, serta berkembangnya teknologi digital yang mengubah pola komunikasi dan pemasaran produk (Chandra, 2016). Selain itu, perkembangan media digital telah menciptakan peluang sekaligus tantangan baru bagi pelaku usaha dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan mempertahankan loyalitas pelanggan (Chadwick, 2019).

Kondisi tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi usaha keluarga yang pada umumnya masih mengandalkan sistem pengelolaan tradisional, keterbatasan sumber daya manusia, serta keterbatasan modal dalam mengembangkan usahanya (Pertwi, 2023). Padahal, usaha keluarga memiliki peran penting dalam perekonomian karena mampu menciptakan lapangan kerja dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi daerah (Sarfiyah, 2019). Oleh karena itu, strategi pengembangan usaha menjadi faktor yang sangat penting dalam membantu pelaku usaha menghadapi perubahan pasar, meningkatkan daya saing, serta menjaga keberlanjutan usaha di tengah lingkungan bisnis yang terus berkembang dan penuh ketidakpastian (David, 2017). Dengan menerapkan strategi pengembangan usaha yang tepat, pelaku usaha dapat memanfaatkan peluang pasar secara optimal, meningkatkan efisiensi operasional, serta menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Wahyudi et al., 2024).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Banyak UMKM di Indonesia berkembang dalam bentuk usaha keluarga yang dikelola secara turun-temurun. Usaha keluarga tersebut umumnya memiliki karakteristik

pengelolaan yang sederhana, keterbatasan modal, serta bergantung pada pengalaman dan keterampilan pemilik usaha. Meskipun demikian, UMKM keluarga tetap memiliki potensi besar untuk berkembang apabila mampu menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi pasar (Wiranawata, 2018). Salah satu jenis usaha keluarga yang berkembang di daerah pedesaan adalah usaha budidaya dan perdagangan bunga potong, khususnya bunga sedap malam. Bunga sedap malam merupakan salah satu komoditas florikultura yang banyak diminati masyarakat karena memiliki aroma khas serta sering digunakan dalam berbagai kegiatan sosial dan budaya seperti pernikahan, upacara adat, dan kegiatan keagamaan. Di Kabupaten Pasuruan, khususnya di Kecamatan Rembang, bunga sedap malam menjadi salah satu komoditas unggulan yang dibudidayakan oleh masyarakat dan dijadikan sebagai sumber mata pencaharian bagi sebagian keluarga petani maupun pedagang bunga (Hadiyati, 2019).

Akan tetapi, dalam kenyataannya, perkembangan usaha bunga sedap malam tidak terlepas dari berbagai tantangan yang muncul akibat perubahan kondisi pasar. Perubahan preferensi konsumen, fluktuasi permintaan, persaingan dengan produk bunga dari daerah lain, serta perkembangan teknologi pemasaran menjadi faktor yang memengaruhi keberlangsungan usaha tersebut. Selain itu, perubahan pola pemasaran dari cara tradisional menuju pemasaran digital juga menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan dinamika pasar yang semakin kompetitif.

Bagi UMKM keluarga yang mengelola usaha bunga sedap malam, kemampuan untuk mengembangkan strategi usaha menjadi hal yang sangat penting agar usaha yang dijalankan dapat bertahan dan berkembang. Strategi pengembangan usaha dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti inovasi produk, perluasan jaringan pemasaran, peningkatan kualitas produk, serta pemanfaatan teknologi dalam kegiatan pemasaran. Tanpa adanya strategi yang tepat, UMKM keluarga berpotensi mengalami stagnasi bahkan penurunan usaha akibat ketidakmampuan menyesuaikan diri dengan perubahan pasar. Selain itu, karakteristik usaha keluarga sering kali membuat proses pengambilan keputusan bisnis sangat dipengaruhi oleh pengalaman,

nilai-nilai keluarga, serta hubungan sosial yang dimiliki oleh pemilik usaha. Kondisi ini menarik untuk dikaji lebih dalam karena strategi yang diterapkan oleh pelaku UMKM keluarga tidak selalu didasarkan pada konsep manajemen formal, tetapi lebih pada pengalaman praktis dan adaptasi terhadap lingkungan usaha.

Berdasarkan fenomena dan penjelasan di atas, penting dilakukan penelitian untuk memahami bagaimana strategi yang dilakukan oleh pelaku UMKM keluarga dalam mengembangkan usaha bunga sedap malam serta bagaimana mereka beradaptasi terhadap perubahan pasar yang terjadi. Pendapat tersebut didukung oleh David (2017) yang menyatakan bahwa strategi pengembangan usaha diperlukan agar perusahaan mampu merespons perubahan lingkungan bisnis dan mempertahankan keunggulan bersaing. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai praktik strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh pengusaha bunga sedap malam di Kecamatan Rembang, Kabupaten Pasuruan. Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna mengkaji secara lebih mendalam mengenai strategi pengembangan usaha pada UMKM keluarga dalam menghadapi perubahan pasar, khususnya pada pengusaha bunga sedap malam di Rembang, Pasuruan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam bidang kewirausahaan dan pengelolaan UMKM, serta memberikan masukan praktis bagi pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya agar mampu bertahan dan berkembang di tengah dinamika pasar.

Penelitian ini mengacu pada Penelitian yang dilakukan oleh Trihudiyatmanto (2021) bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan UMKM pada industri pengolahan makanan di Kecamatan Wonosobo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran, kualitas sumber daya manusia, karakteristik wirausaha, serta pengetahuan akuntansi memiliki pengaruh positif terhadap pengembangan UMKM. Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan pengembangan usaha sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku UMKM dalam menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing usaha. Penelitian Prasetyo (2024). Bertujuan membahas strategi pengembangan UMKM melalui sertifikasi halal pada pelaku usaha di Kabupaten Ponorogo dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperluas pangsa pasar UMKM. Hal ini

menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk dan peningkatan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Penelitian oleh Sulistiyani (2020) bertujuan untuk menganalisis strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing UMKM. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran yang tepat, seperti pemahaman terhadap kondisi pasar, kebutuhan konsumen, serta analisis kekuatan dan kelemahan usaha, dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing dan mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada usaha tertentu seperti industri kuliner, perdagangan, dan industri kreatif. Sedangkan penelitian ini mengkaji strategi pengembangan usaha pada usaha bunga potong seperti bunga sedap malam, karena usaha ini memiliki karakteristik yang berbeda, terutama terkait dengan sifat produk yang mudah rusak, ketergantungan terhadap kondisi alam, serta fluktuasi permintaan yang dipengaruhi oleh kegiatan sosial dan budaya masyarakat.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian karena mampu menciptakan lapangan kerja serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM biasanya dikelola secara sederhana oleh individu maupun keluarga dengan sumber daya yang relatif terbatas, namun memiliki fleksibilitas tinggi dalam menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar. Selain itu, UMKM juga memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah serta meningkatkan pemerataan pendapatan masyarakat (Tambunan, 2019). UMKM sering menjadi tulang punggung perekonomian masyarakat karena sebagian besar bergerak pada sektor perdagangan, pertanian, dan industri rumah tangga. Meskipun demikian, dalam perkembangannya UMKM masih menghadapi berbagai kendala seperti keterbatasan modal, rendahnya kemampuan manajerial, serta akses pasar yang terbatas sehingga memerlukan strategi pengembangan usaha yang tepat agar mampu bertahan dan berkembang (Sarfiah, 2019).

### **Strategi Pengembangan Usaha**

Strategi pengembangan usaha merupakan upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan kinerja usaha, memperluas pasar, serta meningkatkan

keuntungan melalui berbagai tindakan strategis. Strategi tersebut dapat dilakukan melalui inovasi produk, peningkatan kualitas pelayanan, perluasan jaringan pemasaran, serta peningkatan kemampuan sumber daya manusia (Rangkuti, 2018).

Penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha sangat dipengaruhi oleh faktor internal seperti karakteristik kewirausahaan, kemampuan manajerial, serta kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya yang dimiliki. Strategi yang tepat dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing serta memperkuat posisi usaha di pasar (Trihudiyatmanto, 2021).

Selain itu, pengembangan usaha juga dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk, peningkatan pelayanan kepada konsumen, serta penguatan jaringan distribusi sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan (Prasetyo, 2024).

### **Strategi Pemasaran dan Adaptasi terhadap Perubahan Pasar**

Perubahan kondisi pasar yang semakin dinamis menuntut pelaku UMKM untuk mampu beradaptasi terhadap berbagai perubahan yang terjadi, baik dari segi preferensi konsumen, perkembangan teknologi, maupun tingkat persaingan usaha. Oleh karena itu, strategi pemasaran yang tepat menjadi faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha (Tjipto, 2019). Strategi pemasaran yang efektif dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas produk, segmentasi pasar yang tepat, serta pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran. Pemanfaatan media sosial dan platform digital terbukti mampu meningkatkan jangkauan pasar serta memperluas peluang penjualan produk UMKM (Chadwick, 2019).

Selain itu, kemampuan pelaku usaha dalam membaca peluang pasar serta melakukan inovasi terhadap produk yang dihasilkan juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing usaha. Inovasi produk yang berkelanjutan dapat membantu UMKM mempertahankan konsumen serta menarik minat konsumen baru (Kotler & Keller, 2016).

### **Karakteristik Usaha Keluarga dalam UMKM**

Usaha keluarga merupakan jenis usaha yang dimiliki dan dikelola oleh anggota keluarga dengan tujuan mempertahankan keberlangsungan usaha secara turun-temurun. Dalam usaha keluarga, proses pengambilan keputusan bisnis sering kali dipengaruhi oleh nilai-nilai keluarga, pengalaman usaha, serta hubungan sosial yang dimiliki oleh pemilik usaha (Massis, 2018).

Usaha keluarga memiliki beberapa keunggulan seperti tingkat loyalitas yang tinggi antaranggota keluarga, komitmen yang kuat terhadap keberlangsungan usaha, serta fleksibilitas dalam pengelolaan usaha. Namun demikian, usaha keluarga juga memiliki berbagai keterbatasan seperti sistem manajemen yang masih sederhana, keterbatasan sumber daya, serta keterbatasan dalam melakukan inovasi usaha (Breton-Miller, 2021).

Oleh karena itu, strategi pengembangan usaha pada UMKM keluarga menjadi penting untuk memastikan keberlangsungan usaha serta meningkatkan kemampuan usaha dalam menghadapi perubahan pasar yang semakin dinamis.

### **Gambaran Objek Penelitian**

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah UMKM pengusaha bunga sedap malam yang berada di Kecamatan Rembang, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Wilayah ini dikenal sebagai salah satu daerah yang memiliki potensi dalam budidaya dan perdagangan bunga potong, khususnya bunga sedap malam, yang menjadi sumber mata pencaharian bagi sebagian masyarakat setempat.

Bunga sedap malam merupakan salah satu komoditas florikultura yang memiliki nilai ekonomi cukup tinggi karena banyak digunakan dalam berbagai kegiatan sosial dan budaya masyarakat, seperti acara pernikahan, kegiatan keagamaan, serta upacara adat. Permintaan terhadap bunga sedap malam cenderung meningkat pada waktu-waktu tertentu, terutama pada musim pernikahan maupun hari besar keagamaan.

Sebagian besar usaha bunga sedap malam di Kecamatan Rembang dikelola dalam bentuk usaha keluarga, di mana proses produksi, pemanenan, hingga pemasaran dilakukan oleh anggota keluarga secara bersama-sama. Sistem pengelolaan usaha yang bersifat kekeluargaan ini memberikan keuntungan bagi pelaku usaha karena dapat mengurangi biaya tenaga kerja serta meningkatkan kepercayaan antaranggota keluarga dalam menjalankan usaha.

Dalam kegiatan budidaya, para pengusaha bunga sedap malam melakukan proses penanaman, pemeliharaan, hingga pemanenan secara tradisional dengan memanfaatkan lahan pertanian yang dimiliki oleh keluarga. Setelah dipanen, bunga kemudian dipasarkan melalui berbagai saluran distribusi, seperti pedagang pengepul, pasar bunga, maupun langsung kepada konsumen.

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek

yang alamiah, di mana peneliti adalah instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2022). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam terkait strategi yang dilakukan oleh pelaku UMKM keluarga dalam mengembangkan usahanya. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menggali makna, pengalaman, serta proses yang dilakukan oleh pelaku usaha dalam menghadapi perubahan pasar.

Pendekatan ini dipilih karena penelitian berusaha memahami secara mendalam bagaimana strategi pengembangan usaha diterapkan oleh pengusaha bunga sedap malam di Kecamatan Rembang, Kabupaten Pasuruan.

Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM pengusaha bunga sedap malam di Kecamatan Rembang, Kabupaten Pasuruan. Lokasi ini dipilih karena daerah tersebut dikenal sebagai salah satu sentra budidaya dan perdagangan bunga sedap malam yang menjadi sumber mata pencaharian masyarakat setempat.

Dalam penelitian ini dipilih teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu yang dianggap mampu memberikan informasi yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun informan dalam penelitian ini meliputi: 1. Pemilik UMKM bunga sedap malam sebagai informan utama. 2. Anggota keluarga yang terlibat dalam usaha sebagai informan pendukung. 3. Pedagang atau pengepul bunga sedap malam sebagai informan tambahan.

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dilakukan melalui berbagai cara seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi yang bertujuan untuk memperoleh data secara mendalam mengenai fenomena yang diteliti (Moleong, 2016). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa cara, yaitu: 1. Wawancara mendalam (In-depth interview). Wawancara dilakukan secara langsung dengan pemilik UMKM bunga sedap malam untuk memperoleh informasi mengenai strategi pengembangan usaha yang dilakukan untuk menghadapi perubahan pasar. 2. Observasi. Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas usaha yang dilakukan oleh pelaku UMKM, seperti proses produksi, pemasaran, serta interaksi dengan konsumen. 3. Dokumentasi. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai dokumen yang berkaitan dengan kegiatan usaha seperti catatan

usaha, foto kegiatan usaha, serta dokumen lain yang mendukung penelitian.

Wawancara dilakukan dengan tiga informan utama, yaitu pemilik usaha dan anggota keluarga yang terlibat langsung dalam pengelolaan UMKM bunga sedap malam.

Tabel 1  
Informan

| No | Nama        | Jenis Kelamin | Usia     | Lama Usaha |
|----|-------------|---------------|----------|------------|
| 1  | H. Hanif    | Laki-laki     | 47 tahun | 5 tahun    |
| 2  | Bpk. Asep   | Laki-laki     | 45 tahun | 5 tahun    |
| 3  | Ibu Komaria | Perempuan     | 43 tahun | 4 tahun    |

Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria memiliki keterlibatan langsung dalam kegiatan usaha, memahami strategi pengembangan usaha, serta mengetahui perubahan pasar yang terjadi. Pemilihan informan tersebut bertujuan agar data yang diperoleh lebih mendalam dan sesuai dengan fokus penelitian

#### **Teknik Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi (Miles, 2019). Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis data Miles dan Huberman yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu: 1. Reduksi Data merupakan proses pemilihan, penyederhanaan, serta pemfokusan data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sehingga data yang diperoleh menjadi lebih terarah. 2. Penyajian Data (Data Display) dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif yang bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam memahami informasi yang telah diperoleh dari lapangan. 3. Penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan sehingga dapat diperoleh gambaran mengenai strategi pengembangan usaha yang diterapkan oleh pelaku UMKM bunga sedap malam dalam menghadapi perubahan pasar.

Fokus penelitian ini adalah menganalisis strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh UMKM keluarga dalam menghadapi perubahan pasar. Adapun aspek strategi yang dianalisis meliputi strategi pemasaran, pengembangan produk, pengelolaan hubungan dengan konsumen, serta kemampuan pelaku usaha dalam beradaptasi terhadap perubahan kebutuhan dan permintaan pasar. Fokus tersebut digunakan untuk mengetahui bagaimana pelaku usaha mempertahankan keberlangsungan usaha serta

meningkatkan daya saing usaha di tengah perubahan pasar yang terjadi.

Untuk menjaga keabsahan data dan meminimalkan bias penelitian, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode, yaitu membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selain itu, peneliti juga melakukan member check kepada informan dengan cara mengonfirmasi kembali hasil wawancara agar informasi yang diperoleh sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Peneliti juga melakukan diskusi dengan informan untuk memperkuat pemahaman terhadap data yang diperoleh selama penelitian berlangsung.

### Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi, yaitu proses pemeriksaan data melalui berbagai sumber, metode, maupun waktu yang berbeda untuk memperoleh data yang lebih akurat dan dapat dipercaya (Bugin, 2020). Dalam penelitian ini, proses uji keabsahan data dilakukan setelah peneliti memperoleh data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dari informan penelitian. Data yang telah diperoleh kemudian dibandingkan dan dicek kembali untuk mengetahui kesesuaian informasi yang diberikan oleh masing-masing informan.

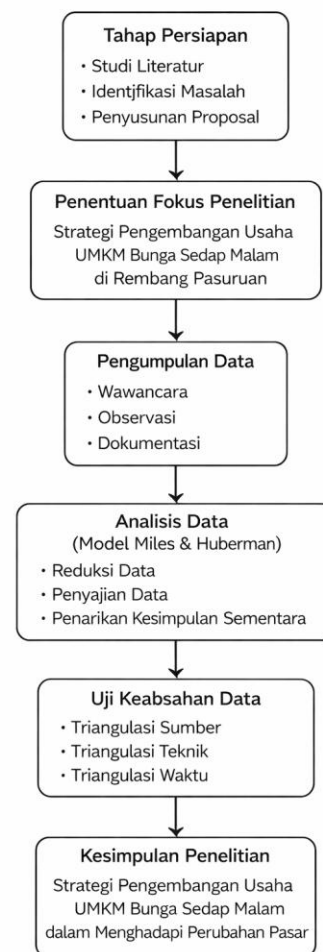
Adapun alur triangulasi dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu: 1. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan informan utama terkait strategi pengembangan usaha yang dilakukan. 2. Hasil wawancara kemudian dibandingkan dengan hasil observasi lapangan mengenai aktivitas usaha, proses pemasaran, dan interaksi dengan konsumen. 3. Peneliti selanjutnya memeriksa dokumen pendukung seperti catatan usaha dan dokumentasi kegiatan usaha untuk memperkuat data yang diperoleh. 4. Data yang telah terkumpul kemudian dibandingkan kembali antarinforman dan antarteknik pengumpulan data untuk memastikan konsistensi informasi. 5. Peneliti melakukan konfirmasi ulang (*member check*) kepada informan apabila ditemukan perbedaan atau ketidaksesuaian data.

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan beberapa jenis triangulasi, yaitu: 1. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai informan penelitian. 2. Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. 3. Triangulasi waktu dilakukan dengan pengumpulan

data pada waktu yang berbeda untuk memastikan konsistensi informasi yang diperoleh.

### Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian adalah gambaran alur pemikiran peneliti yang digunakan untuk menjelaskan bagaimana suatu masalah penelitian dapat dianalisis secara sistematis hingga diperoleh kesimpulan penelitian (Sodik, 2016). Selanjutnya, bagaimana peneliti memperoleh data, menganalisis data, hingga menghasilkan kesimpulan penelitian? Kerangka ini berfungsi sebagai pedoman sistematis agar penelitian dilakukan secara terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kerangka penelitian pada penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 1 : Kerangka Penelitian  
**HASIL DAN PEMBAHASAN**  
**HASIL**

### ANALISIS DATA

#### Analisis Strategi Pengembangan Produk

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pengusaha bunga sedap malam di Kecamatan Rembang, Kabupaten Pasuruan, diketahui bahwa

salah satu strategi yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk mengembangkan usahanya adalah dengan menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Para pengusaha berupaya menghasilkan bunga sedap malam yang segar, memiliki tangkai yang kuat, serta aroma yang khas agar tetap diminati oleh konsumen.

Selain menjaga kualitas bunga, beberapa pelaku usaha juga melakukan inovasi dalam bentuk pengemasan dan pengelolaan hasil panen agar bunga tetap segar saat dipasarkan. Hal ini dilakukan karena bunga sedap malam merupakan komoditas yang mudah rusak sehingga memerlukan penanganan yang baik dalam proses distribusi.

Strategi pengembangan produk ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk serta mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap kualitas bunga yang dihasilkan oleh para pengusaha.

### **Analisis Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Perubahan Pasar**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha bunga sedap malam masih menggunakan sistem pemasaran tradisional melalui pedagang pengepul atau pasar bunga. Namun demikian, beberapa pelaku usaha mulai mencoba memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pemasaran produk mereka.

Perubahan perilaku konsumen yang semakin memanfaatkan teknologi digital mendorong sebagian pelaku UMKM untuk mulai beradaptasi dengan memanfaatkan platform digital seperti media sosial dan aplikasi pesan untuk mempromosikan produk bunga sedap malam. Dengan cara ini, pelaku usaha dapat menjangkau konsumen yang lebih luas serta meningkatkan peluang penjualan.

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh pelaku UMKM tersebut menunjukkan adanya upaya adaptasi terhadap perubahan pasar yang semakin berkembang.

### **Analisis Strategi Pengelolaan Usaha Keluarga**

Sebagian besar usaha bunga sedap malam di Kecamatan Rembang dikelola secara keluarga. Dalam pengelolaan usaha ini, anggota keluarga memiliki peran masing-masing dalam menjalankan usaha, seperti dalam proses budidaya, pemanenan, hingga pemasaran produk.

Pengelolaan usaha secara keluarga memberikan keuntungan bagi pelaku usaha karena dapat mengurangi biaya tenaga kerja serta meningkatkan kepercayaan antaranggota keluarga dalam menjalankan usaha. Namun demikian, sistem pengelolaan yang masih bersifat sederhana terkadang menjadi kendala dalam pengembangan usaha karena

belum adanya sistem manajemen usaha yang lebih terstruktur.

Meskipun demikian, hubungan kekeluargaan yang kuat menjadi salah satu faktor yang membantu keberlangsungan usaha bunga sedap malam di daerah tersebut.

### **Analisis Tantangan yang Dihadapi Pengusaha Bunga Sedap Malam**

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa para pengusaha bunga sedap malam menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usahanya. Tantangan tersebut antara lain fluktuasi harga bunga, perubahan permintaan pasar, serta persaingan dengan produk bunga dari daerah lain.

Selain itu, faktor cuaca dan kondisi lingkungan juga menjadi faktor yang memengaruhi kualitas dan jumlah produksi bunga sedap malam. Kondisi tersebut membuat pelaku usaha harus memiliki strategi yang tepat agar dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Dalam menghadapi tantangan tersebut, para pengusaha biasanya melakukan penyesuaian dalam proses produksi maupun pemasaran agar tetap mampu bertahan di tengah perubahan pasar.

### **Analisis Strategi Bertahan dan Mengembangkan Usaha**

Berdasarkan hasil analisis data, dapat diketahui bahwa strategi yang dilakukan oleh pengusaha bunga sedap malam dalam menghadapi perubahan pasar antara lain menjaga kualitas produk, memperluas jaringan pemasaran, memanfaatkan hubungan sosial dengan pedagang maupun konsumen, serta melakukan pengelolaan usaha secara efisien.

Strategi tersebut dilakukan secara bertahap sesuai dengan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki oleh pelaku usaha. Meskipun sebagian besar usaha masih dikelola secara sederhana, para pelaku UMKM tetap berusaha beradaptasi dengan perubahan pasar agar usaha yang dijalankan dapat terus berkembang.

## **PEMBAHASAN**

### **Strategi Pengembangan Produk pada UMKM Bunga Sedap Malam**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu strategi yang dilakukan oleh pengusaha bunga sedap malam di Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan dalam mengembangkan usahanya adalah dengan menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Kualitas bunga yang baik, seperti kesegaran bunga, kekuatan tangkai, serta aroma

yang khas menjadi faktor penting yang diperhatikan oleh para pelaku usaha agar produk tetap diminati oleh konsumen.

Salah satu informan menyampaikan bahwa: *“Kalau kualitas bunganya bagus dan masih segar, pembeli biasanya langganan terus. Jadi kami selalu menjaga supaya bunga tidak cepat layu saat dikirim ke konsumen.”* (Informan 1).

Informan lain juga menjelaskan bahwa: *“Konsumen biasanya suka bunga yang aromanya kuat dan tangkainya tidak mudah rusak. Karena itu kami memilih bunga yang benar-benar bagus sebelum dijual.”* (Informan 2).

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor utama yang dapat meningkatkan daya saing usaha. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler & Keller (2016) yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Produk yang memiliki kualitas baik akan meningkatkan kepuasan konsumen serta memperkuat posisi produk di pasar.

Selain menjaga kualitas produk, beberapa pengusaha juga melakukan inovasi sederhana dalam proses pengemasan dan penyimpanan bunga agar tetap segar saat sampai ke tangan konsumen. Salah satu informan menyatakan bahwa:

*“Kami sekarang memakai pembungkus tambahan dan penyimpanan yang lebih baik supaya bunga tetap segar waktu sampai ke pembeli.”* (Informan 3).

Inovasi tersebut menjadi salah satu upaya yang dilakukan oleh pelaku usaha untuk mempertahankan kualitas produk serta meningkatkan nilai jual bunga sedap malam.

### **Strategi Pemasaran dalam Menghadapi Perubahan Pasar**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar pengusaha bunga sedap malam masih menggunakan sistem pemasaran tradisional melalui pedagang pengepul maupun pasar bunga. Namun demikian, terdapat beberapa pelaku usaha yang mulai memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk mereka kepada konsumen yang lebih luas.

Salah satu informan menyampaikan bahwa: *“Selama ini penjualan lebih banyak lewat pengepul dan pelanggan tetap, tetapi sekarang saya juga mulai*

*mencoba promosi lewat WhatsApp dan Facebook supaya pembelinya lebih banyak.”* (Informan 1).

Informan lain juga menjelaskan bahwa: *“Kalau hanya mengandalkan pasar biasa, kadang penjualannya naik turun, jadi sekarang kami mencoba menawarkan bunga lewat media sosial.”* (Informan 2).

Temuan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai melakukan adaptasi terhadap perubahan pasar yang dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi. Hal ini sejalan dengan pendapat Chadwick (2019) yang menyatakan bahwa pemanfaatan media digital dalam kegiatan pemasaran dapat membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan peluang penjualan produk.

Penggunaan media sosial sebagai sarana promosi juga memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk berinteraksi langsung dengan konsumen serta memperkenalkan produk kepada pasar yang lebih luas. Salah satu informan menyatakan bahwa: *“Dengan media sosial, konsumen bisa langsung melihat bunga yang dijual dan memesan tanpa harus datang ke tempat.”* (Informan 3).

Dengan demikian, strategi pemasaran yang memadukan metode tradisional dan digital dapat menjadi salah satu cara bagi pelaku UMKM untuk menghadapi perubahan pasar

### **Pengelolaan Usaha Keluarga pada UMKM Bunga Sedap Malam**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha bunga sedap malam di Kecamatan Rembang sebagian besar merupakan usaha keluarga yang dikelola secara turun-temurun. Dalam pengelolaan usaha tersebut, anggota keluarga memiliki peran masing-masing dalam kegiatan produksi, pemanenan, maupun pemasaran produk.

Salah satu informan menyampaikan bahwa: *“Usaha ini sudah dijalankan keluarga sejak lama. Dalam bekerja biasanya dibantu oleh anggota keluarga sendiri, mulai dari memanen sampai menjual bunga.”* (Informan 1).

Informan lain juga menjelaskan bahwa: *“Kalau ada pesanan banyak, semua anggota keluarga ikut membantu supaya pekerjaan lebih cepat selesai.”* (Informan 2).

Pengelolaan usaha secara keluarga memberikan keuntungan bagi pelaku usaha karena dapat mengurangi biaya tenaga kerja serta meningkatkan kepercayaan dalam menjalankan usaha. Hal ini sejalan dengan pendapat Breton-Miller (2021) yang menyatakan bahwa usaha keluarga memiliki keunggulan dalam hal komitmen yang tinggi, loyalitas

antaranggota keluarga, serta fleksibilitas dalam pengambilan keputusan usaha.

Namun demikian, pengelolaan usaha yang masih bersifat sederhana juga dapat menjadi tantangan bagi pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya. Salah satu informan menyatakan bahwa: *“Pengelolaan usaha masih dilakukan secara sederhana dan belum ada pencatatan yang teratur, sehingga kadang sulit mengetahui keuntungan secara pasti.”* (Informan 3).

Oleh karena itu, diperlukan peningkatan kemampuan manajerial serta pengelolaan usaha yang lebih terstruktur agar usaha dapat berkembang secara lebih optimal.

### Tantangan yang Dihadapi Pengusaha Bunga Sedap Malam

Hasil penelitian menunjukkan bahwa para pengusaha bunga sedap malam menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usahanya. Tantangan tersebut antara lain fluktuasi harga bunga, perubahan permintaan pasar, serta persaingan dengan produk bunga dari daerah lain. Selain itu, faktor cuaca dan kondisi lingkungan juga memengaruhi jumlah produksi serta kualitas bunga yang dihasilkan.

Salah satu informan menyampaikan bahwa: *“Harga bunga kadang naik turun tergantung permintaan pasar. Kalau permintaan sedikit, harga juga ikut turun.”* (Informan 1).

Informan lain juga menjelaskan bahwa: *“Cuaca sangat memengaruhi hasil bunga. Kalau musim hujan, kualitas bunga biasanya menurun dan jumlah panen juga berkurang.”* (Informan 2).

Selain itu, persaingan usaha juga menjadi tantangan bagi pelaku usaha bunga sedap malam. Salah satu informan menyatakan bahwa: *“Sekarang persaingan semakin banyak karena ada bunga dari daerah lain yang masuk dengan harga lebih murah.”* (Informan 3).

Temuan ini menunjukkan bahwa lingkungan eksternal memiliki pengaruh besar terhadap keberlangsungan usaha UMKM. Hal ini sejalan dengan pendapat Rangkuti (2018) yang menyatakan bahwa dalam menjalankan usaha, pelaku usaha harus mampu mengidentifikasi peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal agar dapat menentukan strategi usaha yang tepat.

Dalam menghadapi berbagai tantangan tersebut, para pelaku usaha berusaha melakukan berbagai penyesuaian dalam kegiatan produksi maupun pemasaran agar usaha yang dijalankan tetap dapat bertahan.

### Strategi Bertahan dan Mengembangkan Usaha

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa strategi yang dilakukan oleh pengusaha bunga sedap malam dalam menghadapi perubahan pasar meliputi menjaga kualitas produk, memperluas jaringan pemasaran, memanfaatkan hubungan sosial dengan pedagang maupun konsumen, serta melakukan pengelolaan usaha secara efisien.

Salah satu informan menyampaikan bahwa: *“Kami berusaha menjaga kualitas bunga supaya pelanggan tetap percaya dan terus membeli.”* (Informan 1).

Informan lain juga menjelaskan bahwa: *“Selain menjual ke pasar, sekarang kami mencoba memperluas pemasaran lewat media sosial dan relasi dengan pedagang dari daerah lain.”* (Informan 2).

Selain itu, pelaku usaha juga memanfaatkan hubungan sosial dengan pelanggan dan pedagang untuk mempertahankan usaha. Salah satu informan menyatakan bahwa: *“Hubungan baik dengan pelanggan sangat penting karena biasanya pelanggan yang puas akan membeli kembali.”* (Informan 3).

Strategi tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki kemampuan adaptasi terhadap perubahan pasar meskipun usaha yang dijalankan masih berskala kecil dan dikelola secara sederhana. Kemampuan beradaptasi tersebut menjadi salah satu faktor penting yang dapat membantu pelaku UMKM mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan usaha UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal usaha, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha dalam membaca peluang pasar serta menyesuaikan strategi usaha dengan kondisi lingkungan yang berubah

Tabel 2  
Hasil Wawancara dan Observasi Penelitian

| No | Tema Penelitian              | Hasil wawancara informan  | Hasil observasi / Dokumentasi   |
|----|------------------------------|---|---|
| 1  | Strategi Pengembangan Produk | Informan menyatakan menjaga kualitas bunga agar tetap segar dan memiliki aroma khas | Peneliti mengamati proses pemilihan bunga dilakukan sebelum pengemasan dan pengiriman |
| 2  | Inovasi Produk               | Informan menggunakan pembungkus tambahan agar bunga tidak cepat layu                | Terdapat penggunaan plastik dan penyimpanan khusus pada bunga sebelum dipasarkan      |
| 3  | Strategi Pemasaran           | Informan memasarkan bunga melalui pengepul, pasar bunga, WhatsApp, dan Facebook     | Peneliti menemukan aktivitas promosi produk melalui media sosial                      |

|   |                            |  |   |
|---|----------------------------|--|---|
| 4 | Pengelolaan Usaha Keluarga | Anggota keluarga terlibat dalam proses produksi dan pemasaran                      | Aktivitas usaha dilakukan bersama anggota keluarga di lokasi usaha                          |
| 5 | Tantangan Usaha            | Informan mengalami fluktuasi harga, perubahan permintaan pasar, dan pengaruh cuaca | Peneliti menemukan kondisi bunga mudah rusak saat cuaca tidak mendukung                     |
| 6 | Strategi Bertahan Usaha    | Informan menjaga hubungan dengan pelanggan dan memperluas jaringan pemasaran       | Terdapat komunikasi aktif dengan pelanggan dan pedagang melalui telepon maupun media sosial |

Sumber : Pengusaha bunga sedap malam 2026

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai strategi pengembangan usaha pada UMKM keluarga dalam menghadapi perubahan pasar pada pengusaha bunga sedap malam di Kecamatan Rembang Kabupaten Pasuruan, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

Strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh pengusaha bunga sedap malam dilakukan dengan menjaga kualitas bunga yang dihasilkan, seperti kesegaran bunga, kekuatan tangkai, serta aroma khas yang menjadi daya tarik bagi konsumen. Selain itu, beberapa pelaku usaha juga melakukan inovasi sederhana dalam proses pengemasan dan penyimpanan bunga agar kualitas produk tetap terjaga hingga sampai ke tangan konsumen.

Strategi pemasaran yang diterapkan oleh pelaku UMKM masih didominasi oleh sistem pemasaran tradisional melalui pedagang pengepul dan pasar bunga. Namun demikian, sebagian pelaku usaha mulai memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan peluang penjualan produk.

Pengelolaan usaha keluarga menjadi salah satu karakteristik utama dalam usaha bunga sedap malam di Kecamatan Rembang. Pengelolaan usaha dilakukan secara bersama oleh anggota keluarga sehingga dapat mengurangi biaya tenaga kerja serta meningkatkan kepercayaan dalam menjalankan usaha. Meskipun demikian, sistem pengelolaan usaha masih bersifat sederhana dan belum sepenuhnya menggunakan sistem manajemen usaha yang terstruktur.

Tantangan usaha yang dihadapi oleh pengusaha bunga sedap malam meliputi fluktuasi harga bunga, perubahan permintaan pasar, persaingan dengan produk dari daerah lain, serta faktor cuaca yang

memengaruhi produksi bunga. Kondisi tersebut menuntut pelaku usaha untuk mampu beradaptasi terhadap perubahan pasar yang terjadi.

Strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh pengusaha bunga sedap malam dalam menghadapi perubahan pasar meliputi menjaga kualitas produk, memperluas jaringan pemasaran, memanfaatkan hubungan sosial dengan pedagang dan konsumen, serta melakukan pengelolaan usaha secara efisien. Strategi tersebut menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar guna mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa keberhasilan pengembangan usaha bunga sedap malam di Kecamatan Rembang tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk yang dihasilkan, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam menerapkan strategi usaha yang tepat serta menyesuaikan diri dengan perubahan kondisi pasar.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diperoleh, maka beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

#### Bagi Pelaku UMKM Bunga Sedap Malam

Pelaku UMKM bunga sedap malam di Kecamatan Rembang diharapkan dapat terus meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan agar tetap mampu bersaing di pasar. Selain itu, pelaku usaha juga disarankan untuk mulai memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial atau platform pemasaran online sebagai sarana promosi dan penjualan produk sehingga jangkauan pasar dapat menjadi lebih luas. Peningkatan kemampuan manajerial dalam pengelolaan usaha juga perlu dilakukan agar usaha dapat berkembang secara lebih terencana dan berkelanjutan.

#### Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan karena hanya berfokus pada strategi pengembangan usaha pada pengusaha bunga sedap malam di satu wilayah penelitian. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya diharapkan dapat melakukan penelitian dengan cakupan wilayah yang lebih luas atau menambahkan variabel lain seperti inovasi usaha, pemanfaatan teknologi digital, maupun strategi pemasaran yang lebih spesifik sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengembangan usaha UMKM.

## DAFTAR PUSTAKA

- A. De Massis, F. F. & U. L. (2018). Research on Technological Innovation in Family Firms: Present Debates and Future Directions. *Family Business Review*, 26(1), 10–31.
- Abdullah, F. (2022). Organizational climate as an intervening in the relationship of job demand resources and person organization fit to 1 employee engagement. *Journal of Management*, 5.
- Anwar, K. (2022). The influence of store atmosphere, promotion, and location Kenari Jaya Bordir on buying interest. *Journal of Management*.
- Azrullah, M. M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Porong Jaya)*.
- Breton-Miller, M. & Le. (2021). *Managing for the Long Run: Lessons in Competitive Advantage from Great Family Businesses* (Updated ed). Harvard Business Review Press.
- Bugin. (2020). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* ((3rd ed.)). Kencana Prenada Media Group.
- Chandra, T. &. (2016). *Service, quality & satisfaction*. Andi.
- Churniawati, N. (2021). Pengaruh Disiplin Dan Masa Kerja Terhadap Loyalitas Kerja Dengan Religius Sebagai Variabel Moderasi (Study Kasus Pada Karyawan Pt Miswak Utama). *Transparan STIE Yadika*.
- David. (2017). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases*. In *Pearson Education*. ((16th ed.)).
- Ellis-Chadwick, C. &. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* ((7th ed.)). Pearson Education Limited.
- Hadiyati, E. (2019). *Pemasaran untuk UMKM (Teori dan Aplikasi)*. Malang: Bayumedia.
- Ishak. (2021). Persepsi Pedagang Terhadap Pelayanan Petugas Pasar Tradisional Bangil. *Ecobuss*, 9.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, K. dan. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Bahasa Ind). PT. Indeks.
- Lailatun Nafisa, SE., M. (2022). Strategi Pengembangan Kualitas Jasa Jahit Pakaian Pada Persaingan Pasar Homogen. *Jurnal Transparan*, 14.
- M. Miles, A. H. & S. (2019). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* .: (4th ed.). SAGE Publications.
- Moleong, L. J. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif (Rev. Ed.)*. Remaja Rosdakarya.
- Ningtyas, H. I. (2022). Pengaruh Financial Attitude Dan Self Control Terhadap Financial Management Behavior Dalam Memanfaatkan Pelayanan Buy Now Pay Later. *Jurnal Transparan*, 14.
- Nur Bhakti Pertiwi, W. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Produk Fashion Lokal (Studi Kasus Thenblank). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Organisasi*, 2(2), 37–45. <https://doi.org/10.58290/jmbo.v2i2.176>
- Prasetyo, B. hadi M. dan luhur. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui Sertifikasi Halal di Kabupaten Ponorogo. Istithmar. *Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 7(2), 159–172.
- Rangkuti. (2018). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rumefi, U. (2021). Pengaruh Term Of Payment, Compling Handling Dan E-Wom Terhadap Customer Loyalty. *Jurnal Transparan*, 13.
- S. Sulistiyani, A. P. dan S. S. (2020). Analisis Strategi Pemasaran dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 31–39.
- S.N. Sarfiah, H. E. A. dan D. M. V. (2019). UMKM sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137–146.
- Sodik., S. dan. (2016). *Dasar Metodologi Penelitian*. : Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.CV.
- Suriyok, K., & Syaifudin, A. (2023). The Influence of Customer Trust on Salwa Minimarket Customer Loyalty with Customer Commitment as a Moderating Variable. *Enrichment: Journal of Management*, 12(6), 5077–5087.
- Syaifudin, A., & Suriyok, K. (2022). The Effect of Experiential Marketing, Store Atmosphere, Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction at Café Rosella. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 4033–4042.
- Tambunan, T. t. H. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Prenadamedia Group.
- Tjipto, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. : CV. Andi.
- Trihudyatmanto, M. (2021). Strategi Pengembangan UMKM (Studi Empiris pada UMKM Industri Pengolahan Makanan di Kecamatan Wonosobo Kabupaten Wonosobo). *Journal MISSY (Management and Business Strategy)*, 2(1), 1–

10.

Wahyudi, A., Anwar, G., Kamila, O. N., & Silviana, D. R. (2024). Strategi Pengembangan Sektor Industri Kreatif Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional. *Cemerlang*, 4(3), 274–288. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i3.3064>

Wiranawata, H. (2018). *Pengaruh Inovasi Dan Kreativitas Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkmkuliner Di Kecamatan Baturaja Timur Kabupaten Ogan Komering Ulu*.